

CASE APRESENTADO AO PRÊMIO JATOBÁ 2025  
VERTICAL: COMUNICAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS OU PÚBLICAS BRASIL  
CATEGORIAL: REPORTE DE RESULTADOS

# KPIs e reporte inteligente



**Como a Comunicação da  
ANBIMA transformou  
dados em gestão e  
reputação**



**ANBIMA**

# KPIs que reposicionaram a Comunicação da ANBIMA como núcleo estratégico

O case de KPIs da ANBIMA representa uma mudança de paradigma: a transformação da Comunicação de uma área em um núcleo estratégico que gera valor institucional a partir da inteligência em dados. Mais do que medir resultados, passamos a contar histórias com números, traduzindo métricas complexas em narrativas claras e visuais que apoiam a tomada de decisão da diretoria, fortalecem a reputação da Associação e mobilizam lideranças internas.

Criamos um ecossistema de reporte inovador, que combina frequência, personalização e criatividade. **Relatórios semestrais e anuais** ganharam benchmarks de mercado, tornando-se mais comparáveis e compreensíveis. Os **reportes mensais Segue a Thread** garantiram tempestividade e proximidade com as áreas-cliente. Os **reportes de Relacionamento com Associados**, que também são mensais, oferecem às lideranças uma sistematização das ações e demandas e aponta tendências observadas. A **Retrospectiva em vídeo** deu leveza e atratividade à apresentação dos números, enquanto a **Sua Retrospectiva**, personalizada no estilo Spotify Wrapped, reconheceu e engajou os porta-vozes da ANBIMA, gerando pertencimento e compartilhamento espontâneo.

Essa jornada posicionou a Comunicação como área estratégica orientada a dados, consolidando uma cultura de reporte inteligente que vai além da prestação de contas. O case mostra como inovação, criatividade e análise rigorosa podem transformar relatórios em instrumentos de gestão, engajamento e legado — um marco que evidencia o papel central da Comunicação na construção de reputação e inteligência institucional.

Mais do que informar, nossos reportes passaram a inspirar, reconhecer e mobilizar pessoas. Ao valorizar os porta-vozes com produtos personalizados e dar visibilidade ao impacto do trabalho de cada área, criamos um ambiente de engajamento e pertencimento. Diretores e executivos destacaram a clareza e a relevância dos novos formatos, reforçando a Comunicação como parceira estratégica. Essa transformação não é pontual: consolidou uma cultura de reporte inteligente, que fortalece vínculos internos, projeta confiança e posiciona a ANBIMA como referência em gestão de comunicação baseada em dados.

## Amanda Brum e equipe de Comunicação da ANBIMA

Com inovação, criatividade e análise rigorosa, os KPIs transformaram a Comunicação da ANBIMA em um centro de inteligência institucional — capaz de orientar decisões, engajar lideranças e fortalecer a reputação da Associação.



# Para começar, queremos falar sobre a ANBIMA

A ANBIMA, entidade que representa os mercados financeiro e de capitais, reúne mais de 1.500 empresas do setor que contam conosco para defender seus interesses e atuar em prol do desenvolvimento econômico sustentável do Brasil. São bancos, gestoras de recursos, corretoras, plataformas de distribuição de valores mobiliários e fintechs que se encontram na ANBIMA.

Nossa atuação está centrada em cinco atividades principais. O core business é o advocacy, ou seja, a interlocução com os stakeholders nacionais e internacionais para defesa dos interesses do mercado.

Também temos um modelo de autorregulação e supervisão, no qual as instituições se comprometem a seguir voluntariamente as regras que elas mesmas criam e nós fiscalizamos para garantir a evolução sustentável do setor.

Outra frente é a capacitação dos profissionais de mercado por meio de cursos e certificações e a disseminação de conteúdos gratuitos de educação financeira para a população.

Há, ainda, o compromisso com a disponibilização de informações, por meio de publicações e ferramentas, sobre o mercado, o que nos torna a maior base de dados sobre fundos e mercado de capitais do Brasil. Além disso, temos o compromisso de prover estudos e pesquisas para fornecer insights para o mercado.

**Nesse ecossistema de representação, autorregulação, capacitação e produção de conhecimento, a Comunicação ocupa um papel estratégico: é por meio dela que traduzimos a complexidade do mercado em narrativas claras, acessíveis e mobilizadoras. Os reportes de resultados são parte essencial desse movimento, porque não apenas mensuram entregas, mas as transformam em inteligência que orienta a tomada de decisão, fortalece vínculos com os associados e projeta a ANBIMA como referência em gestão baseada em dados.**

# De relatórios técnicos a inteligência de gestão: comunicação como pilar de reputação e inteligência

Durante muitos anos, a Comunicação foi vista como uma “área meio”, responsável por divulgar informações institucionais e dar suporte às demais frentes da Associação. Sua atuação era percebida como operacional, distante das decisões estratégicas que moldam a reputação e a cultura organizacional. Esse cenário começou a mudar à medida em que a ANBIMA reconheceu que a comunicação não apenas transmite mensagens, mas constrói narrativas, fortalece vínculos e sustenta a governança. A consolidação dessa nova visão exigia um passo crucial: transformar o modo como reportávamos resultados.

O desafio estava em romper com relatórios técnicos e pouco compreensíveis, que se limitavam a números. Era necessário criar instrumentos capazes de traduzir dados em inteligência — mostrando tendências, contextualizando desempenhos e revelando impactos concretos para o negócio e para a reputação da associação.

Além de prestar contas, os reportes precisavam facilitar a tomada de decisão do CEO, da diretoria e das áreas-cliente, tornando-se ferramentas estratégicas de gestão.

Essa mudança cultural posicionou a Comunicação em outro patamar como parceira estratégica do planejamento institucional, capaz de gerar insights, mobilizar lideranças e consolidar a ANBIMA como referência em comunicação baseada em dados.

**A Comunicação converteu o reporte em um instrumento de gestão que agrega valor às decisões das lideranças, qualifica o relacionamento com os associados e consolida a reputação da ANBIMA.**



# A força de uma comunicação data driven

Com uma abordagem inovadora e orientada por dados, a ANBIMA reposicionou sua comunicação e transformou o reporte em uma plataforma estratégica. Em lugar de planilhas fragmentadas, construímos um sistema integrado que conecta resultados de imprensa, redes sociais, eventos e campanhas em análises claras, comparáveis e úteis para a liderança.

O movimento se estruturou em três pilares:

**clareza para traduzir dados complexos em insights acessíveis**

**comparabilidade com benchmarks internos e de mercado que qualificam a análise**

**inovação com formatos inéditos**

**de reportes mensais personalizados a retrospectivas criativas em vídeo e produtos exclusivos para porta-vozes**

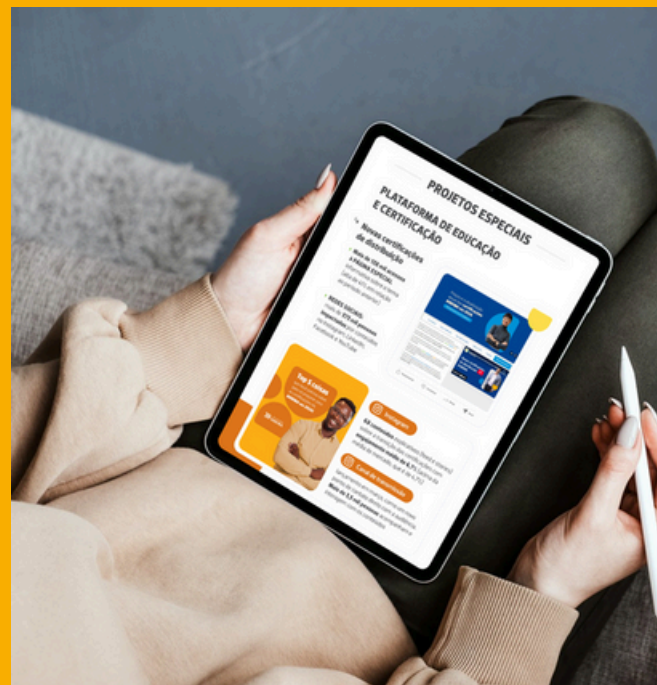
## Investimento

A transformação de todos os reportes em um ecossistema estratégico foi realizada com intensa dedicação da equipe de Comunicação da ANBIMA e um investimento de R\$ 51 mil.

O valor contemplou a contratação de designers para a diagramação dos relatórios semestrais e anual, o apoio de uma agência para gravação e edição da Retrospectiva em Vídeo e a elaboração dos vídeos personalizados para os porta-vozes da imprensa.

O diferencial esteve na alta eficácia com que o recurso foi utilizado. A equipe de Comunicação da ANBIMA concebeu e executou a maior parte das entregas, utilizando contratações pontuais apenas para potencializar a qualidade técnica e estética dos produtos.

Essa combinação de planejamento preciso, inteligência interna e uso estratégico de recursos garantiu resultados de grande impacto institucional, consolidando o reporte como um ativo de gestão e reputação.



# Um ecossistema integrado de reporte

A transformação da comunicação em inteligência ganhou vida em um portfólio de produtos inovadores, que tornaram o reporte um ativo estratégico, inspirador e engajador. Confira nesta e nas páginas a seguir os elementos desse conjunto de reportes.

## Aprimoramento nos relatórios semestrais e anuais

Sempre entregamos às áreas-cliente relatórios de resultados em janeiro e julho, mas, ao longo do tempo, passamos a aprimorar esses materiais com novas informações, principalmente para garantir comparabilidade.

Nos indicadores das redes sociais privilegiamos métricas de alcance e engajamento, sempre contextualizadas com a média da ANBIMA no período — o que permite avaliar rapidamente o desempenho de cada conteúdo.

Na frente de imprensa, destacamos o percentual de exposição de temas-chave (como fundos de investimento, educação financeira e sustentabilidade), considerando volume, relevância dos veículos e espaço editorial. Os dados são comparados com outros assuntos divulgados pela ANBIMA e com o histórico do próprio tema.

Também evidenciamos a posição dos porta-vozes no ranking geral da instituição.

Além destes parâmetros, ampliamos a análise incluindo benchmarks de mercado em ações como e-mail marketing. Também foi criada uma seção dedicada a projetos de destaque.



**Acesse aqui nossos reportes anuais e semestrais completos.**



## Segue a thread

O Segue a Thread, enviado até o quinto dia útil de cada mês por e-mail, para cada área cliente da Comunicação, traz os resultados das ações feitas para a área cliente no mês anterior e as atividades – que nem sempre geraram resultados no período. Também são listadas as divulgações futuras.

Assim como nos relatórios semestrais, são incluídas métricas de referência das entregas. O objetivo é que os clientes acompanhem os resultados frequentemente e não apenas ao final do semestre.



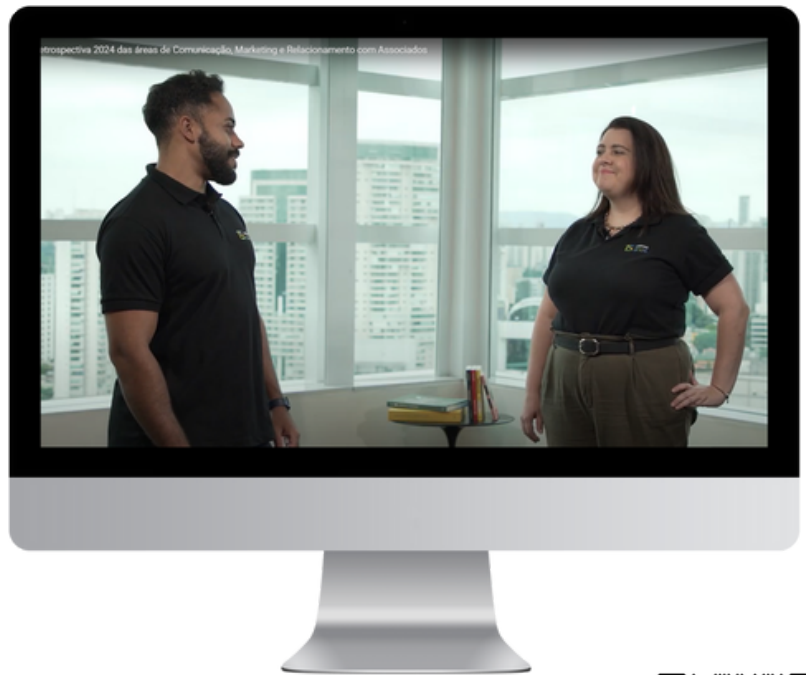
Exemplo de visualização de um Segue a Thread que chega todo mês para cada área-cliente

## Retrospectiva 2024

Além do relatório consolidado anual, criamos uma revista eletrônica que faz uma retrospectiva, de forma leve e bem-humorada, dos principais acontecimentos do ano. O objetivo foi chamar atenção para os números sem cair na mesmice e usando a metalinguagem do nosso próprio setor: criando um produto de comunicação.

Esse material foi preparado pelo próprio time de Comunicação, que roteirizou e atuou em frente às câmeras, e entregue junto com os demais relatórios para a alta liderança.

Os clientes se sentiram representados e tiveram uma visão global da entrega de resultados.



Assista à retrospectiva anual apresentada pela equipe da ANBIMA que conta nossas principais conquistas



## Relatório mensal de Relacionamento com Associados

Entre as diversas atividades da Comunicação da ANBIMA está o Relacionamento com Associados, que também conta com reportes frequentes. Mensalmente é feito um relatório que sistematiza todas as interações realizadas - contatos por telefone, trocas de e-mail e, sobre tudo, visitas presenciais.

Esse material deixou de ser apenas um registro operacional e passou a ser uma ferramenta estratégica, oferecendo à diretoria e a todas as áreas da ANBIMA uma visão qualificada do diálogo com os associados.

O documento reúne percepções, identifica demandas recorrentes e aponta tendências, transformando a rotina de relacionamento em inteligência aplicada para apoiar a tomada de decisão e fortalecer a proximidade institucional com o setor.

[Acesse aqui nossos reportes de relacionamento com associados](#)

## Sua retrospectiva

Os porta-vozes da ANBIMA são, em sua maioria, executivos do mercado de capitais que trabalham voluntariamente para a Associação. A participação deles em coletivas de imprensa e a concessão de entrevistas demanda preparo e tempo, por isso nada mais justo do que reconhecer sua disponibilidade e interesse.

Para isso, criamos uma retrospectiva inspirada no Spotify, com os destaques de atuação dos top 10 porta-vozes da ANBIMA no ano.

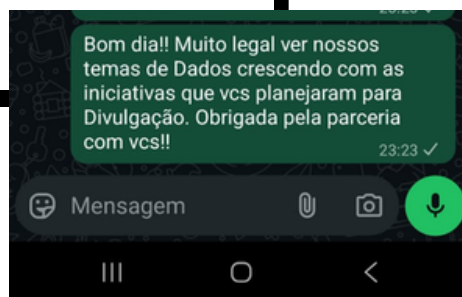
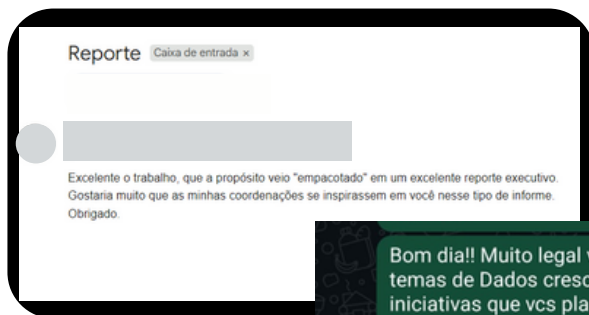
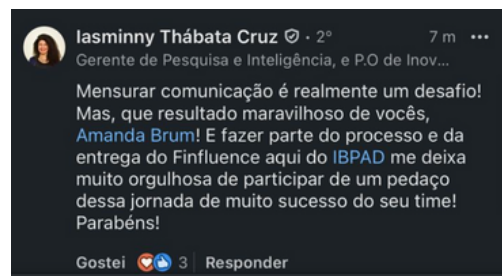
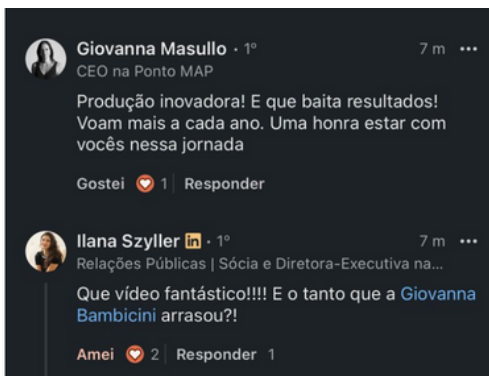
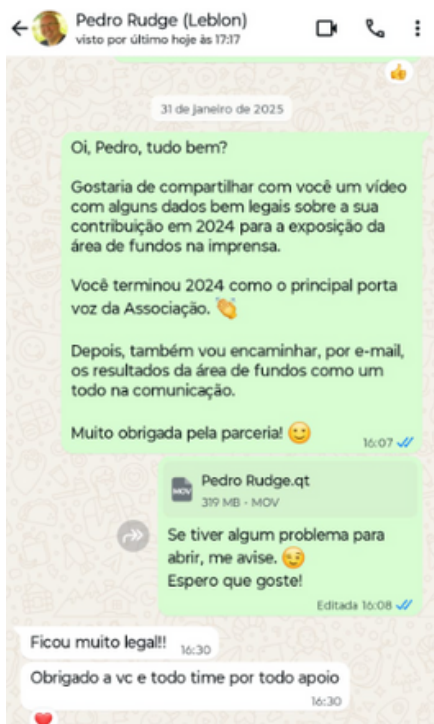
Cada um recebeu um resumo personalizado com seus principais feitos: número de entrevistas, coletivas, encontros de relacionamento, temas mais abordados, matérias publicadas, veículos em que apareceu, repórteres com quem mais interagiu e sua posição no ranking top 10.

A retrospectiva, enviada por WhatsApp, se tornou um produto de engajamento. Valorizou os porta-vozes, gerou o sentimento de pertencimento e incentivou o compartilhamento espontâneo nas redes sociais.



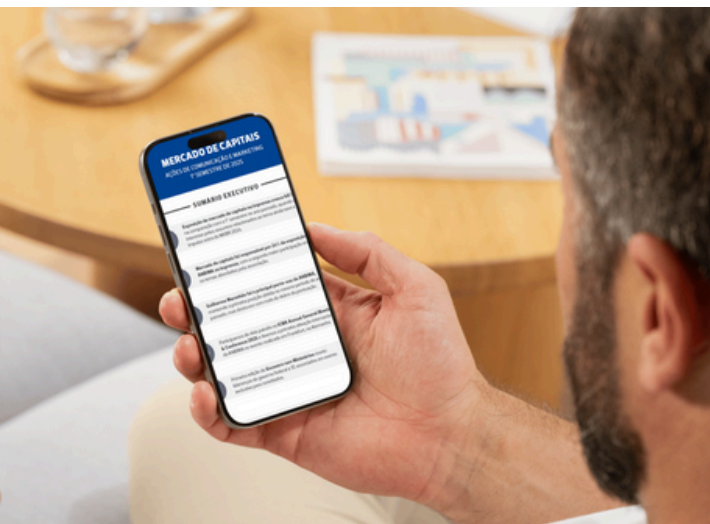
# Resultados mais claros, comparáveis e estratégicos

O novo ecossistema de reporte transformou a forma como a Comunicação é percebida e utilizada dentro da ANBIMA. Reunimos nesta página alguns depoimentos de executivos, lideranças e profissionais de Comunicação da ANBIMA sobre os reportes.



Os relatórios da Comunicação têm sido fundamentais para ampliar minha visão sobre as iniciativas da ANBIMA como um todo — inclusive ações que, antes, passavam despercebidas. Esse panorama completo tem sido essencial para gerar insights valiosos e embasar decisões de alto impacto. Um exemplo concreto foi a criação de um novo plano de posicionamento institucional, diretamente inspirado pelos dados e análises desses reportes.

Zeca Doherty  
Diretor-executivo da ANBIMA



# Engajamento e reconhecimento como pilares de uma nova cultura de reporte

Com o case de KPIs, a ANBIMA demonstrou que comunicar resultados pode ser tão estratégico quanto defini-los. Ao transformar relatórios em ferramentas vivas de análise, conseguimos dar novo sentido aos dados, que se tornaram narrativas que demonstram tendências, contextualizam desempenho e revelam impactos concretos para a Associação e para o mercado.

Essa evolução não se deu apenas no formato, mas na essência: cada entrega foi concebida para unir clareza, comparabilidade e inovação.

Ao tornar a Comunicação parte da gestão, os reportes passaram a inspirar e orientar decisões das lideranças, além de fortalecer vínculos internos e gerar orgulho institucional.

Mais do que registrar entregas, o case consolidou uma cultura de reporte inteligente e inovadora, que projeta a Comunicação como parceira estratégica e posiciona a ANBIMA como protagonista em inteligência de dados no mercado de capitais.

**Avançamos para um ecossistema de KPIs e criamos uma cultura de reporte inteligente em que dados significam estratégia, impacto e construção de valor futuro para a ANBIMA e para o mercado.**



**Presidente**

Carlos André

**Diretores**

Adriano Koelle, Andrés Kikuchi, Aquiles Mosca, Carlos Takahashi, César Mindof, Denísio Liberato, Eduardo Azevedo, Eric Altafim, Fernanda Camargo, Fernando Rabello, Flávia Palacios, Giuliano De Marchi, Gustavo Pires, Júlya Wellisch, Pedro Rudge, Roberto Paolino, Roberto Paris, Rodrigo Azevedo, Sérgio Bini, Sérgio Cutolo, Teodoro Lima e Zeca Doherty

**Comitê Executivo**

Amanda Brum, Eliana Marino, Francisco Vidinha, Guilherme Benaderet, Lina Yajima, Marcelo Billi, Soraya Alves, Tatiana Itikawa, Thiago Baptista e Zeca Doherty

**Superintendência de Comunicação, Marketing e Relacionamento**

Amanda Brum

Case para Prêmio Jatobá 2025**Direção e conteúdo**

Fabiana Dias - Mais Argumento

**Revisão técnica**

Marineide Marques, Paula Diniz, Giovanna Bambicini - ANBIMA