

RELATÓRIO GECOM

07 | 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 finalizou a produção do vídeo do Clube de Vantagens com *Cashback* com foco nos cupons de descontos para o Dia dos Pais, que será postado na primeira semana de agosto.

Em relação ao trabalho desenvolvido nas quatro mídias sociais em que a Fundação está presente - Facebook, Instagram, LinkedIn e Youtube -, foram realizadas 61 postagens e 73 *stories* no Instagram.

Em julho foram 24 postagens no Facebook. Atualmente, a página possui 1.417 seguidores.

No canal do Youtube, no mês de julho, não foram postados vídeos. Atualmente, o canal possui 2.914 inscritos, com 22 a mais em relação a junho. O número de visualizações foi de 1.915 e a média de visualizações foi de 479,5.

No LinkedIn, a página alcançou mais 41 novos seguidores em relação ao mês anterior, totalizando 2.256. Nesta rede foram realizadas 11 postagens.

No Instagram, o perfil alcançou 1.155 seguidores, 75 a mais em relação a junho e chegou ao pico de 3.150 contas alcançadas na semana de 3 a 9/7. A faixa etária dos seguidores é de 35 a 44 anos e 54,6% são homens, com predominância de moradores das cidades de: Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro. Durante o mês, o perfil alcançou 6.992 impressões.

A produção de *releases* resultou em 9 notícias publicadas, conforme retorno de 8 órgãos patrocinadores: TST, TRF-1, TRT-2, TRT-7, TRT-11, TRE-PA, SJ-PI e SJ-ES. Encontramos 27 notícias pautadas por nossos *releases* em mídia especializada, mídia de interesse, geral e mídias sociais, assim distribuídas: 20 em mídia de interesse nos seus sites (7 pela Editora Roncarati, 2 Sintrajusc, 2 Sintrajud, 1 Fenajufe, 1 Anajustra, 1 Conjur, 1 Auditoria Cidadã da Dívida, 1 Suport Consult, 1 Ras Consultores, 1 Direito Previdenciário, 1 Stanchi & Oliveira e 1 Advocacia & Consultoria Jurídica Galvão); 7 em sites de mídia especializada em Fundos de Pensão (3 no AssPreviSite, 2 Abrapp, 1 PrevDigest e 1 Revista da Previdência Complementar); 7 em mídias sociais, 4 menções no Twitter (1 Ana Luiza de Figueiredo, 1 Sintrajud, 1 Sintrajusc e 1 Zecateca/SC); e 3 menções nos perfis do Instagram do @sintrajusc (2) e , @sindjufpaam (1).

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 - julho/2022

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Julho	Valor até Julho	Saldo
Serviços de Terceiros/Comunicação e <i>Marketing</i>	195.372			172.812
<i>Webinar</i>	20.000			20.000
Agência de Comunicação (vídeos, fotos e minivídeos de animação)	48.832		9.600	39.232
Serviços Gráficos	90.240			90.240
Monitoramento de mídias sociais	9.000	720 (1)	4.320	4.680
Monitoramento de notícias	16.980	1.415 (2)	8.490	8.490
Assinatura de rede social corporativa	6.720			6.720
Impulsioneamento de mídias sociais	3.600		150	3.450
Despesas Gerais/Comunicação e <i>Marketing</i>	58.200			46.798
Gráfica de Conveniência	2.000			2.000
Brindes	2.200		133	2.067
Palestras	40.000		10.000	30.000
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	33.962	219.610

(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 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.

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		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	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	51	102%	
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%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Julho	Aferição	Observação
Atrair e reter talentos	Realizar eventos institucionais	Realizar 4 palestras para Ciclo de Palestras	4	1	25%	
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Aprimorar os canais de comunicação externa	Realizar 5 campanhas institucionais, pontuais e promocionais	5	5	100%	
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	12	400%	
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%	
Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Julho	Aferição	Observação
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%	