

RELATÓRIO GECOM

03 | 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 nas campanhas de lançamento das eleições e do Imposto de Renda 2021. Em parceria com a GEPES organizou a *live* comemorativa para o Dia da Mulher para participantes, equipe e interessados, sob o comando de Maria Flávia Bastos, Doutora em Administração, professora convidada da Fundação Dom Cabral nas áreas de empreendedorismo, negócios sociais e sustentabilidade. O tema foi “Mulheres do Século XXI: Desejos, Dilemas e Descobertas”.

Em parceria com a Diseg foi organizada a primeira edição *online* do Conexão Funpresp-Jud que reuniu cerca de 150 pessoas, de 34 órgãos patrocinadores identificados, sendo eles: STF, CNJ, STJ, TST, TJDFT, MPF/PGR, PR-PE, MPT/PGT, PRT-2, TRT-1, TRT-2, TRT-3, TRT-4, TRT-7, TRT-11, TRT-12, TRT-15, TRT-17, TRT-21, TRT-23, TRE-GO, TRE-SP, TRE-ES, TRE-BA, TRE-PE, TRE-PR, TRE-RN, TRF-1, TRF-3, TRF-4, SJ-MS, SJ-MG, SJ-RN e SJ-SP. O objetivo foi apresentar previamente o novo Portal do Participante aos Representantes Funpresp-Jud e Facilitadores, de forma que eles pudessem tirar as suas dúvidas antes do lançamento. Também foram apresentados dois assuntos que ainda estão em fase de desenvolvimento: o aplicativo *mobile* e o empréstimo consignado ao participante.

A Funpresp-Jud esteve presente na palestra *online* "A Magistratura e a Reforma da Previdência (EC nº 103/2019): E agora? Aspectos teóricos e práticos", promovida pela Escola Judicial do Tribunal Regional do Trabalho da 15ª Região (Campinas) com o Diretor-Presidente, Amarildo Vieira de Oliveira sendo um dos palestrantes junto com alguns magistrados.

Em relação ao trabalho desenvolvido nas três mídias sociais em que a Fundação está presente, Facebook, Lindekin e Youtube, foram realizadas 55 postagens.

Em março, foram 31 postagens no Facebook, atualmente, a página possui 1.327 seguidores.

No canal do Youtube, foram postados 3 vídeos autorais: "Entrevista com Gerente de Contabilidade sobre IR", com 980 visualizações; "Novo Portal do Participante", com 713 visualizações e "Eleições 2021", com 642 visualizações; e ainda 1 vídeo da *live* "A Mulher do Século XXI: desejos, dilemas e descobertas", com 663 visualizações. Atualmente, o canal possui 1.777 inscritos, 46 a mais em relação a fevereiro, com média de 750 visualizações por vídeos postados no canal.

No LinkedIn, a página alcançou mais 47 novos seguidores em relação ao mês anterior, totalizando 1.691. Nesta rede foram realizadas 20 postagens.

A produção de *releases* no mês resultou em 21 notícias publicadas, conforme retorno de 13 órgãos patrocinadores: CNJ, TJDFT, TST, TRT-2, TRT-4, TRT-11, TRT-16, TRF-3, SJ-PI, SJ-DF, SJ-MG, MPDFT e PRT-18. Encontramos 31 notícias pautadas por nossos *releases* em mídia especializada, mídia de interesse e geral, assim distribuídas: 16 em mídia de interesse nos seus sites (7 pela Editora Roncarati, 1 Rota Jurídica, 7 pelo Suport Consult e 1 Anfip); 12 em sites de mídia especializada em Fundos de Pensão (11 no AssPreviSite e 1 na Abrapp); e 3 em mídia geral (2 no O Dia e 1 Yahoo).

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 para 2021, distribuídas nas rubricas de Serviços de Terceiros e Despesas Gerais, bem como as executadas neste mês:

Tabela 1: Execução orçamentária - mar/2021

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Março	Valor até Março	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e <i>Marketing</i>	341.240			335.090
<i>Webinar</i>	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)	1.800	6200
Monitoramento de notícias	17.400	2.900 (2)	4,350	13.050
Serviços de Buffet	20.000			20.000
Impulsioneamento de mídias sociais	3.600			3.600
Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Março	Valor até Março	Saldo
Despesas Gerais/Comunicação e <i>Marketing</i>	51.200			51.200
Gráfica de Conveniência	2.000			2.000
Brindes	2.200			2.200
Palestras	40.000	7.000 (3)	7.000	33.000
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
Equipamentos de filmagem			5.585	
Total	392.440	10.500	18.735	373.705

(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) foi realizado o pagamento dos meses de janeiro e fevereiro no mês de março devido à problemas de certidões do fornecedor da plataforma de monitoramento de notícias no mês anterior. O monitoramento 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.
- (3) contratação de palestrante para palestra comemorativa ao Dia da Mulher prevista no PGCM 2021, realizada de forma *online*, com orçamento aprovado pelo Conselho Deliberativo.

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 Março	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6500	1.378	21,2%	
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	2	33,3%	
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	33	66%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Informativos do Patrocinador	6	1	16,6%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Março	Aferição	Observação
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	2	40%	
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	3	100%	
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 <i>Webinar</i>	2	1	50%	
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%	