

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL



POLÍCIA MILITAR
DISTRITO FEDERAL

PLANO DIRETOR DE COMUNICAÇÃO

2024 - 2027

1ª Edição
Brasília - DF

GOVERNADOR DO DISTRITO FEDERAL
IBANEIS ROCHA BARROS JÚNIOR

COMANDANTE-GERAL DA PMDF
ANA PAULA BARROS HABKA - CEL QOPM

SUBCOMANDANTE-GERAL DA PMDF
FABRÍCIO BOECHAT DE CAMARGOS - CEL QOPM

CHEFE DO ESTADO-MAIOR DA PMDF
ROMULO FLÁVIO MENDONÇA PALHARES - CEL QOPM

Comissão de Estado-Maior nº 01/2024 - Elaboração dos novos Planos Diretores

MEMBROS:

TC QOPM Michel Ribeiro Sá Costa
TC QOPM Armando Vale Soares Silva
TC QOPM Eduardo Ferreira Coelho
MAJ QOPM Leandro Barbosa de Lima
MAJ QOPM Gabriel de Oliveira Jorge
MAJ QOPM Rodrigo de Lima Costa Casas
MAJ QOPM Luiz Felipe Tavares Cavalcanti
MAJ QOPM João Camilo Miranda Camargos
MAJ QOPM Regiane Borges de Moraes
MAJ QOPM Bruno Cesar Prado Soares
MAJ QOPM Dyego Cormick Lima
MAJ QOPM Luiz Fernando Fonseca
MAJ QOPM Renato Cezário Guimarães
MAJ QOPM Adriano Luis Lima da Silva

Suplentes:

MAJ QOPM Fagner de Oliveira Dias
MAJ QOPM Cidjan Santarém Brito
MAJ QOPM Hildon César Fernandes Moura
MAJ QOPM Diony Ferreira da Silva
MAJ QOPM Oscar Calcagno Fettermann
CAP QOPM Frederico Braga Constantino
CAP QOPM Lucas da Silva Milhomem
CAP QOPM Juliana Denise Santana de Moura
CAP QOPM Hellen Priscila Sene de Oliveira

EQUIPE TÉCNICA

CAP QOPM Juliana Denise Santana de Moura Souto
1º SGT RR Divano de Oliveira Melo
2º SGT QPPMC Mychael Gonçalves
2º SGT QPPMC Bruno Alves Reis
2º SGT QPPMC Silvana Martins Barreto de Abreu
2º SGT QPPMC Renato Ribeiro da Conceição

REVISÃO

SEÇÃO DE INTELIGÊNCIA ESTRATÉGICA

CAPA, PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

1º SGT PM RR SAMUEL PEREIRA DA SILVA
2º SGT QPPMC FÁBIO NEY KOCH DOS SANTOS

FOTO DA CAPA

3º SGT QPPMC MATEUS MILHOMEM CÂNDIDO



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL



POLÍCIA MILITAR
DISTRITO FEDERAL

PLANO DIRETOR DE COMUNICAÇÃO

2024 - 2027

1ª Edição
Brasília - DF



INTRODUÇÃO

A Polícia Militar do Distrito Federal (PMDF) vem aprimorando suas diretrizes de gestão estratégica desde 2009, com avanços significativos em 2011, quando consolidou parcialmente esse processo. Buscando excelência gerencial e alinhamento com as melhores práticas adotadas em organizações similares, a Corporação lançou seu Plano Estratégico, com foco nas demandas do cidadão e da sociedade. Esse documento orienta as ações estratégicas, promovendo eficiência administrativa e maior aproximação entre a PMDF e a comunidade.

O Plano Estratégico representou apenas o primeiro ciclo desse processo, que segue em constante aprimoramento. Para garantir sua continuidade e disseminação por toda a Corporação, a PMDF revisou e desdobrou, em 2014, seu planejamento estratégico em Planos Diretores voltados a áreas administrativas e operacionais, além de instituir a gestão de riscos institucionais por meio do Plano de Risco da PMDF (Portaria PMDF nº 916, de 1º de agosto de 2014).

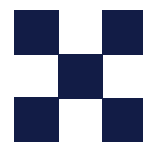
A gestão administrativa eficaz exige revisões periódicas e monitoramento contínuo do ambiente organizacional, garantindo adaptação a novas tendências e desafios. No entanto, esse processo de autocrítica demanda rigor metodológico e embasamento científico. Dessa forma, a PMDF segue aperfeiçoando sua gestão estratégica, assegurando o planejamento estratégico, tático e operacional de suas ações.

Nesta nova fase, o foco está na elaboração de Planos Diretores para áreas ainda não contempladas e na revisão dos existentes, garantindo que esses documentos gerenciais sejam ferramentas eficazes para o alcance dos objetivos estratégicos da Corporação. Além disso, será estabelecida uma metodologia padronizada para a elaboração de Planos Diretores, permitindo sua replicação sempre que um novo ciclo de planejamento for iniciado.



Um dos principais avanços desta etapa é conferir aos Planos Diretores um caráter mais prático e aplicável, combinando características táticas e operacionais, como a priorização de iniciativas e a definição clara de setores responsáveis. Essa inovação resulta tanto da análise dos Planos Diretores anteriores quanto de benchmarking com metodologias consagradas, como o Guia de Elaboração do Plano Diretor de Tecnologia da Informação (PDTI), normatizado pelo Sistema de Administração dos Recursos de Tecnologia da Informação (SISP).

O SISP, instituído para organizar, supervisionar e coordenar os recursos de informação da Administração Pública Federal Direta, Autárquica e Fundacional, serviu como base metodológica para o aperfeiçoamento dos Planos Diretores da PMDF. A Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação (SLTI), vinculada ao Ministério da Economia, tem papel central na normatização e coordenação das ações do sistema. O modelo do PDTI foi adaptado e incorporado ao contexto da PMDF, garantindo uma abordagem estruturada e eficiente para a elaboração e revisão dos Planos Diretores.



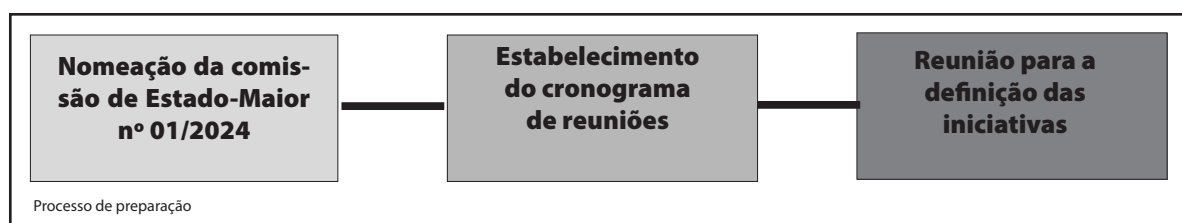
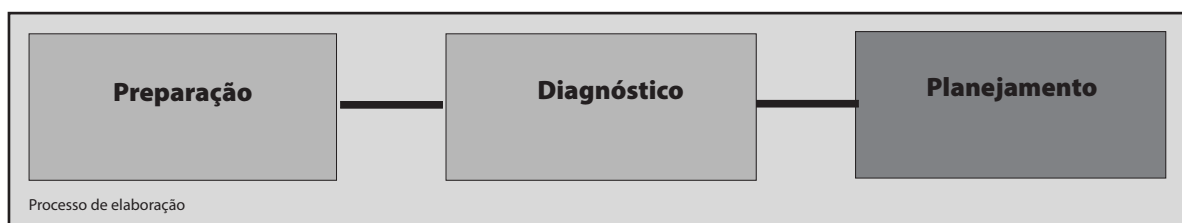
MÉTODO APLICADO PARA ELABORAÇÃO





A metodologia empregada teve por fundamento a Portaria PMDF nº 1.204, de 04 de agosto de 2021 (que institui os procedimentos metodológicos para o desenvolvimento do processo de planejamento em nível estratégico, tático e operacional na PMDF e dá outras providências) e utilizando os modelos constantes do seu anexo.

Os processos da metodologia empregada estão definidos e organizados nas fases de preparação, diagnóstico e planejamento, conforme ilustração abaixo:





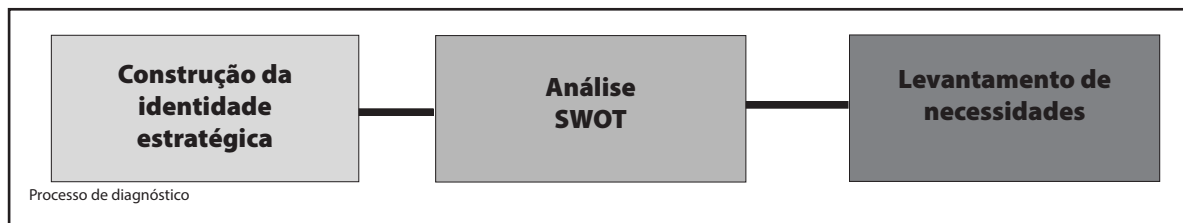
Na fase de preparação, nomeou-se membros da Comissão nº 01/2024, por meio da Portaria de Estado-Maior de 26 de janeiro de 2024.

A comissão iniciou o trabalho com reuniões de seus membros para realizar o diagnóstico sobre o negócio e o ambiente que o cerca e em relação às iniciativas estratégicas previstas no PDCOM 2020-2023, classificadas com o status “concluído”, “contínuo”, “em andamento”, “não iniciado”, “parado” e “cancelado”.

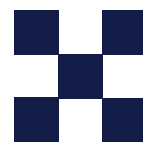
Considerou-se as metas vinculadas aos eixos constantes do Plano Estratégico da PMDF 2023-2034 e, por meio da aplicação de uma Matriz SWOT, definiu-se os enunciados: Negócio, Missão, Visão, Valores, Fatores Críticos de Sucesso e Políticas Corporativas.

A metodologia empregada, inspirada no referencial teórico do Balanced Scorecard (BSC) e descrita na Portaria PMDF nº 1.204/2021, subdivide os objetivos, estratégias e iniciativas estratégicas nas seguintes perspectivas:

- Perspectiva Financeira: baseada no orçamento disponível para investimentos em infraestrutura e outras necessidades para garantir a eficiência da comunicação social;
- Perspectiva do Aprendizado e Crescimento: enfoca o desenvolvimento de habilidades, competências e capacidades dos colaboradores envolvidos nas atividades da comunicação social;
- Perspectiva dos Processos Internos: concentra-se nos indicadores relacionados à eficiência e eficácia dos processos que garantem o desenvolvimento dos serviços de comunicação da Corporação;
- Perspectiva da Sociedade: considera os objetivos estratégicos finais da corporação e voltados para a sociedade. Com a consecução dos demais objetivos do PDCOM os objetivos estratégicos da PMDF terão maior probabilidade de sucesso.



O diagnóstico foi realizado com base em informações e dados fornecidos pelo Centro de Comunicação Social.



IDENTIDADE ESTRATÉGICA





HISTÓRICO

Criada pela Lei Federal nº 6.450 de 14 de outubro de 1977, a Comunicação Social da Polícia Militar do Distrito Federal teve sua origem na antiga Assessoria de Assuntos Cíveis, 5ª Seção do Estado-Maior (PM/5), órgão de direção-geral, responsável pelo planejamento estratégico da Polícia Militar do Distrito Federal (PMDF). Sua finalidade era a implementação da política de Comunicação Social na Corporação em resposta às necessidades do setor, em face da inexistência de uma pasta específica para tratar sobre os assuntos da área de comunicação, especialmente quanto à defesa da imagem e credibilidade da PMDF.

Em abril de 1996, frente às novas demandas da sociedade e a busca pela aproximação entre a Corporação e a comunidade, criou-se a Ouvidoria da PMDF, por meio do Decreto Distrital nº 71.308/96.

A partir de 2009, com a reestruturação da PMDF, com a Lei Federal 12.086/09, Decreto Federal 7.165/2010 e Decreto Distrital 31.793/10, a PM/5, com a finalidade de desenvolver políticas de relacionamento, sedimentar as convicções e a autoestima do público interno, além de manter e fortalecer a imagem da Corporação junto ao público externo, deu origem ao Centro de Comunicação Social (CCS).

Por intermédio dessa legislação, criou-se também a Seção de Assuntos Institucionais e Comunicação Social no âmbito do Estado-Maior, cuja competência é o desenvolvimento e a proposta de políticas de relacionamento da Corporação com órgãos e entidades públicas e privadas, com profissionais da Corporação e com a população, além da Ouvidoria da PMDF, órgão de direção-setorial que exerce representatividade do cidadão junto à Instituição, fortalecendo os laços de cooperação entre a Polícia Militar e a comunidade. Mesmo com as atualizações recentes da legislação, mantiveram-se as competências dos órgãos envolvidos no processo de comunicação organizacional.



Além disso este órgão absorve as demandas sociais por informações sobre a Corporação, com vistas a fomentar a política de comunicação por meio dos seguintes princípios: verdade, clareza, equilíbrio, rapidez, oportunidade, prevenção, confiabilidade, respeito, impessoalidade, transparência e direcionamento.

Ainda, com o objetivo de promover uma comunicação coerente e efetiva, tanto no âmbito interno quanto no âmbito externo, a Portaria PMDF Nº 1.332, de 21 de novembro de 2023 institui a Diretriz de Comunicação Social da PMDF, que tem por finalidade estabelecer as orientações e diretrizes para as atividades de comunicação organizacional da PMDF, por meio do Sistema de Comunicação Organizacional (SISCOM/PMDF).

E para valorizar a imagem da Polícia Militar do Distrito Federal, a Portaria PMDF Nº 1.299, de 20 de dezembro de 2022 institui o Regulamento de Identidade Visual da PMDF – RIV.

NEGÓCIO

Otimizar as ações de comunicação e marketing da PMDF, com vistas a manter em níveis elevados a credibilidade, a confiança e a valorização da imagem da Corporação.

MISSÃO

Planejar, coordenar, controlar e executar as ações de comunicação social e organizacional da Corporação nos assuntos de interesse institucional, a fim de, contribuir com a verdade, integridade, segurança e o bem-estar social.

VISÃO

Ser reconhecida como vanguarda em comunicação organizacional e social, pela excelência, inovação e habilidade em fortalecer interações com a sociedade e o público interno.

**VALORES**

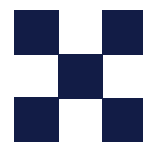
- Ética;
- Respeito à dignidade da pessoa humana;
- Integridade;
- Responsabilidade;
- Transparência.

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

- Comprometimento do Alto-Comando;
- Disponibilização de recursos orçamentários para aquisição de recursos materiais;
- A disponibilidade de recursos humanos em quantidade adequada, capacitados, motivados e disciplinados;
- Dotação de recursos logísticos adequados;
- Otimização da infraestrutura de informações, assessoramento e inovação tecnológica;
- Sensibilização dos demais atores da organização quanto a importância da comunicação;
- Adoção de boas práticas gerenciais; Atualização da doutrina de gestão em comunicação organizacional e social;
- Verificação da veracidade dos fatos em tempo oportuno;
- Acompanhamento e adequação às novas mídias sociais relevantes para a Corporação.

POLÍTICAS CORPORATIVAS

- Promoção da sensação de segurança;
- Ampla divulgação das atividades e ações institucionais;
- Integração com a sociedade por meio da comunicação;
- Promoção da identidade institucional;
- Fortalecimento do marketing e endomarketing institucional;
- Integração dos diversos setores da Corporação com o esforço da comunicação institucional.



ORGANIZAÇÃO DO ÓRGÃO / DEPARTAMENTO

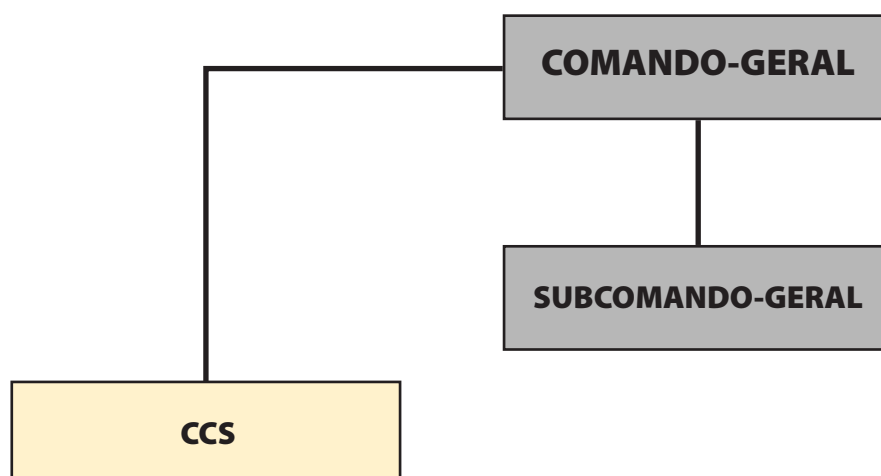


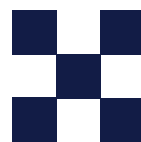


A estrutura organizacional da corporação adota os modelos de arquiteturas funcional e departamental compondo-se do Comando-Geral, Órgãos de Apoio e Órgãos de Execução. O Comando-Geral da PMDF compreende: o Comandante-Geral, o Subcomandante-Geral, o Estado-Maior (órgão de planejamento estratégico), os Departamentos (órgãos de direção-geral), as Diretorias (órgãos de direção setorial) e as Comissões.

Os órgãos de apoio da Polícia Militar do Distrito Federal destinam-se a atender às necessidades da Corporação, em cumprimento às diretrizes do Comando-Geral. Competem a esses órgãos prestar suporte logístico, manutenção, formação, capacitação e avaliação de pessoal, assistência médico-hospitalar, pericial, odontológica, psicossocial e veterinária, viabilizando a otimização da atividade-fim.

Ao Centro de Comunicação Social compete planejar, coordenar, controlar e executar as atividades do sistema de comunicação social da Corporação e nos assuntos de interesse institucional que envolvam tais atividades, inclusive as de cerimonial.





DIAGNÓSTICO





MATRIZ SWOT

Realizado por meio da análise SWOT, método utilizado para diagnósticos organizacionais, que é composto pela sigla em inglês para Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats).

Consiste na realização de um diagnóstico completo sobre o negócio e o ambiente que o cerca para que a gestão tenha embasamento para formular suas estratégias de gestão e marketing com mais segurança. O resultado da análise gerou uma matriz SWOT utilizada como base para estabelecimento dos objetivos, estratégias e iniciativas estratégicas dos Planos Diretores da PMDF.



RESULTADO DO PLANO DIRETOR ANTERIOR

NÚMERO INICIATIVA	DESCRIÇÃO	STATUS
7.6.1	Criação de protocolo e transmissão da informação.	Em andamento
1.1.4	Adquirir novos equipamentos para a atividade de comunicação.	Em andamento
5.3.1	Capacitar os gestores do SISCOP/PMDF em Gestão da Comunicação.	Em andamento
8.4.1	Monitorar a imagem corporativa nas redes sociais.	Contínuo
5.7.1	Elaborar plano de contingência para gestão de crise midiática.	Não iniciado
5.3.2	Capacitar os integrantes do SISCOP/PMDF em comunicação corporativa.	Contínuo
8.10.1	Demandar a complementação do quadro.	Em andamento
9.9.1	Gerenciar o Plano de Dados Aberto e Transparência.	Contínuo
8.6.1	Desenvolver ações de endomarketing.	Em andamento
5.4.1	Elaborar o manual de procedimentos do SISCOP/PMDF.	Em andamento
5.5.3	Elaborar manual de cerimonial.	Em andamento
5.5.4	Elaborar manual de assessoria de imprensa.	Não iniciado
3.1.4	Capacitar os integrantes do Sistema de Comunicação da PMDF (SISCOP/PMDF) em Gestão da Comunicação.	Contínuo
8.2.1	Demandar aos órgãos de tecnologia da informação da PMDF à aquisição de equipamentos e softwares para a Comunicação Social.	Em andamento
3.1.1	Desenvolver programas de treinamento para o pessoal da Comunicação Social.	Em andamento
9.6.1	Criar portal de serviços de atendimento ao cidadão e Ouvidoria "on-line".	Concluído
5.5.1	Elaborar regimento interno do CCS.	Concluído
9.3.1	Fomentar no âmbito da Corporação os procedimentos para garantir o acesso e a transparência das informações.	Contínuo



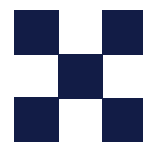
9.8.1	Implantação de modelos de processos padronizados de gestão de riscos às contratações e projetos de Comunicação Social.	Contínuo
9.7.3	Elaborar e implantar plano de atuação para os integrantes da Ouvidoria.	Contínuo
8.5.1	Reestruturar o portal corporativo fomentando a interatividade e a efetividade.	Em andamento
17.1.1	Divulgar informações acerca do planejamento e dos resultados das operações e ações da Corporação.	Contínuo
8.6.2	Mapear e normatizar os processos e ações de comunicação corporativa.	Não iniciado
7.3.1	Mapear e normatizar os processos e ações de comunicação corporativa e de Ouvidoria.	Em andamento
1.1.2	Acompanhar a execução de projetos básicos e termos de referências do SISCOM/PMDF.	Em andamento
9.5.1	Desenvolver trabalhos de monitoramento e ativação das redes sociais.	Contínuo
3.1.3	Elaborar estudo e propor procedimentos para atuação proativa da comunicação nas operações policiais visando ampliar sua efetividade.	Contínuo
9.7.1	Criar manual de procedimentos de atividades de Ouvidoria.	Em andamento
8.1.2	Desenvolver e implementar projetos institucionais da Comunicação Social.	Contínuo
4.1.1	Credenciar policiais militares para executar ações de comunicação corporativa.	Não iniciado
5.5.2	Elaborar o manual de entrevista.	Não iniciado
5.2.2	Demandar estudos para adequar a estrutura organizacional e as competências dos diversos setores do SISCOM/PMDF, visando otimizar a comunicação corporativa.	Concluído



8.9.1	Dotar a atividade de ouvidoria de recursos materiais e humanos para desenvolver as suas atividades.	Não convém
19.1.1	Aferir o nível de satisfação da comunidade com os serviços prestados pela PMDF (pesquisa de satisfação).	Não convém
1.1.1	Definir prioridade e acompanhar a execução físico financeira do orçamento destinado à Comunicação Social e à Ouvidoria.	Em andamento
8.7.1	Defender a preservação e manutenção do patrimônio da PMDF.	Contínuo
9.7.2	Capacitar os integrantes da ouvidoria em programas de treinamento específicos.	Contínuo
5.1.1	Desenvolver pesquisa a fim de conhecer e mapear os públicos alvos para o desenvolvimento de canais de comunicação adequados.	Concluído
7.5.1	Ampliar a divulgação de projetos sociais desenvolvidos pela Corporação.	Contínuo
5.6.2	Estabelecer parcerias com outras organizações governamentais, não governamentais e empresas privadas para fomentar o desenvolvimento da atividade de Segurança Pública no Distrito Federal.	Não convém
19.3.1	Aferir o nível de satisfação da comunidade com os serviços prestados pela PMDF.	Não iniciado
8.3.1	Emitir periodicamente relatório situacional a todos os órgãos da PMDF.	Não convém
7.2.1	Estabelecer parcerias estratégicas na área de comunicação.	Não iniciado
7.1.1	Analisar o posicionamento da PMDF na mídia para o redirecionamento das ações institucionais.	Não convém
8.8.1	Desenvolver e implantar projetos do Centro de Comunicação Social da PMDF.	Não convém
7.4.1	Desenvolver campanhas internas de difusão de filosofia de polícia comunitária.	Não convém
6.1.1	Criar mecanismos para o desenvolvimento das campanhas educativas e de utilidade pública.	Não convém



8.1.1	Demandar projetos específicos para instalações físicas adequadas para a comunicação organizacional.	Em andamento
19.1.2	Realizar pesquisa de opinião junto ao público interno e externo, avaliando e divulgando seus resultados.	Não iniciado
9.4.1	Desenvolver campanhas educativas e de utilidade pública no campo da Segurança Pública.	Contínuo
9.2.1	Realizar pesquisas de opinião em assuntos de interesse corporativo.	Não iniciado
14.1.1	Promover seminários e palestras para a comunidade e para o público interno sobre atividades da Ouvidoria.	Não convém
9.7.4	Implantar as ouvidorias itinerantes.	Não convém
5.6.1	Estabelecer parcerias com órgãos nacionais e internacionais para intercâmbio de conhecimentos em segurança pública.	Não convém
9.1.1	Fomentar o desenvolvimento, ou quando couber, promover seminários e palestras sobre as atividades institucionais.	Não convém
6.1.2	Criar mecanismos para divulgação dos direitos do cidadão e orientações relativas à segurança pública.	Não convém
5.2.1	Aproveitar os trabalhos acadêmicos na área de comunicação desenvolvidos no âmbito corporativo.	Não convém
1.1.3	Contratar serviços especializados de comunicação.	Em andamento
6.2.1	Elaborar e implantar projeto de comunicação em painéis visuais com sinalização digital (TV corporativa).	Não convém
10.1.1	Criar programa de visitação à PMDF.	Não convém

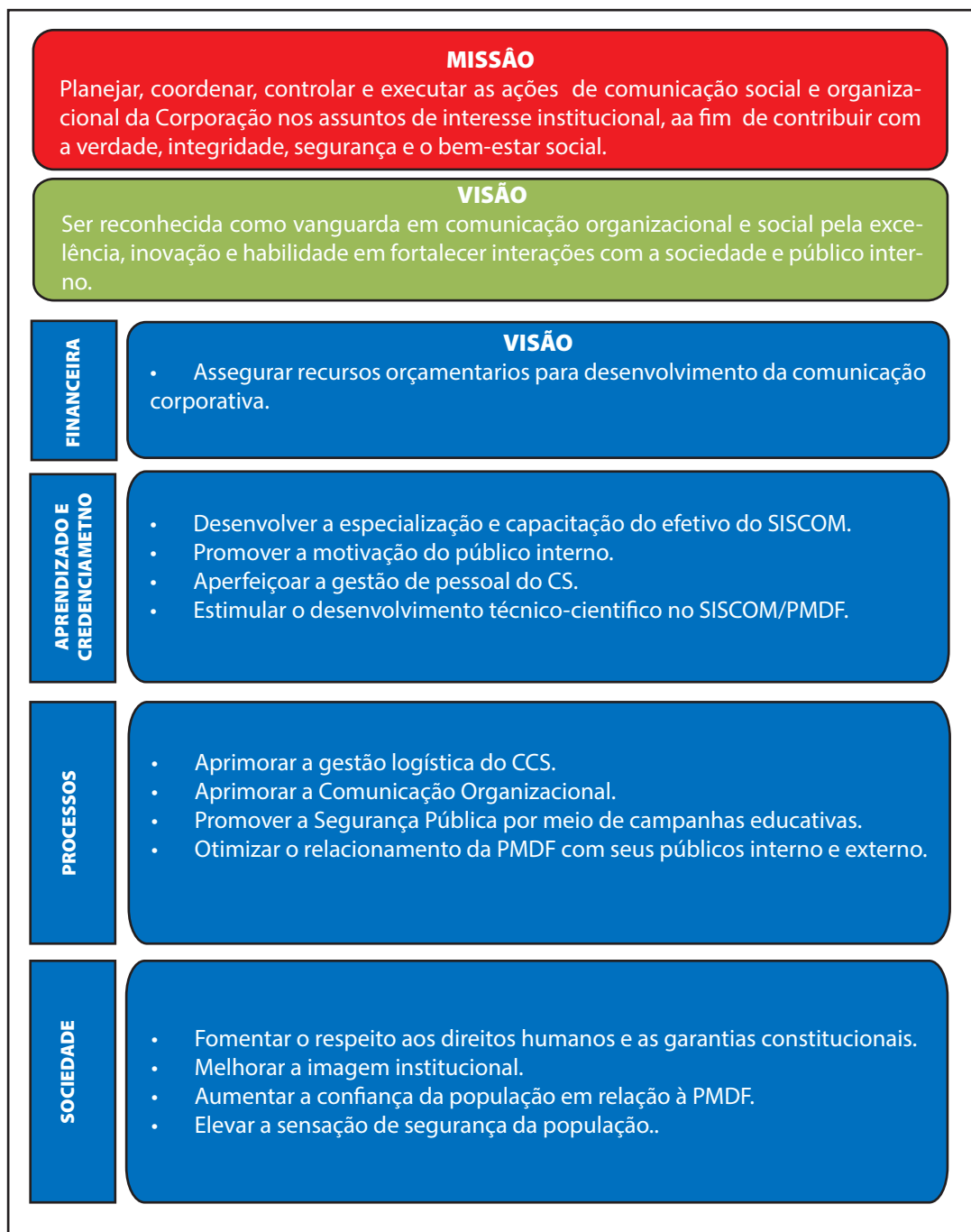


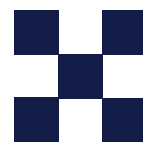
ALINHAMENTO COM A ESTRATÉGIA DA ORGANIZAÇÃO





MAPA ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO





OBJETIVOS, ESTRATÉGIAS E INICIATIVAS





SEÇÃO I - PERSPECTIVA FINANCEIRA

1. OBJETIVO: ASSEGURAR RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

1.1 Estratégia: Aperfeiçoar o processo de gestão dos recursos orçamentários para projetos de Comunicação Social

Iniciativas Estratégicas:

1.1.1 Otimizar o processo de elaboração do plano de utilização dos recursos orçamentários (PIO).

1.1.2 Otimizar a captação de recursos extra orçamentários.

1.1.3 Elaborar estudos para captação de patrocínios da iniciativa privada para programas sociais.

1.1.4 Elaborar projeto para captação de recursos por meio de convênios com entes governamentais.

SEÇÃO II - PERSPECTIVA DO APRENDIZADO E CRESCIMENTO

2. OBJETIVO: DESENVOLVER A ESPECIALIZAÇÃO E CAPACITAÇÃO DO EFETIVO DO SISCOM

2.1 Estratégia: Desenvolver programas de especialização e capacitação para os gestores do SISCOM

Iniciativas Estratégicas:

2.1.1 Elaborar projeto de capacitação voltado para as novas tendências da Comunicação.

2.1.2 Capacitar os Oficiais, integrantes do Sistema de Comunicação da PMDF (SISCOM/PMDF), em Gestão da Comunicação.



2.2 Estratégia: Realizar ações de capacitação

Iniciativas Estratégicas:

- 2.2.1 *Capacitar o efetivo do SISCOM em mídias sociais.*
- 2.2.2 *Capacitar o efetivo do SISCOM em marketing e criação.*
- 2.2.3 *Capacitar o efetivo do SISCOM em relações públicas.*
- 2.2.4 *Capacitar o efetivo do SISCOM em assessoria de imprensa.*
- 2.2.5 *Elaborar calendário de media training e sensibilização para ações de comunicação direcionado ao pessoal do SISCOM.*

3. OBJETIVO: PROMOVER A MOTIVAÇÃO DO PÚBLICO INTERNO

3.1 Estratégia: Desenvolver programas motivacionais para os policiais militares

Iniciativas Estratégicas:

- 3.1.1 *Desenvolver e implantar programa de incentivo (condecorações, monções de louvor, elogios, dispensa recompensas, dentre outras) a produtividade do efetivo que atua no SISCOM.*
- 3.1.2 *Propor a criação da medalha do mérito de comunicação social.*

4. OBJETIVO: APERFEIÇOAR A GESTÃO E CONTROLE DE PESSOAL DO CCS

4.1 Estratégia: Estabelecer política de retenção de talentos empregados na Comunicação Social

Iniciativa Estratégica:

- 4.1.1 *Implantar processo de seleção do efetivo do SISCOM de acordo com a capacidade técnica.*



5. OBJETIVO: ESTIMULAR O DESENVOLVIMENTO TÉCNICO-CIENTÍFICO NO SISCOM/PMDF

5.1 Estratégia: Estabelecer projetos de pesquisa de comunicação corporativa

Iniciativas Estratégicas:

5.1.1 *Desenvolver pesquisa a fim de conhecer e mapear os públicos alvos para o desenvolvimento de ações de comunicação adequados.*

5.1.2 *Avaliar os trabalhos acadêmicos na área de Comunicação desenvolvidos no âmbito corporativo a fim de verificar aplicabilidade institucional.*

5.2 Estratégia: Otimizar processos, produtos e serviços e ações de comunicação corporativa

Iniciativas Estratégicas:

5.2.1 *Elaborar o manual de entrevista e assessoria de imprensa.*

5.2.2 *Elaborar o manual de cerimonial.*

5.3 Estratégia: Desenvolver parcerias estratégicas

Iniciativas Estratégicas:

5.3.1 *Estabelecer parcerias com órgãos nacionais e internacionais para intercâmbio de conhecimento em segurança pública.*

5.3.2 *Estabelecer parcerias com outras organizações governamentais, não governamentais e empresa privadas para fomentar o desenvolvimento da atividade de comunicação organizacional.*



5.4 Estratégia: Promover seminários e palestras para a comunidade e para o público interno

Iniciativa Estratégica:

5.4.1 Realizar seminários e palestras sobre as atividades institucionais voltadas para a comunicação social.

SEÇÃO III - PERSPECTIVA DOS PROCESSOS INTERNOS

6. OBJETIVO: APRIMORAR A GESTÃO LOGÍSTICA DO CCS

6.1 Estratégia: Aperfeiçoar as instalações e seus meios proporcionando melhor ambiente de trabalho

Iniciativas Estratégicas:

6.1.1 Aperfeiçoar, adquirir ou criar estrutura adequada para atuar nas mais diversas vertentes da atividade de Comunicação: Estações modernas; Equipamentos de ponta; Estúdio.

6.1.2 Demandar projetos específicos para instalações físicas adequadas para a comunicação organizacional.

7. OBJETIVO: APRIMORAR A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

7.1 Estratégia: Preservar e fortalecer imagem da PMDF

Iniciativas Estratégicas:

7.1.1 Desenvolver e implantar mecanismos eficientes voltados a melhorar e aprimorar as ações voltadas para a Comunicação Organizacional.

7.1.2 Fomentar nas mídias as pautas positivas da corporação.

7.1.3 Estabelecer procedimento para respostas, no âmbito da Comunicação Social, à crises e emergências.

7.1.4 Manter e treinar equipe para respostas em regime de plantão de 24 horas.

7.1.5 Ampliar a divulgação dos projetos sociais desenvolvidos pela



Corporação.

7.1.6 Criação de protocolo e transmissão da informação.

7.1.7 Desenvolver campanhas educativas e de utilidade pública no campo da Segurança Pública.

7.2 Estratégia: Expandir os processos de monitoramento e análise de mídias sociais e comunicação gradual

Iniciativas Estratégicas:

7.2.1 Desenvolver trabalhos de monitoramento e ativação das redes sociais.

7.2.2 Estimular a realização de pesquisa de interesse da Comunicação Social da PMDF.

7.2.3 Realizar pesquisa de opinião em assuntos de interesse corporativo.

7.2.4 Aferir o nível de satisfação da sociedade com os serviços prestados pela PMDF (pesquisa de satisfação).

8. OBJETIVO: PROMOVER A SEGURANÇA PÚBLICA POR MEIO DE CAMPANHAS EDUCATIVAS

8.1 Estratégia: Elaborar estudos para desenvolvimento de campanhas educativas com foco em Segurança Pública

Iniciativa Estratégica:

8.1.1 Desenvolver e implementar projeto para difusão de campanhas educativas.

8.2 Estratégia: Otimizar a comunicação com o público interno e externo

Iniciativas Estratégicas:

8.2.1 Elaborar e implementar projeto de TV corporativa.

8.2.2 Elaborar e implementar rádio FM corporativa.



8.2.3 *Otimizar as redes sociais e canais em plataformas de vídeos on-line da corporação.*

9. OBJETIVO: OTIMIZAR O RELACIONAMENTO DA PMDF COM SEU PÚBLICOS INTERNO E EXTERNO

9.1 Estratégia: Integrar a rede de informações

Iniciativa Estratégica:

9.1.1 *Otimizar o processo de análise corrente das informações veiculadas na mídia a respeito da Corporação ou de assuntos referentes a segurança pública, para o melhor assessoramento institucional.*

9.2 Estratégia: Promover parcerias estratégicas na área de Comunicação Social

Iniciativa Estratégica:

9.2.1 *Elaborar projeto para monitoramento de atores e variáveis externas que possam impactar na imagem da Corporação.*

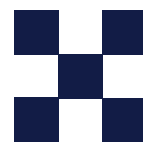
SEÇÃO IV- PERSPECTIVA DA SOCIEDADE

10. OBJETIVO: FOMENTAR O RESPEITO AOS DIREITOS HUMANOS E ÀS GARANTIAS CONSTITUCIONAIS

11. OBJETIVO: MELHORAR A IMAGEM INSTITUCIONAL

12. OBJETIVO: AUMENTAR A CONFIANÇA DA POPULAÇÃO EM RELAÇÃO À PMDF

13. OBJETIVO: ELEVAR A SENSAÇÃO DE SEGURANÇA DA POPULAÇÃO



PRIORIZAÇÃO DAS INICIATIVAS DO PLANO DIRETOR





Critério de Priorização

As iniciativas estratégicas descritas ordenam-se conforme prioridade atribuída pela pontuação da Matriz GUT (Gravidade, Urgência e Tendência). Os pontos, atribuídos pelos integrantes responsáveis pela gestão do CCS, são multiplicados e o valor classifica a prioridade da iniciativa.

RESULTADO DA PRIORIZAÇÃO

PRIORIDADE	NÚMERO DA INICIATIVA	DESCRIÇÃO	PONTUAÇÃO FINAL	SETOR RESPONSÁVEL	RESPONSÁVEL SECUNDÁRIO	INDICADOR
1	8.2.1	Elaborar e implementar projeto de TV corporativa.	83,212	CCS	SMC	Projeto elaborado (sim/não) Projeto implementado (sim/não)
2	6.1.1	Aperfeiçoar, adquirir ou criar estrutura adequada para atuar nas mais diversas vertentes da atividade de Comunicação: Estações modernas; Equipamentos de ponta; Estúdio.	66	CCS	-	Quantidade de equipamentos/ Estrutura aperfeiçoadas. Periodicidade anual
3	7.1.2	Fomentar nas mídias as pautas positivas da corporação.	62,485	CCS	SAI	Quantidades de mídias/pautas veiculadas. Periodicidade mensal
4	2.2.1	Capacitar o efetivo do SISCOP em mídias sociais.	62,152	CCS	DEC	Quantidade do efetivo capacitado/ efetivo existente



5	7.1.3	Estabelecer procedimento para respostas, no âmbito da Comunicação Social, à crises e emergências.	61,848	CCS	Chefia do CCS	Procedimento para resposta elaborado (sim/não)
6	2.1.1	Elaborar projeto de capacitação voltado para as novas tendências da Comunicação.	60,030	CCS	DEC	Projeto elaborado (sim/não) Quantidade do efetivo capacitado/efetivo previsto
7	6.1.2	Demandar projetos específicos para instalações físicas adequadas para a comunicação organizacional.	59,091	CCS	-	Demanda realizada (sim/não)
8	3.1.1	Desenvolver e implantar programa de incentivo (condecorações, menções de louvor, elogios, dispensa recompensas, dentre outras) a produtividade ao efetivo que atua no SISCOM.	58,333	CCS	-	Programa elaborado (sim/não) Programa implantado (sim/não)
9	5.2.2	Elaborar o manual de cerimonial.	58,303	CCS	SRP	Manual elaborado (sim/não)



10	9.1.1	Otimizar o processo de análise corrente das informações veiculadas na mídia a respeito da Corporação ou de assuntos referentes a segurança pública, para o melhor assessoramento institucional.	57,909	CCS	SAI	Processo otimizado (sim/não)
11	9.2.1	Elaborar projeto para monitoramento de atores e variáveis externas que possam impactar na imagem da Corporação.	56,939	CCS	SAI	Projeto elaborado (sim/não)
12	7.2.4	Aferir o nível de satisfação da sociedade com os serviços prestados pela PMDF (pesquisa de satisfação).	56,879	CCS	SAI	Pesquisa aplicada (sim/não) Percentual de Satisfação (Positiva/Neutra/Negativa)
13	2.2.4	Capacitar o efetivo do SISCOB em assessoria de imprensa.	56.545	CCS	SAI	Quantidade do efetivo capacitado/efetivo existente
14	5.2.1	Elaborar o manual de entrevista e assessoria de imprensa.	56,303	CCS	SAI	Manual elaborado (sim/não)
15	5.3.1	Estabelecer parcerias com órgãos nacionais e internacionais para intercâmbio de conhecimento em segurança pública.	55,818	CCS	SRI	Parceria estabelecida (sim/não)



16	7.1.4	Manter e treinar equipe para respostas em regime de plantão de 24 horas.	55,212	CCS	SAI	Treinamento realizado (sim/não) Periodicidade semestral
17	8.1.1	Desenvolver e implementar projeto para difusão de campanhas educativas.	53,303	CCS	-	Projeto desenvolvido (sim/não) Projeto implementado (sim/não)
18	1.1.1	Otimizar o processo de elaboração do plano de utilização dos recursos orçamentários (PIO).	52,970	CCS	DLF	Processo otimizado (sim/não)
19	2.1.2	Capacitar os Oficiais, integrantes do Sistema de Comunicação da PMDF (SISCOM/ PMDF), em Gestão da Comunicação.	52,333	CCS	-	Quantidade do efetivo capacitado/ efetivo existente
20	7.2.3	Realizar pesquisa de opinião em assuntos de interesse corporativo.	51,545	CCS	-	Pesquisa realizada (sim/não) Periodicidade anual
21	7.1.1	Desenvolver e implantar mecanismos eficientes voltados a melhorar e aprimorar as ações voltadas para a Comunicação Organizacional.	49,394	CCS	-	Mecanismos desenvolvidos (sim/não) Mecanismos implantados (sim/não)
22	1.1.2	Otimizar a captação de recursos extra orçamentários.	49,364	CCS	DLF	Captação otimizada (sim/não)



23	7.1.5	Ampliar a divulgação dos projetos sociais desenvolvidos pela Corporação.	49,212	CCS	-	Divulgação ampliada (sim/não)
24	7.2.2	Estimular a realização de pesquisa de interesse da Comunicação Social da PMDF.	49,182	CCS	-	Pesquisa realizada (sim/não)
25	7.1.6	Criação de protocolo e transmissão da informação.	48,758	CCS	-	Protocolo criado (sim/não)
26	7.2.1	Desenvolver trabalhos de monitoramento e ativação das redes sociais.	46,848	CCS	-	Monitoramento e ativação desenvolvidas (sim/não)
27	5.3.2	Estabelecer parcerias com outras organizações governamentais, não governamentais e empresa privadas para fomentar o desenvolvimento da atividade de comunicação organizacional.	46,576	CCS	SRI	Parcerias estabelecidas (sim/não)
28	5.4.1	Realizar seminários e palestras sobre as atividades institucionais voltadas para a comunicação social.	46,545	CCS	-	Seminário realizado (sim/não)
29	8.2.3	Otimizar as redes sociais e canais em plataformas de vídeos on-line da corporação.	46,182	CCS	SMC	Redes sociais e canais otimizados (sim/não)



30	3.1.2	Propor a criação da medalha do mérito de comunicação social.	45,758	CCS	GCG	Medalha criada (sim/não)
31	7.1.7	Desenvolver campanhas educativas e de utilidade pública no campo da Segurança Pública.	45,727	CCS	-	Campanhas desenvolvidas (sim/não)
32	2.2.2	Capacitar o efetivo do SISCOM em marketing e criação.	44,636	CCS	SMC	Quantidade do efetivo capacitado/efetivo existente
33	2.2.3	Capacitar o efetivo do SISCOM em relações públicas.	44,636	CCS	SRP	Quantidade do efetivo capacitado/efetivo existente
34	4.1.1	Implantar processo de seleção do efetivo do SISCOM de acordo com a capacidade técnica.	42,939	CCS	-	Processo seletivo implantado (sim/não)
35	2.2.5	Elaborar calendário de media training e sensibilização para ações de comunicação direcionado ao pessoal do SISCOM.	42,818	CCS	SAI	Calendário elaborado (sim/não)
36	1.1.4	Elaborar projeto para captação de recursos por meio de convênios com entes governamentais.	42,273	CCS	-	Projeto elaborado (sim/não)



37	5.1.1	Desenvolver pesquisa a fim de conhecer e mapear os públicos alvos para o desenvolvimento de ações de comunicação adequados.	40,727	CCS	-	Pesquisa desenvolvida (sim/não)
38	1.1.3	Elaborar estudos para captação de patrocínios da iniciativa privada para programas sociais.	36,788	CCS	-	Estudos elaborado (sim/não)
39	5.1.2	Avaliar os trabalhos acadêmicos na área de Comunicação desenvolvidos no âmbito corporativo a fim de verificar aplicabilidade institucional.	35,424	CCS	DEC	Trabalhos avaliados (sim/não)
40	8.2.2	Elaborar e implementar rádio FM corporativa.	31,242	CCS	SMC	Projeto elaborado (sim/não) Projeto implementado (sim/não)



Nossos canais de comunicação



FACEBOOK
/PMDFOFICIAL



YOUTUBE
@PMDFOFICIAL



X (EX-TWITTER)
@PMDFOFICIAL



INSTAGRAM
@PMDFOFICIAL



TIKTOK
@PMDFOFICIAL



SITE
PORTAL.PM.DF.GOV.BR

OUVIDORIA

Endereço: Setor Policial - SPO AE
Conjunto 04, Anexo do QCG - PMDF
Brasília - DF, CEP 70.610-200

Horário: Segunda a quinta, das 07 às 19h
e as sextas-feiras das 07h às 13h.

Telefones: (61) 3190.7709 e 3190.7710.



POLÍCIA MILITAR
DISTRITO FEDERAL

MUITO MAIS QUE SEGURANÇA!