

# RELATÓRIO GECOM

---

07 | 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 Festa Julina da Funpresp-Jud, em formato virtual pelo segundo ano consecutivo, foi planejada pelas Gecom e Gepes. O evento ocorreu num clima descontraído, com a participação de toda a equipe. O evento contou com diversas brincadeiras, que valeram prêmios patrocinados pelos diretores. Os melhores *looks* julinos foram escolhidos através de votação e também ganharam prêmios.

Em parceria com a Diseg, foi realizada a terceira edição *online* do Conexão Funpresp-Jud, que reuniu cerca de 18 Representantes Funpresp-Jud da Região Sul, de 8 órgãos patrocinadores identificados, sendo eles: TRE-PR, TRE-SC, TRT 4, TRT-9, TRT-12, SJ-SC, SJ-PR e PR-RS. O objetivo do encontro foi solicitar o apoio de todos na divulgação das *lives*, que serão realizadas nos dias 4 e 5 de agosto, para membros e servidores lotados nos Estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. A Gecom ainda trabalhou na divulgação das *lives* junto aos patrocinadores.

A Gecom desenvolveu os 3 primeiros vídeos autorais da série “Verdades e Mentiras sobre a Previdência Complementar”, que será veiculada a partir do mês de agosto. A série contará com 10 vídeos

Em relação ao trabalho desenvolvido nas três mídias sociais em que a Fundação está presente, Facebook, Lindekin e Youtube, foram realizadas 41 postagens.

Em julho, foram 25 postagens no Facebook. Atualmente, a página possui 1.369 seguidores, 2 novos seguidores em relação ao mês anterior.

No canal do Youtube foi postado 1 vídeo autoral, o último da série InvestJud: "EFPC's podem investir no Exterior?", com 178 visualizações. Atualmente, o canal possui 1.958 inscritos, 21 a mais em relação a junho. Em julho, foram 1077 visualizações nos vídeos do canal, com média de 215 visualizações por vídeo postado.

No LinkedIn, a página alcançou mais 37 novos seguidores em relação ao mês anterior, totalizando 1.822. Nesta rede foram realizadas 15 postagens.

A produção de *releases* no mês resultou em 9 notícias publicadas, conforme retorno de 7 órgãos patrocinadores: TJDF, TRT-11, TRE-RO, TRE-PR, TRF-4, SJ-PI e SJ-PR. Encontramos 70 notícias pautadas por nossos *releases* em mídia especializada, mídia de interesse, geral e mídias sociais, assim distribuídas: 41 em mídia de interesse nos seus sites (6 pela Editora Roncarati, 1 Roteiro Concursos, 1 Grancursos, 1 JC Concursos, 5 LS Ensino, 4 Nova Concursos, 6 Folha Dirigida, 1 Central dos Concursos, 3 pelo Suport Consult, 1 Sisejufe, 1 Sintrajufe, 1 Fenajufe, 2 Sindjufe-PA/AP, 3 Sintrajufe-RS, 1 Sintraemg, 1 SindSeg-SC, 1 SEGS, 1 RBRS e 1 Aposentelecom); 14 em sites de mídia especializada em Fundos de Pensão (8 no AssPreviSite, 3 na Abrapp, 2 PrevDigest e 1 Investidor Institucional); e 15 em mídias sociais (1 Instagram Ivan Lucas; 1 Charge Sintrajud; 1 vídeo no Youtube do Daniel Pereira Coach; Facebook: 1 Central de Concursos, 1 Folha Dirigida e 3 Sintrajufe-RS; Twitter: 1 Central de Concurso, 1 Folha Dirigida, 1 JC Concursos, 2 LS Ensino e 2 Matheus Carvalho).

### 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 - julho/2021

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Julho	Valor até Julho	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e <i>Marketing</i>	341.240			317.004
<i>Webinar</i>	17.000			17.000
Agência de Comunicação (site)	60.000		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 (1)	4.200	3.800
Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Julho	Valor até Julho	Saldo
Monitoramento de notícias	17.400		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 <i>Marketing</i>	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	
<b>Total</b>	<b>392.440</b>	<b>600</b>	<b>37.820,92</b>	<b>354.619</b>

(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 etc.

## 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 Julho	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6500	3.051	46,9%	
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	4	66,6%	
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	78	156%	
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%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Julho	Aferição	Observação
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	10	333%	
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%	