

RELATÓRIO GECOM

04 | 2023

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 iniciou o planejamento da campanha de aumento do percentual de contribuição para a Diretoria de Seguridade (Diseg), em parceria com a Gerência de Atuária e Benefícios e o Relacionamento com o Participante, para iniciar em maio.

Em parceria com a Gerência de Gestão de Pessoas (Gepes), foi organizado um evento interno comemorativo alusivo ao Dia Mundial da Saúde. A nutricionista Júlia Liz, ministrou a palestra “Interpretação dos Rótulos do Alimentos”, o tema foi sugerido pelos empregados.

Foi organizado um café da manhã colaborativo para a Diseg celebrar o alcance da marca de 30 mil participantes para toda a equipe da Fundação e alguns conselheiros.

Em relação ao trabalho desenvolvido nas quatro mídias sociais em que a Fundação está presente - Facebook, Instagram, LinkedIn e Youtube -, foram realizadas 93 postagens e 99 *stories* no Instagram.

Em abril, foram 48 postagens no Facebook. Atualmente, a página possui 1.457 seguidores e um alcance de 271.

No canal do Youtube, no mês de abril, foram postados 7 vídeos *shorts* e 2 vídeos: “Taxa de Carregamento x Taxa de Administração” e “Rentabilidade do seu patrimônio X Rentabilidade líquida dos investimentos Funpresp-Jud”. Atualmente, o canal possui 4.214 inscritos, com 46 a mais em relação a março. O número de visualizações foi de 7.509, com 1.877 de média de visualizações e 139 horas de exibição.

No LinkedIn, a página alcançou mais 42 novos seguidores em relação ao mês anterior, totalizando 2.714. Nesta rede foram realizadas 14 postagens.

No Instagram, o perfil alcançou 2.031 seguidores, 55 a mais em relação a março e chegou ao pico de 1.277 contas alcançadas na semana de 3 a 7/4. A faixa etária dos seguidores é de 35 a 44 anos e 50,2% são homens, com predominância de moradores das cidades de Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro. Durante o mês, o perfil alcançou 8.107 impressões.

A produção de *releases* resultou em 17 notícias publicadas, conforme retorno de 10 órgãos patrocinadores: TJDF, TST, TRT-11, TRT-16, TRE-SC, SJ-BA, SJ-DF, SJ-ES, SJ-PI e PR-MA. Encontramos 23 notícias pautadas por nossos *releases* em mídia especializada, mídia de interesse, geral e mídias sociais, assim distribuídas: 11 em mídia de interesse, nos seus sites (6 pela Editora Roncarati, 2 Sisejufe e 3 Suport Consult); e 11 em sites de mídia especializada em Fundos de Pensão (4 no AssPreviSite, 3 Abrapp, 1 Previdgest, 1 Blog Aposentelecom e 2 Investidor Institucional). Capturamos 1 *post* no *tweet* de Simone Cristine mencionando a Funpresp-Jud.

3. Acompanhamento da Execução Orçamentária

A previsão orçamentária da Gecom integra o Caderno Orçamentário 2023 e as ações estão descritas no Plano Gerencial de Comunicação e *Marketing* 2023.

A tabela a seguir, apresenta o acompanhamento da execução orçamentária referente às ações previstas para 2023, distribuídas nas rubricas de Serviços de Terceiros e Despesas Gerais, bem como as executadas neste mês:

Tabela 1: Execução orçamentária -abril/2023

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de Abril	Valor até Abril	Saldo
Serviços de Terceiros/Com. e <i>Marketing</i>	233.323			223.014,98
Serviços Gráficos	135.720			135.720
EaD	34.532			34.532
Agência de Comunicação	31.000			31.000
Monit. de notícias	19.924	1.613,59 (1)	6.454,36	13.469,64
Monit. de mídias sociais	9.707	792,49 (2)	2.377,47	6.537,04
Plataforma de envio de e-mail	2.440	482,90 (3)	1476,19	963,51
Despesas Gerais/Com. e <i>Marketing</i>	278.950			274.960
Gráfica de Conveniência	2.000			2.000
Brindes	7.750			7.750
Palestras	46.200		2.500,00	43.700
Decoração de Eventos	3.000			3.000
Comunicação Interna	3.000			3.000
Premiação Representantes	35.000			35.000
Banco de Imagens	5.000		1.490	3.510
Instituto de Pesquisa	160.000			160.000
Buffet	8.000			8.000
Relacionamento Jornalistas	5.400			5.400
Impulsioneamento de mídias sociais	3.600			3.600
Total	512.273	2.888,98	14.298,02	497.975

(1) o monitoramento de notícias é realizado por uma plataforma na qual são rastreadas as menções sobre a Funpresp-Jud realizadas nas principais mídias 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.

(2) o monitoramento de mídias sociais é realizado por uma plataforma na qual são rastreadas 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.

(3) plataforma de envio de listas de e-mail.

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 Abril	Aferição	Observação
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Realizar pesquisa de opinião	Realizar 2 pesquisas (Participantes e Representantes)	2	-	0%	
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Informativos do Patrocinador	6	2	33,3%	
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 6 Funpresp-Jud Notícias	6	2	33,3%	
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Desenvolver assessoria de imprensa e prestar informações aos públicos de interesse	Produzir 75 <i>releases</i> para publicação em mídia externa, mídia especializada e veículos de comunicação dos patrocinadores.	75	24	32%	
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Realizar eventos de relacionamento anual com jornalistas.	Realizar 8 almoços com jornalistas especialistas em previdência e economia da mídia em geral.	8	-	0%	
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Realizar eventos para o público interno	Realizar eventos em parceria com a Gepas para a equipe	10	4	40%	

Objetivo Estratégico	Ação	Atividade	Meta	Até Abril	Aferição	Observação
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Desenvolver campanhas de comunicação e marketing	Realizar campanhas de adesão e de divulgação	9	2	22,2%	
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Gerenciar mídias sociais (Youtube)	Elaborar 25 vídeos	25	8	32%	
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Realizar eventos institucionais com patrocinadores	Realizar 10 Visitas institucionais	10	-	0%	
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Realizar eventos institucionais com representantes	Promover 1 evento <i>online</i>	1	-	0%	
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Realizar eventos institucionais com Associações e Sindicatos	Promover 1 evento <i>online</i>	1	-	0%	
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Realizar eventos institucionais com os patrocinadores	Realizar 5 Encontros Regionais para Representantes	5	-	0%	
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Realizar eventos institucionais com participantes e patrocinadores (online e/ou presencial)	Realizar um Encontro Anual presencial e/ou <i>Live</i>	2	-	0%	