

RELATÓRIO GECOM

03 | 2022

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 apoiou a Gerência de Gestão de Pessoas (Gepes) na realização do terceiro curso *in company* virtual, um treinamento sobre a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) para a equipe da Funpresp-Jud, com a advogada Patrícia Linhares.

Finalizou o desenvolvimento das peças para a campanha do Imposto de Renda 2022 e o planejamento dos conteúdos do primeiro mês do Instagram da Funpresp-Jud, que será lançado no mês de abril.

Em relação ao trabalho desenvolvido nas três mídias sociais em que a Fundação está presente, - Facebook, LinkedIn e Youtube, foram realizadas 22 postagens.

Em março foram 17 postagens no Facebook. Atualmente, a página possui 1.405 seguidores.

No canal do Youtube não foi postado nenhum vídeo nesse mês. Atualmente, o canal possui 2.692 inscritos, com 25 a mais em relação a fevereiro. Em março, o número de visualizações foi de 2.572 e a média de visualizações foi de 515.

No LinkedIn, a página alcançou mais 38 novos seguidores em relação ao mês anterior, totalizando 2.106. Nesta rede foram realizadas 5 postagens.

A produção de *releases* no mês resultou em 10 notícias publicadas, conforme retorno de 7 órgãos patrocinadores: CNJ, TST, TRT-2, TRT-11, TRE-GO, SJ-DF e SJ-BA. Encontramos 23 notícias pautadas por nossos *releases* em mídia especializada, mídia de interesse, geral e mídias sociais, assim distribuídas: 12 em mídia de interesse nos seus sites (4 pela Editora Roncarati, 1 EJU8, 1 Estratégia Concursos, 1 Anamatra, 1 SISEJUFE, 1 SINDJUSDF e 3 pelo Suport Consult); 11 em sites de mídia especializada em Fundos de Pensão (5 no AssPreviSite, 3 Abrapp, 2 Investidor Institucional e 1 PrevDigest).

3. Acompanhamento da Execução Orçamentária

A previsão orçamentária da Gecom integra o Caderno Orçamentário 2022 e as ações estão descritas no Plano Gerencial de Comunicação e *Marketing* 2022.

A tabela a seguir apresenta o acompanhamento da execução orçamentária referente às ações previstas para 2022, distribuídas nas rubricas de Serviços de Terceiros e Despesas Gerais, bem como as executadas neste mês:

Tabela 1: Execução orçamentária - março/2022

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Março	Valor até Março	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e <i>Marketing</i>	195.372			191.002
<i>Webinar</i>	20.000			20.000
Agência de Comunicação (vídeos, fotos e minivídeos de animação)	48.832			48.832
Serviços Gráficos	90.240			90.240
Monitoramento de mídias sociais	9.000	720 (1)	1.440	7.560
Monitoramento de notícias	16.980	1415 (2)	2.830	14.150
Assinatura de rede social corporativa	6.720			6.720
Impulsionamento de mídias sociais	3.600		100	3.500
Despesas Gerais/Comunicação e <i>Marketing</i>	58.200			56.931
Gráfica de Conveniência	2.000			2.000
Brindes	2.200			2.200
Palestras	40.000			40.000
Banco de Imagens	8.000		1.269	6.731
Decoração de Eventos	3.000			3.000
Comunicação Interna	1.000			1.000
Agência de eventos	2.000			2.000
Total	253.572	2.135	5.639	247.933

(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 Março	Aferição	Observação
Atrair e Fidelizar os Participantes	Intensificar educação financeira e previdenciária	Atingir 6.500 acessos no Portal Vida Previdenciária	6500		0%	O portal foi retirado do ar e os conteúdos estão sendo publicados em página específica no site novo desde out/2021
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	2	33,3%	
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	23	46%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Informativos do Patrocinador	6	1	16,6%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Março	Aferição	Observação
Atrair e reter talentos	Realizar eventos institucionais	Realizar 4 palestras para Ciclo de Palestras	4	-	0%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Aprimorar os canais de comunicação externa	Realizar 5 campanhas institucionais, pontuais e promocionais	5	2	40%	
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	2	66,66%	
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	-	0%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 2 Cafés com Representantes	2	-	0%	
Atrair e Fidelizar os Participantes	Aperfeiçoar o relacionamento com representantes	Realizar 4 Encontros Regionais para Representantes	4	-	0%	