

RELATÓRIO GECOM

02 | 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 apoiou a GEPES na divulgação e organização do Ciclo de Palestras com o tema "Competências do Século XXI: como se preparar para o futuro do trabalho" proferido pela Psicóloga Amanda Walter.

Em relação ao trabalho desenvolvido nas três mídias sociais em que a Funpresp-Jud está presente, Facebook, Lindekin e Youtube, foram realizadas 31 postagens.

Em fevereiro, foram 20 postagens no Facebook, com um incremento de 11 novos seguidores em relação a janeiro de 2020. Atualmente, a página da Fundação possui 1.293 seguidores.

No canal do Youtube, foram postados quatro vídeos, com as seguintes temáticas: "Poupar ou não poupar? Eis a questão"; "Como se manter atualizado na Revolução Digital"; "Competências do Século XXI: como se preparar para o futuro do trabalho" e "Como economizar com o material escolar" e "Educação Financeira para Crianças". Atualmente o canal possui 1.280 inscritos.

No LinkedIn, a página alcançou 876 seguidores, 131 a mais em relação a janeiro/2020. Nesta rede foram realizadas 7 postagens.

A produção de releases no mês resultou em 11 notícias publicadas por 8 órgãos patrocinadores: STJ, TJDFT, MPDFT, TST, TRT-11, TRF-1, SJ-DF e PRT-14, por meio do retorno recebido das publicações. Encontramos 14 notícias pautadas por nossos releases em mídia especializada, mídia de interesse e mídia em geral: 8 em mídia de interesse: 5 pela Editora Roncarati, 1 pelo Suport Consult, 1 pelo Âmbito Jurídico e 1 pela Rota Jurídica. Em mídia especializada em Fundos de Pensão foram: 3 no Investidor Institucional, 4 no AssPreviSite e 1 no Acontece. Em mídia geral foram 2 notícias: 1 no Blog do Callado e 1 Nos Bastidores da Notícia.

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 - fevereiro/2020

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Fev	Valor até Fev	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e Marketing	128.913			126.994,5
Serviços de Buffet	24.250	629,5 (1)	629,5	23.620,5
Sistema de monitoramento de mídias sociais	8.245	600 (2)	1.200	7.045
Agência de Comunicação	77.600	-		77.600
Impulsioneamento de mídias sociais	2.328	-	89	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	1.229,50	1.918,5	330.911,5

(1) pagamento de 2 *coffee break* para o primeiro curso *in company* "Contexto de Gestão de Riscos e seus Processos", em parceria com a UniAbrapp. Estão previstos no Plano de Capacitação 2020 o oferecimento de 10 cursos *in company* ao longo do ano. Eles fazem parte de Objetivo Estratégico 6 "Atrair e reter talentos", na perspectiva de Aprendizado e Crescimento do Planejamento Estratégico 2019-2022.

(2) 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.

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	Até Fev	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6500	1.009	15,5%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 2 pesquisas (Participantes e Representantes)	2	2	100%	
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	17	34%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Informativos do Patrocinador	6	1	17%	
Atrair e reter talentos	Realizar eventos institucionais	Realizar 4 palestras para Ciclo de Palestras	4	1	25%	
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	Até Fev	Aferição	Observação
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 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	Promover 2 eventos via webinar	2	0	0%	Eventos previstos para maio e novembro/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
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