

RELATÓRIO GECOM

07 | 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 divulgou 2 *lives* no mês. A primeira foi promovida pelo SindMPU, no dia 30 de julho, com transmissão pelo Facebook com a participação do Diretor-Presidente e Diretor de Seguridade. O tema do encontro foi “Funpresp-Jud: o que você precisa saber”. A mediação foi realizada pelo Diretor Executivo do Sindicato, Adriel Gael. O principal tema abordado foi o esclarecimento sobre a liminar ajuizada pelo SindMPU ainda vigente, e que garante aos servidores do MPU a opção de migração para o RPPS limitado ao teto do RGPS, com a possibilidade de adesão ao Regime de Previdência Complementar (RPC) dos servidores.

A segunda *live* foi realizada para toda equipe com o Diretor de Operações e Tecnologia da Quanta Previdência, Glauco Milhomem, que abordou o “Relacionamento Digital: A experiência Quanta 4.0”. A iniciativa teve por objetivo manter a programação de treinamentos internos durante o período de teletrabalho.

A GECOM apoiou a GEPES na nova campanha interna com o objetivo de reforçar junto à equipe a importância das medidas preventivas à Covid-19. A campanha teve 3 etapas: A primeira, na qual foram criados *cards* ilustrativos com lembretes de segurança, de forma bem-humorada e simples. Na segunda etapa, foram criados *posts* da campanha “Você Sabia?”, com informações divulgadas por órgãos de saúde e veiculadas na imprensa. Essas imagens foram postadas na última semana de julho na rede social interna da Fundação. A última etapa será uma *live* com um médico que terá como tema: O que se sabe sobre a Covid-19: da prevenção ao tratamento.

No mês foram produzidos cinco 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 61 postagens.

Em julho, foram 38 postagens no Facebook. Atualmente, a página da Fundação possui 1.310 seguidores.

No canal do Youtube, foram postados 5 vídeos da série Funpresp-Jud Responde, com cerca de 2.241 visualizações, com as seguintes temáticas: “Quais são as diferenças entre os participantes do plano de benefícios?”, 405 visualizações; “Como é o plano de benefícios da Funpresp-Jud?”, 428 visualizações; “Que tipos de rendas são garantidas pelo JusMP-Prev?”, 640 visualizações; “Quais são os Institutos Previdenciários?”, 323 visualizações; e “Como simular os benefícios no portal do participante?”, com 445 visualizações até o fechamento do mês de julho. Atualmente, o canal

possui 1.532 inscritos, 44 a mais em relação a junho, com média de 449 visualizações de vídeos no mês.

No LinkedIn, a página alcançou mais 72 novos seguidores em relação ao mês anterior, totalizando 1.346. Nesta rede foram realizadas 18 postagens.

A produção de releases no mês resultou em 17 notícias publicadas por 13 órgãos patrocinadores: TJDFT, CNJ, CNMP, MPF, MPT, TSE, TRE-GO, TRT-10, TRT-11, TRT-14, TRF-3, SJ-PI e SJ-ES, por meio do retorno recebido das publicações. Encontramos 24 notícias pautadas por nossos releases em mídia especializada, mídia de interesse e mídia em geral, assim distribuídas: 13 em mídia de interesse (6 pela Editora Roncarati, 4 pelo Suport Consult, 1 Anamatra, 1 Sisejufe e 1 SindMPU) e 11 em mídia especializada em Fundos de Pensão (8 no AssPreviSite e 3 na Abrapp).

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 - julho/2020

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Julho	Valor até Julho	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		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
Despesas Gerais/Comunicação e Marketing	203.917	-		179.760,41
Serviços Gráficos	91.161	-		91.161
Gráfica de Conveniência	2.000	-		2.000
Brindes	21.855	-	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	10.000 (1)	10.000	40.000
Agência de eventos	3.000	-		3.000

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Julho	Valor até Julho	Saldo
Rede social corporativa**	9.600	1.450,00(2)	1450	8.150,00
Registro no INPI	300	-		300
Banco de Imagens	1.000	-		1.000
Total	332.830	11.450	29.153,59	303.675,41

*não foi realizado pagamento de monitoramento de mídias sociais no mês de julho pois foi modificada a data de pagamento a pedido do fornecedor, serão efetuados dois pagamentos em agostos para ajuste.

- (1) pagamento dos ganhadores do Concurso de Vídeos do Prêmio Funpresp-Jud 2020, previsto no PGCM 2020, com orçamento aprovado pelo Conselho Deliberativo.
- (2) **a rede social corporativa foi implementada com a versão gratuita do Workplace, então, a GECOM com a autorização da Presidência, substituiu o serviço de assinatura da rede pelo de assinatura mensal do monitoramento de notícias. O monitoramento é realizado pela equipe da GECOM por um sistema eletrônico contratado a partir de julho, com assinatura mensal, 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 Julho	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6500	3.104	47,75%	
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	4	66%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Julho	Aferição	Observação
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	108	216%	
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 Julho	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