

RELATÓRIO GECOM

01 | 2021

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 trabalhou na divulgação da campanha “SOS Amazonas: ajude a salvar vidas”, promovida pelo Tribunal Regional do Trabalho da 11ª Região – Amazonas e Roraima (TRT-11) em parceria com a Funpresp-Jud, Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional Amazonas (OAB-AM), Ministério Público do Trabalho da 11ª Região (MPT-11), Associação dos Magistrados do Trabalho da 11ª Região (Amatra-11), Associação Nacional dos Magistrados da Justiça do Trabalho (Anamatra) e da adesão voluntária do TRT da 8ª Região (PA/AP).

A Fundação atuou em duas frentes: a primeira, por meio da arrecadação de recursos financeiros junto aos Diretores, Empregados, Conselheiros e Membros do Comitê de Auditoria da Fundação e a segunda, a partir do envio de informações e convite aos participantes e Representantes da Funpresp-Jud, que puderam contribuir diretamente à campanha. Os recursos arrecadados foram utilizados para a compra de EPIs (luvas, máscaras N95, macacões impermeáveis), cilindros de oxigênio e produtos de higiene pessoal, de forma a garantir o atendimento aos pacientes da Covid-19 e a segurança dos profissionais de saúde da rede pública do Estado.

A GECOM desenvolveu roteiros para os vídeos autorais de 2021 que serão postados a partir de março.

Em relação ao trabalho desenvolvido nas três mídias sociais em que a Fundação está presente, Facebook, LinkedIn e Youtube, foram realizadas 35 postagens.

Em janeiro, foram 26 postagens no Facebook, atualmente, a página possui 1.324 seguidores.

No canal do Youtube no mês de janeiro não foram postados vídeos. Atualmente, o canal possui 1.730 inscritos, com média de 263 visualizações por vídeos postados no canal.

No LinkedIn, a página alcançou mais 28 novos seguidores em relação ao mês anterior, totalizando 1.614. Nesta rede foram realizadas 9 postagens.

A produção de *releases* no mês resultou em 10 notícias publicadas, conforme retorno de 8 órgãos patrocinadores: TRF-1, TJDFT, TST, TRT-1, TRT-11, SJ-PI, SJ-GO e SJ-MG. Encontramos 34 notícias pautadas por nossos *releases* em mídia especializada, mídia de interesse e geral, assim distribuídas: 12 em mídia de interesse nos seus sites (7 pela Editora Roncarati, 1 Rede Jornal Contábil e 4 pelo Suport Consult); 21 em sites de mídia especializada em Fundos de Pensão (14 no AssPreviSite, 4 na Abrapp, 2 PrevDigest e 1 no Investidor Institucional); e 1 em mídia geral, Informe Amazonas.

3. Acompanhamento da Execução Orçamentária

A previsão orçamentária da GECOM integra o Caderno Orçamentário 2021 e as ações estão descritas no Plano Gerencial de Comunicação e *Marketing* 2021.

A tabela a seguir apresenta o acompanhamento da execução orçamentária referente às ações previstas de comunicação e *marketing* para o exercício de 2021, distribuídas nas rubricas de Serviços de Terceiros e Despesas Gerais, bem como as executadas neste mês:

Tabela 1: Execução orçamentária - jan/2021

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Janeiro	Valor até Janeiro	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e Marketing	341.240			339.190
Webinar	17.000			17.000
Agência de Comunicação (site)	60.000	-		60.000
Agência de Comunicação (perfis de investimento)	100.000			100.000
Plataforma para videoconferência	25.000			25.000
Serviços Gráficos	90.240			90.240
Monitoramento de mídias sociais	8.000	600 (1)	7.400	7.400
Monitoramento de notícias	17.400	1.450 (2)	1.450	15.950
Serviços de Buffet	20.000			20.000
Impulsionamento de mídias sociais	3.600			3.600
Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Janeiro	Valor até Janeiro	Saldo
Despesas Gerais/Comunicação e Marketing	51.200			51.200
Gráfica de Conveniência	2.000			2.000
Brindes	2.200			2.200
Palestras	40.000			40.000
Banco de Imagens	1.000			1.000
Decoração de Eventos	3.000			3.000
Comunicação Interna	1.000			1.000
Agência de eventos	2.000			2.000
Total	392.440	2.050	2.050	390.390

(1) o monitoramento de mídias sociais é realizado 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 o público-alvo; e obter métricas de performance da sua atuação digital, bem como aumentar e direcionar essa atuação.

(2) o monitoramento de notícias é realizado por um sistema eletrônico 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 Janeiro	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6500	584	8,9%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 2 pesquisas (Participantes e Representantes)	2	-	0%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Funpresp-Jud Notícias	6	1	16,6%	
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	10	20%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Informativos do Patrocinador	6	-	0%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Janeiro	Aferição	Observação
Atrair e reter talentos	Realizar eventos institucionais	Realizar 4 palestras para Ciclo de Palestras	4	-	0%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Aprimorar os canais de comunicação externa	Realizar 5 campanhas institucionais, pontuais e promocionais	5	-	0%	
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%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com patrocinadores	Realizar 30 Visitas institucionais	30	-	0%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Promover 2 eventos via webinar	2	-	0%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 2 Cafés com Representantes	2	-	0%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 4 Encontros Regionais para Representantes	4	-	0%	