

# NOVA ESTRUTURA GLOBO

Em setembro de 2018, lançamos o Programa **UMASÓGLOBO**, com dois objetivos principais:

- Desenvolver uma estratégia para o Grupo Globo que combinasse a força dos seus negócios atuais com as oportunidades trazidas pelos novos negócios digitais;
- Construir uma empresa única, que tornasse realidade essa estratégia, aproveitando as diferentes competências da TV Globo, da Globosat, da Som Livre, da Globo.com e da DGCORP.

A estratégia de negócios foi em seguida detalhada e aprovada pelo Conselho de Administração do Grupo Globo. Ela estabelece que seremos uma empresa voltada para o relacionamento direto com o consumidor, centrada no mercado brasileiro, baseada em produtos e serviços de mídia que criem experiências emocionantes para as pessoas.

Atuaremos com diferentes modelos de negócios sustentados por soluções integradas de publicidade, por receitas de assinaturas e por parcerias com empresas que compartilhem de nossos ecossistemas. A capacidade de produzir conteúdos de qualidade exclusivos para nossas plataformas, o profundo conhecimento da jornada dos nossos consumidores por meio de dados, a criação de soluções publicitárias multiplataforma e o desenvolvimento de plataformas de distribuição serão os viabilizadores dessa estratégia.

Foi definido, também, que a nova empresa decorrente da integração dos negócios e empresas existentes deveria passar a se chamar **Globo**.

Hoje, apresentamos o primeiro nível da nova estrutura da Globo, que foi desenhada com base em algumas premissas:

- Conteúdo é nossa grande vantagem competitiva;
- A organização deve ser orientada por produtos digitais, lineares e publicitários;
- A gestão de canais e serviços deve ser separada da gestão de produção de conteúdo;
- Os negócios digitais devem ser centralizados em uma única área;
- As expertises corporativas devem ser consolidadas em centros de competências que possam influenciar e apoiar toda a empresa.

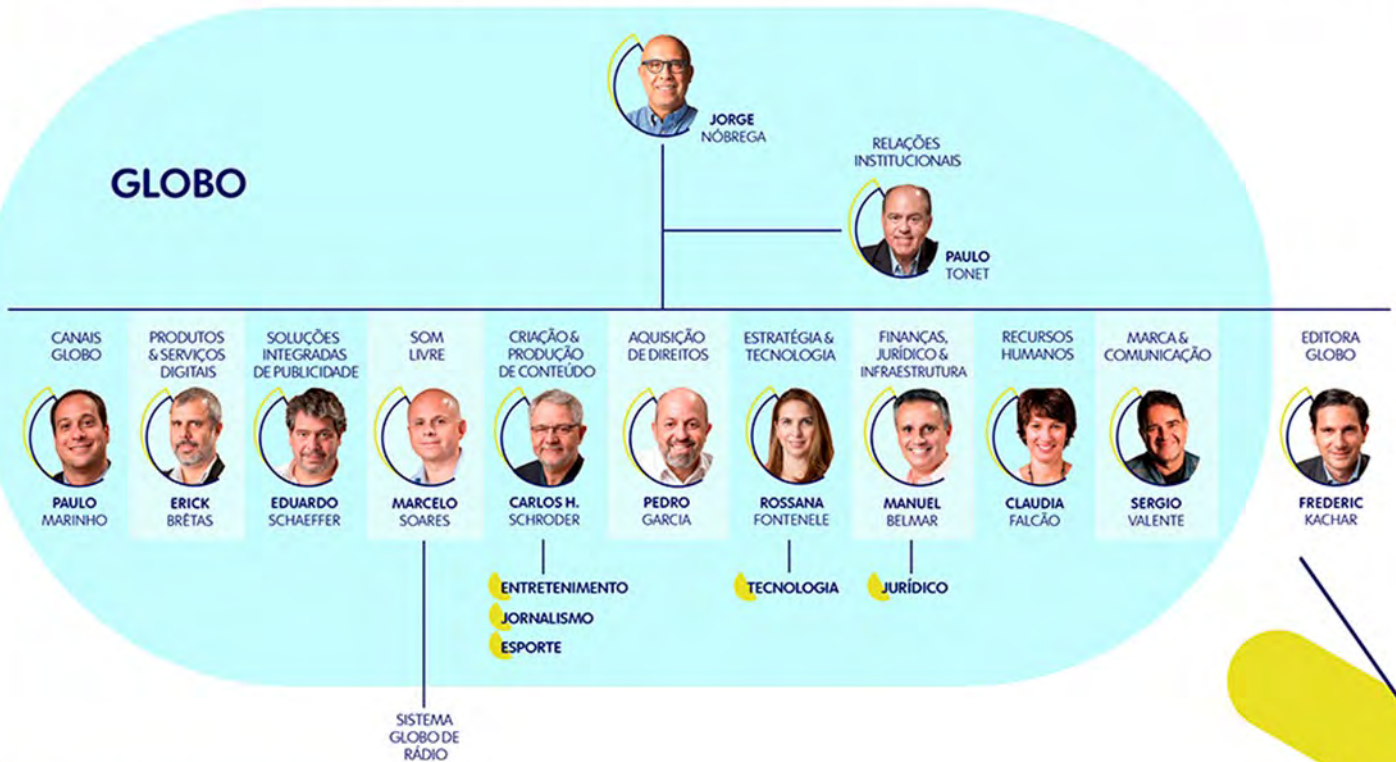
Para efeito de compreensão, as áreas da nova Globo podem ser agrupadas em três blocos de natureza distinta: Centros de Resultado, Operações Core e Gestão Corporativa. O sucesso dessa organização dependerá da interação e colaboração constante entre todas as áreas, sempre norteadas por um objetivo comum: maximizar o valor dos nossos negócios como um todo.

Os **CENTROS DE RESULTADO** representam a camada de interação com consumidores e anunciantes. São os Canais Globo (lineares), Produtos & Serviços Digitais e Soluções Integradas de Publicidade.

As **OPERAÇÕES CORE** englobam os centros de excelência que viabilizam nossos produtos e serviços e que garantem nossa vantagem competitiva. São as áreas de Criação & Produção de Conteúdo (Entretenimento, Jornalismo e Esporte), de Aquisição de Direitos e de Tecnologia.

A **GESTÃO CORPORATIVA** envolve as atividades de proposição e alinhamento da estratégia de negócios, a gestão de recursos e ativos da empresa, o relacionamento estratégico com parceiros e a comunicação com diferentes públicos. São as áreas de Estratégia, Finanças, Jurídico & Infraestrutura, Recursos Humanos, Marca & Comunicação e Relações Institucionais.

A seguir, apresentamos as áreas que compõem a nova estrutura, seus líderes e uma breve descrição de suas responsabilidades:



## CENTROS DE RESULTADO

**CANALS GLOBO** | Liderança: Paulo Marinho

Esta área fará a gestão do portfólio de canais lineares de televisão: TV Globo e canais de TV por assinatura. A gestão da TV Globo tem como missão alavancar a audiência para maximizar a receita publicitária, enquanto os canais de TV por assinatura buscam sua rentabilidade maximizando a equação de audiência, relevância de marca e receita de assinaturas. Esta estrutura contemplará as funções de gestão de programação da TV Globo, gestão dos canais por assinatura, da relação com as afiliadas e dos negócios internacionais.



## PRODUTOS & SERVIÇOS DIGITAIS | Liderança: Erick Brêtas

Terá como missão aumentar o número de usuários e assinantes que consomem produtos e serviços digitais da Globo e construir modelos de negócios capazes de remunerar o investimento digital da empresa por meio da maximização da equação de receitas de assinatura e de publicidade. Tudo isso alimentado por uma conexão constante, baseada em dados, com todos os usuários e assinantes dos produtos digitais. Esta estrutura contemplará, entre outras funções, a gestão de produtos digitais, o desenvolvimento de produtos, a gestão da jornada dos consumidores e a gestão de portfólio digital, incluindo produtos como Globoplay, Cartola, G1, globoesporte.com, Gshow e home Globo.com, assim como novos produtos e serviços que venham a ser lançados.

## SOLUÇÕES INTEGRADAS DE PUBLICIDADE | Liderança: Eduardo Schaeffer

Esta área vai concentrar toda a venda de publicidade com a missão de maximizar nossa receita publicitária, por meio da monetização dos inventários lineares e digitais. A integração das vendas em uma única estrutura facilitará a entrega de soluções multiplataforma que alavanquem nosso potencial. A área será responsável pela venda efetiva de publicidade, por meio das melhores soluções para as marcas anunciantes, pelo *trade marketing*, relacionamento com clientes e relacionamento com agências de publicidade.

## SOM LIVRE | Liderança: Marcelo Soares

A Som Livre se mantém como unidade de negócio, beneficiando-se da tecnologia e dos diversos serviços corporativos da empresa.

## OPERAÇÕES CORE

### CRIAÇÃO & PRODUÇÃO DE CONTEÚDO – Entretenimento, Jornalismo e Esporte | Liderança: Carlos H. Schroder

A missão da área será prover diferentes serviços e produtos de conteúdo exclusivo de alta qualidade, pilar fundamental dos nossos negócios. Deverá estabelecer uma relação de mão dupla com as áreas de canais lineares e de produtos e serviços digitais, propondo conteúdos inovadores e atendendo às demandas requeridas pelos diferentes segmentos de públicos e formas de consumo. Deverá atrair, desenvolver e gerir os talentos artísticos e jornalísticos da empresa para obter os melhores resultados na criação e produção de conteúdo. Também terá a missão de garantir eficiência dos seus processos, operando com custos adequados.

### AQUISIÇÃO DE DIREITOS | Liderança: Pedro Garcia

Esta área se dedicará à negociação, aquisição e gestão de diversos tipos de direitos necessários à produção audiovisual principalmente em esportes e entretenimento, sob demanda das áreas de produtos, serviços e de produção de conteúdo.

### TECNOLOGIA | Liderança: Raymundo Barros

A área de Tecnologia tem como missão viabilizar nossa transformação em uma empresa *mediatech*. O modelo de operação da tecnologia se baseia no desenvolvimento de soluções para o negócio, contemplando os serviços de produção e distribuição de conteúdo, de desenvolvimento de produtos digitais, de gestão de dados e de infraestrutura.

Por sua importância estratégica no processo de transformação, a tecnologia se reportará à área de Estratégia & Tecnologia.

## GESTÃO CORPORATIVA

### ESTRATÉGIA & TECNOLOGIA | Liderança: Rossana Fontenele

A área tem a missão de construir a visão de longo prazo da empresa e garantir o alinhamento estratégico das diversas áreas a partir dessa visão. Sua atuação envolve também a estratégia de parcerias de longo prazo, gestão de investimentos, negociação de contratos de distribuição (G2C), a Tecnologia e a coordenação do Programa **UMASÓGLOBO**.

A Globo permanece subordinada ao Conselho de Administração, que mantém a estrutura de governança existente, da qual destaca dois órgãos essenciais para orientação da empresa:

O CONSELHO EDITORIAL, responsável por discutir e propor orientação e alinhamento em questões editoriais, coordenado pelo vice-presidente Editorial, João Roberto Marinho, tendo Ali Kamel como representante da Globo.

O COMITÊ INSTITUCIONAL, com o papel de analisar o ambiente e propor linhas de atuação para nossas relações institucionais. Também coordenado pelo vice-presidente Editorial, João Roberto Marinho, tem a participação do vice-presidente de Relações Institucionais, Paulo Tonet Camargo e do Diretor Jurídico, Antonio Cláudio Netto.

## PRÓXIMOS PASSOS

Com a divulgação de hoje, começamos uma etapa de detalhamento da estrutura das áreas, com a participação das lideranças envolvidas, que assumem suas novas posições a partir de janeiro de 2020. Para as áreas Canais Globo, Produtos & Serviços Digitais, Soluções Integradas de Publicidade e Marca & Comunicação, este detalhamento ocorrerá no âmbito do Programa **UMASÓGLOBO**, que passará a contar com Vanessa Pina como parte de sua equipe.

Além disso, em breve, teremos o início de três novos PODs:

POD RECURSOS HUMANOS INTEGRADOS, para definir o modelo de operação integrado do RH.

POD RELAÇÃO CONTEÚDO & CANAIS/DIGITAL, para definir o modelo de relacionamento entre Criação & Produção de Conteúdo com os Canais Globo e com os Produtos & Serviços Digitais.

POD RELAÇÃO ENTRE COMERCIAL & CONTEÚDO/CANAIS/DIGITAL, para definir o modelo de relacionamento entre Soluções Integradas de Publicidade com Criação & Produção de Conteúdo, Canais Globo e Produtos & Serviços Digitais.

Essa nova organização é um enorme avanço para viabilizar a estratégia que escolhemos. Seremos uma empresa mais ágil, mais eficiente e atuando de forma mais cooperativa na busca de resultados. Faremos isso juntos, com a participação de todos vocês.

E continuaremos a ser, cada vez mais, o ambiente onde os brasileiros se encontram e onde vivem experiências emocionantes que enriquecem suas vidas.

### Jorge Nóbrega

Presidente-executivo