

RELATÓRIO GECOM

05 | 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 organizou a *live* comemorativa para o Dia das Mães, no dia 25 de maio, para os participantes sobre “Planejamento Previdenciário das Mulheres Servidoras Públicas”, com transmissão pelo YouTube. O assunto foi abordado pela advogada Thaís Maria Riedel de Resende Zuba, presidente da Associação Confederativa Brasileira da Advocacia Previdenciária (ACBRAP) e do Instituto Brasiliense de Direito Previdenciário (IBDPREV) e teve uma audiência de cerca de 275 pessoas *online*.

A GECOM desenvolveu todo o material para a divulgação da *live* que será realizada no início de junho/2021, para os associados da Associação dos Servidores do Tribunal Superior do Trabalho (Astrisutra), pelo Diretor de Seguridade com o tema “Saiba mais sobre Funpresp-Jud e invista na sua aposentadoria”. O material foi enviado para que a Astrisutra procedesse à divulgação em parceria com a Funpresp-Jud.

A nova série “InvestJud” foi lançada com o objetivo de incentivar a educação financeira dos participantes, trazendo conceitos simples e rápidos sobre os tipos de investimentos que podem ser realizados pelas entidades de previdência complementar.

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

Em abril, foram 29 postagens no Facebook, atualmente, a página possui 1.360 seguidores, 7 novos seguidores em relação ao mês anterior.

No canal do Youtube, foram postados 4 vídeos, 3 autorais da série InvestJud: “Investimentos autorizados para Fundos de Pensão”, com 625 visualizações; “O que é renda fixa?”, com 774 visualizações; “O que é renda variável?”, com 799 visualizações; e o vídeo da *live* “Planejamento Previdenciário das Mulheres Servidoras Públicas”, com 2.040 visualizações. Atualmente, o canal possui 1.884 inscritos, 83 a mais em relação a abril, com média de 1.060 visualizações por vídeo postado.

No LinkedIn, a página alcançou mais 28 novos seguidores em relação ao mês anterior, totalizando 1.751. Nesta rede foram realizadas 16 postagens.

A produção de *releases* no mês resultou em 19 notícias publicadas, conforme retorno de 12 órgãos patrocinadores: CNJ, TJDFT, TRT-2, TRT-11, TRT-16, TRF-5, SJ-PI, SJ-MT, SJ-DF, SJ-ES, MPDFT e PRT-21. Encontramos 68 notícias pautadas por nossos *releases* em mídia especializada, mídia de interesse, geral e mídias sociais, assim distribuídas: 22 em mídia de interesse nos seus sites (7 pela Editora Roncarati, 1 Rota Jurídica, 1 Conteúdo Jurídico, 4 pelo Suport Consult, 1 Magalhães e Gomes Advogados, 1 Direito Real, 1 Sindentran/RJ, 2 SindJus, 1 Ajufe, 1 Anamatra, 1 ANPR e 1 Assejus); 21 em sites de mídia especializada em Fundos de Pensão (11 no AssPreviSite, 7 na Abrapp, 2 PrevDigest e 1 Investidor Institucional); 3 em mídia geral (2 Jornal Extra e 1 Correio Brasiliense); 22 em mídias sociais (14 Facebook Patrícia Peres para Grupo de Servidores do Judiciário e 8 vídeos sobre pensão da Funpresp-Jud no canal do Youtube: Finanças com Patrícia).

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 - maio/2021

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Maio	Valor até Maio	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e <i>Marketing</i>	341.240			328.084
<i>Webinar</i>	17.000			17.000
Agência de Comunicação (site)	60.000		2.810	57.190
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)	3.000	5.000
Monitoramento de notícias	17.400	1.450 (2)	7.250	10.150
Serviços de Buffet	20.000			20.000
Impulsioneamento de mídias sociais	3.600	95,92 (3)	95,92	3.504,08
Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Maio	Valor até Maio	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	33.000
Banco de Imagens	1.000	1.000 (4)	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	3.145,92	26.740,92	365.699

(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.
- (3) o pagamento referente à 2 impulsionamentos no Facebook, 1 post sobre o início do processo eleitoral 2021, por sete dias, no qual 61.684 pessoas foram alcançadas, sendo 81 pessoas espontaneamente e 61.684 pessoas provenientes do alcance pago durante o período; e 1 *story* convidando os participantes à inscreverem chapas, por 24 horas, teve 133 pessoas alcançadas com 261 impressões e 14 cliques no link a partir do impulsionamento.
- (4) contratação de *downloads* de vídeos *Full HD* (alta resolução) de 1080p de banco de imagens, previsto no PGCM 2021, 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 Maio	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6500	2.228	34,3%	
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	3	50%	
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	54	108%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Informativos do Patrocinador	6	2	33,3%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Maio	Aferição	Observação
Atrair e reter talentos	Realizar eventos institucionais	Realizar 4 palestras para Ciclo de Palestras	4	2	50%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Aprimorar os canais de comunicação externa	Realizar 5 campanhas institucionais, pontuais e promocionais	5	3	60%	
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	6	200%	
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%	