

RELATÓRIO GECOM

06 | 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 campanha das eleições foi finalizada, com publicação do resultado no site, mídias sociais, envio de e-mails para os participantes, Representantes Funpresp-Jud e envio de releases para os patrocinadores.

A GECOM organizou a *live* em parceria com a Associação dos Servidores do Tribunal Superior do Trabalho (Astrisutra), no dia 7 de junho, pelo YouTube da Fundação. O tema “Saiba mais sobre Funpresp-Jud e invista na sua aposentadoria” foi abordado pelo Diretor de Segurança, Edmilson. O encontro virtual deu sequência às *lives* realizadas pela Astrisutra em maio sobre planejamento financeiro e previdenciário.

A GECOM desenvolveu o material da campanha de adesão para participantes patrocinados e vinculados, com peças segmentadas por região. Foram disparados *releases* para a imprensa local da Região Norte, divulgação nos órgãos patrocinadores da Região, no site e mídias sociais. Todo o material foi enviado para as Assessorias/Secretarias de Comunicação dos órgãos patrocinadores para que eles procedessem à divulgação em parceria com a Funpresp-Jud.

Em parceria com a Diseg foi realizada a segunda edição *online* do Conexão Funpresp-Jud, que reuniu cerca de 42 pessoas, de 19 órgãos patrocinadores identificados, sendo eles: STF, STJ, TSE, MPDFT, TRF-1, TRF-3, TRT-1, TRT-2, TRT-3, TRT-4, TRT-7, TRT-12, TRT-15, TRT-21, TRE-BA, TRE-SE, TRE-MS, TRE-SP, TRE-PA e PR-CE. A pauta do encontro foi o planejamento previdenciário e a campanha de adesão 2021 que será realizada nas 5 regiões do Brasil para membros e servidores.

A GECOM organizou o primeiro encontro de 2021 com Associações e Sindicatos de forma *online*. O objetivo foi apresentar as ações que a Fundação realizará este ano para levar informações sobre a importância da previdência complementar na proteção da renda dos membros e servidores. Os diretores Presidente e de Segurança foram os responsáveis pela apresentação. Participaram do evento representantes do Sintrajufe/RS, Sindjuf/SE, Sintrajurn, Sindjus/DF, Sinjuspar/PR, Sitraemg, da ANPR e Fenajufe.

A estratégia de adesão 2021 começou com a realização de 2 *lives* diferentes, nos dias 23 e 24 de junho, no canal da Funpresp-Jud no YouTube e teve como público-alvo membros e servidores lotados na região Norte. Ao longo do ano, a ação alcançará todas as regiões do país. O primeiro evento, foi dedicado aos servidores limitados ao teto do Regimento Geral de Previdência Social (RGPS), que podem receber contrapartida paritária do órgão em que trabalham. O segundo, para servidores enquadrados nas regras de aposentadoria anteriores (média e integralidade/paridade). Nas oportunidades, o Diretor de Segurança fez a apresentação e explicou que novas adesões ao plano e contratações de CAR por morte e invalidez valerão pontos para o sorteio de uma TV Smart 55 polegadas por região, patrocinada pela Icatu Seguros. O período da campanha será de 23 de junho a 23 de novembro.

Em relação ao trabalho desenvolvido nas três mídias sociais em que a Fundação está presente, Facebook, Lindekin e Youtube, foram realizadas 57 postagens.

Em abril, foram 33 postagens no Facebook, atualmente, a página possui 1.367 seguidores, 7 novos seguidores em relação ao mês anterior.

No canal do Youtube foram postados 3 vídeos autorais da série InvestJud: "O que é fundo de investimento multimercado?", com 450 visualizações; "Empréstimo aos participantes", com 362 visualizações; e "Investimento Imobiliário pelas EFPC's", com 812 visualizações. Atualmente, o canal possui 1.937 inscritos, 53 a mais em relação a maio. Em junho foram 1997 visualizações nos vídeos do canal, com média de 666 visualizações por vídeo postado.

No LinkedIn, a página alcançou mais 34 novos seguidores em relação ao mês anterior, totalizando 1.785. Nesta rede foram realizadas 21 postagens.

A produção de *releases* no mês resultou em 13 notícias publicadas, conforme retorno de 7 órgãos patrocinadores: CNJ, TJDF, TRT-11, TRE-PA, SJ-PI, PR-AP e PR-PA. Encontramos 51 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 (11 pela Editora Roncarati, 1 Rota Jurídica, 1 Grancursos, 5 pelo Suport Consult, 1 Ajufe, 1 ANPR, 1 Assejus e 1 Daytrade); 20 em sites de mídia especializada em Fundos de Pensão (12 no AssPreviSite, 4 na Abrapp, 3 PrevDigest e 1 Investidor Institucional); 6 em mídia geral impresso e digital (2 Valor Econômico, 1 Jornal de Tocantins, 1 Acre Página Net, 1 T1 Notícias e 1 Roraima em Foco); e 3 em mídias sociais (1 Instagram da Astrisutra, 1 Facebook D24AM e 1 Blog Luiz Armando Costa).

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 - junho/2021

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Junho	Valor até Junho	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e Marketing	341.240			317.604
<i>Webinar</i>	17.000			17.000
Agência de Comunicação (site)	60.000	8.430 (1)	11.240	48.760
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 (2)	3.600	4.400

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Junho	Valor até Junho	Saldo
Monitoramento de notícias	17.400	1.450 (3)	8.700	8.700
Serviços de Buffet	20.000			20.000
Impulsioneamento de mídias sociais	3.600		95,92	3.504,08
Despesas Gerais/Comunicação e Marketing	51.200			37.615
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	-
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	10.480	37.220,92	355.219

- (1) pagamento do produto 2 “Elaboração de planejamento para o novo site com criação e aprovação de novo leiaute, análise de conteúdo e pesquisa do perfil dos visitantes” do contrato de desenvolvimento do novo site.
- (2) 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.
- (3) 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 Junho	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6500	2.633	40,5%	
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 <i>releases</i> para publicação em mídia externa, mídia especializada e veículos de comunicação dos patrocinadores.	50	69	138%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Informativos do Patrocinador	6	3	50%	
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	4	80%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Junho	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	9	300%	
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	1	50%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 4 Encontros Regionais para Representantes	4	-	0%	