

RELATÓRIO GECOM

08 | 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 em parceria com a Diseg realizou mais duas edições *online* do Conexão Funpresp-Jud, uma para Associações e Sindicatos e outra para Representantes Funpresp-Jud da Região Nordeste. O primeiro evento reuniu representantes da Associação Nacional dos Magistrados da Justiça do Trabalho (Anamatra), da Associação Nacional dos Procuradores e das Procuradoras do Trabalho (ANPT), da Associação Nacional dos Agentes de Segurança Institucional do MPU e CNMP (AGEMPU) e do Sindicato dos Servidores do Poder Judiciário Federal no Estado do Sergipe (Sindjuf/SE); e o segundo contou com Representantes de 15 patrocinadores identificados: TRE-PB, TRT-5, TRF-5, TRT-7, TRT-19, TRT-20, TRT-21, SJ-PE, SJ-AL, SJ-MA, PR-CE, PR-PE, PR-PI, PR-R5 e PRT-13. O objetivo dos encontros foi solicitar o apoio de todos na divulgação das *lives*, que serão realizadas nos dias 1º e 2 de setembro, para membros e servidores lotados na Região Nordeste. A Gecom ainda trabalhou na divulgação das *lives* junto aos patrocinadores.

A equipe da Funpresp-Jud celebrou mais uma vez o Dia Nacional do Voluntariado com ação social e projeto de educação financeira e previdenciária. A Gecom trabalhou em parceria com o grupo de voluntários da Fundação no desenvolvimento das peças de divulgação e apoio ao grupo durante toda a organização. Foram entregues 32 cestas básicas no dia 27/8 para as famílias de alunos do Centro de Ensino Fundamental (CEF) 102 Norte, em Brasília, que tiveram a renda comprometida pela pandemia e que estão em situação de vulnerabilidade social. A ideia é contribuir com as famílias ao longo de três meses consecutivos, ampliando a duração da iniciativa. Para isso, os empregados adotaram famílias, por meio do pagamento de cotas em dinheiro para aquisição das cestas. A arrecadação continuará a ocorrer nos meses de setembro e outubro.

O grupo de voluntários realizou a primeira atividade *online* de educação financeira e previdenciária para os alunos do 6º ano da escola. O projeto piloto chega como uma nova frente de atuação do voluntariado, desta vez de forma contínua e no segmento de educação.

A Gecom lançou em seu canal no YouTube a série "Verdades e Mentiras sobre a Previdência Complementar" no mês de agosto. A proposta é esclarecer importantes questões sobre as quais são criados mitos. Nesse mês foram desenvolvidos mais 3 vídeos dos 10 da série.

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

Em agosto, foram 34 postagens no Facebook. Atualmente, a página possui 1.375 seguidores, 6 novos seguidores em relação ao mês anterior.

No canal do Youtube foram postados 4 vídeos da série Verdades e Mentiras sobre a Previdência Complementar: "Previdência complementar ajuda no IR?", 1.128 visualizações; "IRPF só é cobrado no recebimento ou no resgate de valores?", 800 visualizações; "Posso alterar o regime de tributação a qualquer tempo?", 664 visualizações; e "Previdência complementar só vale a pena para jovens?", 633 visualizações. Atualmente, o canal possui 2.152 inscritos, 194 a mais em relação

a julho. Em agosto, foi triplicado o número de visualizações nos vídeos do canal, que passou de 1.077 para 3.421, com média de 684 visualizações por vídeo postado.

No LinkedIn, a página alcançou mais 33 novos seguidores em relação ao mês anterior, totalizando 1.855. Nesta rede foram realizadas 11 postagens.

A produção de *releases* no mês resultou em 31 notícias publicadas, conforme retorno de 19 órgãos patrocinadores: CNJ, TJDFT, TST, TRT-6, TRT-2, TRT-11, TRT-16, TRT-19, TRE-MA, TRE-BA, TRE-SE, TRE-RS, TRE-GO, TRF-1, TRF-5, SJ-PI, SJ-BA, PR-PA e PR-BA. Encontramos 44 notícias pautadas por nossos *releases* em mídia especializada, mídia de interesse, geral e mídias sociais, assim distribuídas: 15 em mídia de interesse nos seus sites (7 pela Editora Roncarati, 5 pelo Suport Consult, 1 Advogados em Resende, 1 Rede Governamental Brasil e 1 Anamatra); 22 em sites de mídia especializada em Fundos de Pensão (12 no AssPreviSite, 3 na Abrapp, 3 PrevDigest, 3 Investidor Institucional e 1 na Revista Investidor Institucional); 4 em mídias geral (1 no Jornal Floripa, 1 Jornal Extra, 1 Piauí Hoje e 1 Folha Pernambuco); e 3 em mídias sociais (Twitter: 1 Portal Piauí, 1 Raiz Concurseiro e 1 TRE-MA).

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 - agosto/2021

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Agosto	Valor até Agosto	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e <i>Marketing</i>	341.240			284.200
<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)	4.800	3.200
Monitoramento de notícias	17.400	1.415 (2)	10.115	7.285
Serviços de Buffet	20.000			20.000
Impulsioneamento de mídias sociais	3.600		95,92	3.504,08

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Agosto	Valor até Agosto	Saldo
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	2.015	39.835,92	352.604

- (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.
- (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 Agosto	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6500	3.347	51,5%	
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	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	96	192%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Informativos do Patrocinador	6	4	66,6%	
Atrair e reter talentos	Realizar eventos institucionais	Realizar 4 palestras para Ciclo de Palestras	4	2	50%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Agosto	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	14	466%	
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	2	100%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 2 Cafés com Representantes	2	2	100%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 4 Encontros Regionais para Representantes	4	-	0%	