

RELATÓRIO GECOM

06 | 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 do Representante Funpresp-Jud. O tradicional “Café com Representantes” ocorreu de forma virtual por conta da pandemia do novo coronavírus. Com isso, Representantes de 27 patrocinadores de todo o país puderam participar: TRE-MG, TRE-ES, TRE-BA, TRE-SP, TRE-PA, TRE-SC, TRE-PR, TRE-RO, TRE-RN, TRE-GO, TRE-AP, TJDF, STJ, STF, MPF-PGR, MPT, TRT-2, TRT-4, TRT-12, TRT-15, PRT-21, PR-SC, PR-ES, PR-RS, PR-SE, TRF-5 e JF-RN. O tema foi “Funpresp-Jud em tempos de Covid-19” e contou com a participação do Diretor-Presidente e dos diretores de Investimentos e de Seguridade, que falaram sobre o funcionamento da Fundação durante a pandemia, os números relacionados ao Plano de Benefícios JusMP-Prev e os investimentos, dentre outros assuntos.

A segunda *live* foi um evento junino interno promovido para a equipe da Fundação no dia 27. A produção, apresentação e operacionalização ficou por conta dos empregados. Com muita criatividade e disposição, foram realizadas brincadeiras e distribuição de prêmios oferecidos por patrocinadores.

O Diretor-Presidente e o Diretor de Investimentos participaram de *lives* das Entidades de Classe: Associação dos Magistrados do Distrito Federal e Territórios (Amagis), Associação Nacional dos Magistrados de Justiça (Anamatra) e OAB-DF. Eles abordaram os impactos provocados pela pandemia do coronavírus e os impactos para os Fundos de Pensão.

Em parceria com a Funpresp-Exe foi realizado outro webinar “Bate-Papo Funpresp”, com o tema “Funcionamento e oferta de serviço na previdência complementar” que contou com a participação dos Diretores de Administração das duas Fundações. Os diretores falaram sobre as medidas adotadas por elas em razão da pandemia, novos produtos e serviços a serem oferecidos aos participantes.

A Gecom apoiou a Gepes na divulgação do projeto piloto de Ginástica Laboral *online* e na divulgação da *live* exclusiva para a equipe da Funpresp-Jud sobre como dominar reuniões remotas, bem como compartilhar dicas sobre como planejar, executar e participar de videoconferências profissionais.

O resultado do Prêmio Funpresp-Jud 2020, nas duas modalidades, foi divulgado. A campanha de adesão teve como ganhadores o Ministério Público do Trabalho – MPT (Grupo I), o Supremo Tribunal Federal – STF (Grupo II) e o Ministério Público Federal – MPF (Grupo III); e o concurso de vídeos, que premiou 4 vídeos. As ganhadoras são: Janete Valente Gushiken (TSE), Vanessa Ferreira Alves (PR-PE), Maria Anália de Lima Seixlack (PR-PR) e Emanuelle Cristine Souza e Silva (SJSJ).

No mês foram produzidos dois vídeos autorais da nova série Funpresp-Jud Responde, que tem por objetivo esclarecer dúvidas apontadas na Pesquisa de Satisfação realizada este ano pela Fundação junto aos seus participantes e Representantes Funpresp-Jud, além de assuntos recorrentes nos canais de atendimento.

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 junho, foram 30 postagens no Facebook, com um incremento de 8 novos seguidores em relação a maio de 2020. Atualmente, a página da Fundação possui 1.316 seguidores.

No canal do Youtube, foram postados quatro vídeos com cerca de 1.432 visualizações, com as seguintes temáticas: "Quarentena: contato à distância com amigos é essencial para a mente", Webinar "Bate-papo Funpresp: Funcionamento e oferta de serviços na previdência complementar dos servidores" e os 2 vídeos da série Funpresp-Jud Responde "O que é Previdência Complementar?" e "Quem é a Funpresp-Jud?". Atualmente o canal possui 1.488 inscritos, 55 a mais em relação a maio, com média de 358 visualizações de vídeos no mês.

No LinkedIn, a página alcançou mais 62 novos seguidores em relação ao mês anterior, totalizando 1.270. Nesta rede foram realizadas 16 postagens.

A produção de releases no mês resultou em 6 notícias publicadas por 6 órgãos patrocinadores: TJDF, SJDF, SJ-ES, SJ-RN, MPT e MPDFT, por meio do retorno recebido das publicações. Encontramos 43 notícias pautadas por nossos releases em mídia especializada, mídia de interesse e mídia em geral, assim distribuídas: 28 em mídia de interesse (14 pela Editora Roncarati, 4 pelo Suport Consult, 1 ANFIP, 1 Anasps, 2 Anamatra, 2 OAB-DF, 2 Funcef, 1 Sociedade Brasileira de Matemática - SBM e 1 Instituto Brasileiro de Atuária - IBA), 14 em mídia especializada em Fundos de Pensão (8 no AssPreviSite, 1 Investidor Institucional e 5 na Abrapp) e 1 em mídia geral (1 notícia Correio Web).

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 - junho/2020

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Junho	Valor até Junho	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e Marketing	128.913			123.915
Serviços de Buffet	24.250		1.259	22.991
Sistema de monitoramento de mídias sociais	8.245	600 (1)	3.600	4.645
Agência de Comunicação	77.600	-		77.600
Impulsioneamento de mídias sociais	2.328	-	139	2.189
Webinar	16.490	-		16.490

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Junho	Valor até Junho	Saldo
Despesas Gerais/Comunicação e Marketing	203.917	-		191.211,41
Serviços Gráficos	91.161	-		91.161
Gráfica de Conveniência	2.000	-		2.000
Brindes	21.855	923,79 (2)	8.705,59	13.149,41
Palestras	20.000	-	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
Total	332.830	1.523,79	17.703,59	315.126,41

(1) 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.

(2) aquisição de mousepads previstos no PGCM 2020, 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 Junho	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6500	2.667	41,03%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 2 pesquisas (Participantes e Representantes)	2	2	100%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Junho	Aferição	Observação
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	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	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	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 foram adiadas pelo Plano de Contingência COVID19

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Junho	Aferição	Observação
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	1	50%	O próximo evento previsto para 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