

# RELATÓRIO GECOM

---

05 | 2020

---

## 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 realizou duas *lives*. A primeira, foi em homenagem ao Dia das Mães. A palestrante Julyana Mendes abordou o tema “Família em Quarentena: como ensinar o valor do dinheiro aos filhos?”. A transmissão teve mais de 1.000 visualizações. A segunda, fechada para participantes, equipe e Representantes da Funpresp-Jud, tratou sobre o Novo Tempo Pós Covid-19. O psicólogo Ricardo Barros abordou o tema em razão dos impactos da pandemia na vida e no trabalho das pessoas, cerca de 200 pessoas participaram *online*.

O Diretor-Presidente e o Diretor de Investimentos participaram do webinar “Funpresp-Jud e a crise” promovido pela Associação Nacional dos Procuradores da República (ANPR) e pela Associação dos Juizes Federais do Brasil (Ajufe). Os diretores abordaram os impactos provocados pela pandemia do novo coronavírus e a mudança na Política de Investimentos para manutenção de rendimentos satisfatórios em um cenário de turbulência.

A Gecom apoiou a Gepes na criação da campanha interna “Eu Indico!”, que envolveu todos os empregados. A ideia foi gerar o compartilhamento de sugestões sobre como aproveitar o momento de isolamento social e teletrabalho. Essa foi a segunda ação motivacional realizada junto com o “Desafio *To...gether*”. O objetivo é manter a proximidade e a conexão entre a equipe.

No mês foram produzidos dois vídeos autorais, que atingiram juntos 1.573 visualizações até o fechamento do mês.

Em relação ao trabalho desenvolvido nas três mídias sociais em que a Funpresp-Jud está presente, Facebook, Lindekin e Youtube, foram realizadas 56 postagens.

Em maio, foram 29 postagens no Facebook, com um incremento de 9 novos seguidores em relação a abril de 2020. Atualmente, a página da Fundação possui 1.308 seguidores.

No canal do Youtube, foram postados cinco vídeos, com as seguintes temáticas: “*Live* Dia das Mães com Julyana Mendes, Mães de Sete”, 1085 visualizações; Vídeos autorais “Curso EAD Noções Básicas de Investimentos” e “Representante Funpresp-Jud”, 943 e 630 visualizações respectivamente; “Dicas para economizar na quarentena”, 52 visualizações; e “Webinar ANPR e Ajufe com diretores da Funpresp-Jud”, 760 visualizações. Atualmente o canal possui 1.433 inscritos, 95 a mais em relação a abril, com média de 868 visualizações de vídeos no mês.

No LinkedIn, a página alcançou mais 50 novos seguidores em relação a abril, totalizando 1.208. Nesta rede foram realizadas 22 postagens.

A produção de releases no mês resultou em 35 notícias publicadas por 18 órgãos patrocinadores: CNJ, TJDFT, TRF-1, TST, TRT-1, TRT-2, TRT-6, TRT-7, TRE-GO, SJ-DF, SJ-AL, SJ-ES, SJ-GO, SJ-PI, MPDFT, PR-RS, PRT-8 e PRT-14, por meio do retorno recebido das publicações. Encontramos 59 notícias pautadas por nossos releases em mídia especializada, mídia de interesse e mídia em geral, assim distribuídas: 36 em mídia de interesse (7 pela Editora Roncarati, 6 pelo Suport Consult, 14 em escritórios de Advogados Associados, 1 Rota Judiciária, 1 Revista Âmbito

Jurídico, 1 ANFIP, 1 Anasps, 1 Ajufe, 1 ANPR, 1 Sintrajud PE, 1 Sindjus AL, 1 SindMPU), 19 em mídia especializada em Fundos de Pensão (12 no AssPreviSite, 1 Investidor Institucional e 6 na Abrapp) e 4 em mídia geral (2 notícia Correio Web, 1 Metrôpoles e 1 Kids Brasília).

### 3. Acompanhamento da Execução Orçamentária

A previsão orçamentária da GECOM integra o Caderno Orçamentário 2020 e as ações estão descritas no Plano Gerencial de Comunicação e Marketing 2020.

A tabela a seguir apresenta o acompanhamento da execução orçamentária referente às ações previstas de comunicação e marketing para o exercício de 2020, distribuídas nas rubricas de Serviços de Terceiros e Despesas Gerais, bem como as executadas neste mês:

Tabela 1: Execução orçamentária - maio/2020

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Mai	Valor até Mai	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e Marketing	128.913			124.515
Serviços de Buffet	24.250	629,5(1)	1.259	22.991
Sistema de monitoramento de mídias sociais	8.245	600 (2)	3.000	5.245
Agência de Comunicação	77.600	-		77.600
Impulsionamento de mídias sociais	2.328	-	139	2.189
Webinar	16.490	-		16.490
Despesas Gerais/Comunicação e Marketing	203.917	-		192.135,2
Serviços Gráficos	91.161	-		91.161
Gráfica de Conveniência	2.000	-		2.000
Brindes	21.855	-	7.781,8	14.073,2
Palestras	20.000	4.000 (3)	4.000	16.000
Decoração de Eventos	3.000	-		3.000
Comunicação Interna	2.000	-		2.000
Prêmio Funpresp-Jud 2020	50.000	-		50.000
Agência de eventos	3.000	-		3.000
Rede social corporativa	9.600	-		9.600
Registro no INPI	300	-		300
Banco de Imagens	1.000	-		1.000
<b>Total</b>	<b>332.830</b>	<b>5.229,5</b>	<b>16.179,8</b>	<b>316.650,2</b>

(1) pagamento de 1 *coffee break* para o curso *in company* "Competências dos Século XXI: como se preparar para o futuro do trabalho" de 11/2, e outro para a Reunião Geral de 13/3 que contou com a palestra "A bolsa despencou, e agora? O impacto do COVID19 nos investimentos da Fundação". Estão previstos no Plano de Capacitação 2020 o oferecimento de 10 cursos *in company* ao longo do ano, que fazem parte de Objetivo Estratégico 6 "Atrair e reter talentos", na perspectiva de

Aprendizado e Crescimento do Planejamento Estratégico 2019-2022. As Reuniões Gerais fazem parte do Objetivo Estratégico 2 “Aperfeiçoar a comunicação interna e externa”, na perspectiva de Partes Interessadas.

(2) o monitoramento de mídias sociais é realizado pela equipe da GECOM 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 os membros e servidores do Poder Judiciário Federal e do Ministério Público da União; e obter métricas de performance da atuação digital da Fundação, bem como aumentar e direcionar essa atuação.

(3) contratação de palestrante de renome para palestra comemorativa de Dia das Mães prevista no PGCM 2020, 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 Mai	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6500	2.368	36,4%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 2 pesquisas (Participantes e Representantes)	2	2	100%	
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	56	112%	
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%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Abr	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	7	233%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com patrocinadores	Realizar 30 Visitas institucionais	30	0	0%	As visitas institucionais estavam previstas para iniciar em março/2020, mas foram adiadas pelo Plano de Contingência COVID19
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Promover 2 eventos via webinar	2	1	50%	Evento previsto para maio antecipado para abril por conta da COVID19 e outro previsto para novembro/2020
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 2 Cafés com Representantes	2	0	0%	Eventos previstos para maio e novembro/2020
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 4 Encontros Regionais para Representantes	4	0	0%	Eventos previstos para agosto e setembro/2020