

RELATÓRIO GECOM

09 | 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 organizou o terceiro Ciclo de Palestras em formato virtual com a participação de empregados, diretores e membros do Conselho Deliberativo. O palestrante foi André Luis Moreira Marino, Chefe do Departamento de Benefícios Previdenciários da Fundação Copel e membro do Comitê de Expansão – Planos Setoriais e Família da ABRAPP. O tema foi a apresentação do Plano Família da Fundação Copel, lançado em dezembro de 2017, *case* de sucesso na previdência complementar fechada.

A GECOM trabalhou nas peças da “Campanha do Bilhão” para comemorar institucionalmente o feito e os 7 anos da Funpresp-Jud em outubro.

A nova edição do Manual do Patrocinador foi relançada, com novo leiaute e com todas as novas funcionalidades incluídas no material.

Em relação ao trabalho desenvolvido nas três mídias sociais em que a Fundação está presente, Facebook, Lindekin e Youtube, foram realizadas 49 postagens.

Em setembro, foram 30 postagens no Facebook. Atualmente, a página da Fundação possui 1.312 seguidores.

No canal do Youtube, foram postados os 4 vídeos ganhadores do Prêmio Funpresp-jud 2020, com cerca de 2.203 visualizações. Atualmente, o canal possui 1.624 inscritos, 26 a mais em relação a agosto, com média de 550 visualizações de vídeos no mês.

No LinkedIn, a página alcançou mais 40 novos seguidores em relação ao mês anterior, totalizando 1.458. Nesta rede foram realizadas 15 postagens.

A produção de releases no mês resultou em 8 notícias publicadas conforme retorno dos 7 órgãos patrocinadores: CNJ, TJDFT, TST, SJ-ES, SJ-PI, SJ-GO e MPDFT. Encontramos 17 notícias pautadas por nossos releases em mídia especializada e mídia de interesse, assim distribuídas: 6 em mídia de interesse nos seus sites (4 pela Editora Roncarati, 1 pelo Suport Consult e 1 Anajustra); e 11 em sites de mídia especializada em Fundos de Pensão (8 no AssPreviSite, 2 na Abrapp e 1 no Investidor Institucional).

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, distribuídas nas rubricas de Serviços de Terceiros e Despesas Gerais, bem como as executadas neste mês:

Tabela 1: Execução orçamentária - set/2020

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Setembro	Valor até Setembro	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e Marketing	128.913			122.613,79
Serviços de Buffet	24.250		1.259	22.991
Sistema de monitoramento de mídias sociais	8.245	600 (1)	4.800	3.445
Agência de Comunicação	77.600	-		77.600
Impulsioneamento de mídias sociais	2.328		240,21	2.087,79
Webinar	16.490	-		16.490
Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Setembro	Valor até Setembro	Saldo
Despesas Gerais/Comunicação e Marketing	203.917	-		168.980,41
Serviços Gráficos	91.161		5.200	85.961
Gráfica de Conveniência	2.000	-		2.000
Brindes	21.855	1.980 (2)	10.685,59	11.169,41
Palestras	20.000	-	4.000	16.000
Decoração de Eventos	3.000	-		3.000
Comunicação Interna	2.000	-		2.000
Prêmio Funpresp-Jud 2020	50.000	700 (3)	10.700	39.300
Agência de eventos	3.000	-		3.000
Rede social corporativa*	9.600	1.450,00 (4)	4.350	5.250
Registro no INPI	300	-		300
Banco de Imagens	1.000	-		1.000
Total	332.830	4.730	41.234,80	291.595,20

- (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 do Ministério Público da União; e obter métricas de performance da atuação digital da Fundação, bem como aumentar e direcionar essa atuação.
- (2) pagamento de brindes, sacolas retornáveis previstos no PGCM 2020, com orçamento aprovado pelo Conselho Deliberativo
- (3) pagamento dos troféus para os ganhadores da campanha de adesão do Prêmio Funpresp-Jud 2020.
- (4) *a rede social corporativa foi implementada com a versão gratuita do Workplace, então, a GECOM, com a autorização da Presidência, substituiu o serviço de assinatura da rede pelo de assinatura mensal do monitoramento de notícias. O monitoramento é realizado pela equipe da GECOM por um sistema eletrônico contratado em julho, com assinatura mensal, no qual são monitoradas as menções sobre a Funpresp-Jud realizadas nos principais veículos de imprensa de interesse e mídias em geral, 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 obter métricas de performance da atuação na mídia da Fundação, bem como aumentar e direcionar essa atuação.

4. 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 Setembro	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6500	3.846	60%	
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	5	83.33%	
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	128	256%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Informativos do Patrocinador	6	4	66%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Setembro	Aferição	Observação
Atrair e reter talentos	Realizar eventos institucionais	Realizar 4 palestras para Ciclo de Palestras	4	3	75%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Aprimorar os canais de comunicação externa	Realizar 5 campanhas institucionais, pontuais e promocionais	5	4	80%	
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	7	233%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com patrocinadores	Realizar 30 Visitas institucionais	30	0	0%	As visitas institucionais foram adiadas pelo Plano de Contingência COVID19
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Promover 2 eventos via webinar	2	1	50%	Evento previsto para maio antecipado para abril por conta da COVID19 e outro previsto para nov/2020
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 2 Cafés com Representantes	2	1	50%	O próximo evento previsto para novembro/2020
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 4 Encontros Regionais para Representantes	4	0	0%	Eventos previstos para ago/set/2020, adiados em razão da COVID19