

RELATÓRIO GECOM

01 | 2020

1. Introdução

Este relatório, elaborado pela Gerência de Comunicação e Marketing – GECOM, consiste em um conjunto de informações, na forma de textos, indicadores e tabelas, com o objetivo de apresentar as principais ações de comunicação e marketing, o acompanhamento da execução orçamentária e os indicadores da GECOM.

2. Principais Ações de Comunicação e Marketing

A GECOM elaborou, em parceria com o GABIN, a campanha de lançamento do segundo curso de EAD da Funpresp-Jud sobre as “Noções Básicas de Investimentos”. As inscrições foram abertas, no dia 3 de fevereiro, para os servidores, membros, Representantes Funpresp-Jud, participantes e interessados, resultando em 492 inscrições.

A gerência apoiou a GEPES na divulgação e organização dos treinamentos para o Sistema Eletrônico de Informações - SEI e também para o primeiro curso *in company* “Contexto de Gestão de Riscos e seus Processos”, em parceria com a UniAbrapp.

Em relação ao trabalho desenvolvido nas três mídias sociais em que a Funpresp-Jud está presente, Facebook, Lindekin e Youtube, foram realizadas 36 postagens.

Em janeiro foram 21 postagens no Facebook, com um incremento de 30 novos seguidores em relação a dezembro de 2019. Atualmente, a página da Fundação possui 1.282 seguidores.

No canal do Youtube, foram postados cinco vídeos de educação financeira, com as seguintes temáticas: “Por que educação financeira é tão importante?”; “5 dicas de finanças pessoais”; “Crédito Consciente”; “Como economizar com o material escolar” e “Tipos de despesas”. Atualmente o canal possui 1.284 inscritos, 22 a mais em relação a dezembro/2019.

No LinkedIn, a página alcançou 745 seguidores, 72 a mais em relação a dezembro/2019. Nesta rede foram realizadas 10 postagens.

A produção de releases no mês resultou em 19 notícias publicadas por 12 órgãos patrocinadores: STJ, CNJ, TJDFT, MPDFT, TST, TRT-2, TRT-4, TRT-8, TRT-11, TRF-1, SJ-PI e SJ-GO, por meio do retorno recebido das publicações. Encontramos 11 notícias pautadas por nossos releases em mídia especializada, mídia de interesse e mídia em geral, sendo 6 em mídia de interesse (4 pela Editora Roncarati e 2 pelo Suport Consult). Em mídia especializada em Fundos de Pensão foram 5 notícias (4 no Assprevisite e 1 no Acontece).

3. Acompanhamento da Execução Orçamentária

A previsão orçamentária da GECOM integra o Caderno Orçamentário 2020 e as ações estão descritas no Plano Gerencial de Comunicação e Marketing 2020.

A tabela a seguir apresenta o acompanhamento da execução orçamentária referente às ações previstas de comunicação e marketing para o exercício de 2020 distribuído nas rubricas de Serviços de Terceiros e Despesas Gerais, bem como as executadas neste mês:

Tabela 1: Execução orçamentária - janeiro/2020

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor Jan	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e Marketing	128.913		128.224
Serviços de Buffet	24.250	-	24.250
Sistema de monitoramento de mídias sociais	8.245	600 (1)	7.645
Agência de Comunicação	77.600	-	77.600
Impulsioneamento de mídias sociais	2.328	89 (2)	2.239
Webinar	16.490	-	16.490
Despesas Gerais/Comunicação e Marketing	203.917	-	203.917
Serviços Gráficos	91.161	-	91.161
Gráfica de Conveniência	2.000	-	2.000
Brindes	21.855	-	21.855
Palestras	20.000	-	20.000
Decoração de Eventos	3.000	-	3.000
Comunicação Interna	2.000	-	2.000
Prêmio Funpresp-Jud 2020	50.000	-	50.000
Agência de eventos	3.000	-	3.000
Rede social corporativa	9.600	-	9.600
Registro no INPI	300	-	300
Banco de Imagens	1.000	-	1.000
Total	332.830	689	332.141

(1) o monitoramento de mídias sociais é realizado pela equipe da GECOM por um sistema eletrônico, com assinatura mensal, no qual são monitoradas as menções sobre a Funpresp-Jud realizadas nas principais mídias sociais com o objetivo de identificar tendências, proteger a reputação da marca, entender a opinião pública, perceber oportunidades, promover melhorias e controlar e prevenir as ameaças de crise; promover engajamento com os membros e servidores do Poder Judiciário Federal e Ministério Público da União; e obter métricas de performance da atuação digital da Fundação, bem como aumentar e direcionar essa atuação.

(2) pagamento referente ao impulsioneamento de um *post* por sete dias no Facebook para a vaga de Supervisor de Riscos de Investimentos e Controle Interno, no qual 12.884 pessoas foram alcançadas, sendo 2.378 pessoas espontaneamente e 10.506 pessoas provenientes do alcance pago durante o período. O *post* obteve 408 curtidas, 26 compartilhamentos, 1.321 cliques no *link*, 6 comentários e 19 novos seguidores a partir do impulsioneamento.

3. Indicadores

Neste item será apresentado o resultado da aferição dos indicadores sob responsabilidade da GECOM, diretamente relacionados ao Planejamento Estratégico da Fundação.

Tabela 2: Indicadores de gestão

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Janeiro	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6.500	398	6%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 2 pesquisas (Participantes e Representantes)	2	1	50%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Funpresp-Jud Notícias	6	1	17%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 50 releases para publicação em mídia externa, mídia especializada e veículos de comunicação dos patrocinadores.	50	7	14%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com patrocinadores	Realizar 30 Visitas institucionais	30	0	0%	As visitas institucionais estão previstas para iniciar em março/2020
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 2 Cafés com Representantes	2	0	0%	Eventos previstos para maio e novembro/2020
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Aprimorar os canais de comunicação externa	Realizar 5 campanhas institucionais, pontuais e promocionais	5	0	0%	A primeira iniciará em março/2020

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Janeiro	Aferição	Observação
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Informativos do Patrocinador	6	0	0%	O primeiro será editado em fevereiro/2020
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Promover 2 eventos via webinar	2	0	0%	Eventos previstos para maio e novembro/2020
Atrair e Fidelizar os Participantes/ Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes/ Aprimorar os canais de comunicação externa	Elaborar 3 vídeos	3	0	0%	Vídeos previstos para março, abril e agosto/2020
Atrair e reter talentos	Realizar eventos institucionais	Realizar 4 palestras para Ciclo de Palestras	4	0	0%	Palestras previstas para fevereiro, abril, setembro e novembro/2020
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 4 Encontros Regionais para Representantes	4	0	0%	Eventos previstos para agosto e setembro/2020