

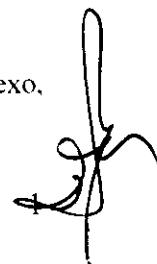
Ofício nº. 6-041/2015/ Gerência de Filial Fundo de Garantia Bauru/SP – Gerir Cadastro

Bauru, 12 de maio de 2015.

À
Câmara Municipal de Araraquara

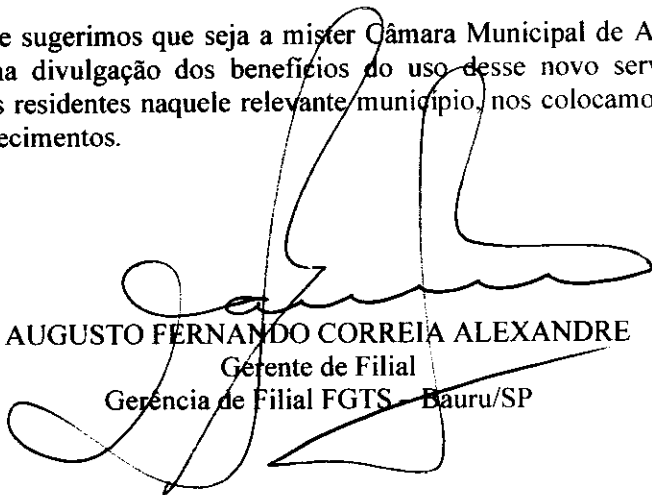
Prezado Secretário

- 1 Conforme requerido, seguem os subsídios solicitados a este Agente Operador.
 - 1.1 Em atenção ao pedido de esclarecimento do Vereador Roberval Fraiz sobre a campanha realizada pela CAIXA, que teve por objetivo divulgar os benefícios decorrentes da adesão ao serviço de recebimento de informações por SMS, pelos trabalhadores, esclarecemos:
 - 1.1.1 A Lei 8.036 estabelece que cabe a CAIXA o papel de Agente Operador do FGTS, devendo, dentre outras atribuições, divulgar orientações aos agentes financeiros, empregadores e trabalhadores em geral.
 - 1.1.2 As campanhas de publicidade da CAIXA são realizadas em obediência às diretrizes e objetivos empresarias, em consonância com os segmentos prioritários de atuação, buscando otimizar o retorno institucional e mercadológico, bem como integral cumprimento dos princípios legais que regem essa matéria.
 - 1.1.3 Nessa linha, a referida campanha teve como objetivo estimular os trabalhadores a se cadastrarem para receber, por mensagem de celular – SMS, os depósitos e o saldo atualizado de suas contas do FGTS, reduzindo o envio de extratos em papel e visando a agregar conveniência ao trabalhador e a reduzir custos ambientais.
 - 1.1.4 Informamos, mesmo que essa ação encontra-se em consonância com o Planejamento Estratégico do FGTS, que a campanha em comento foi custeada, integralmente, com recursos da CAIXA, não tendo sido, conseqüentemente, utilizado valor de custeio do Fundo de Garantia, pois tratava-se de ação de interesse do Agente Operador em melhor atender aos titulares das contas vinculadas do FGTS, com a divulgação desse novo serviço.
 - 1.1.5 Essa inovação objeto da campanha viabiliza o recebimento, pelos trabalhadores, de informações, de forma mais tempestiva, com maior comodidade e segurança, relativas à regularidade dos depósitos realizados pelos respectivos empregadores, atualização do saldo de suas contas vinculadas do FGTS e sobre eventuais saque havidos naquele período. Portanto, esse novo serviço proporciona que o trabalhador se transforme em fiscal de sua própria conta do FGTS, gerando melhor acompanhamento e governança sobre o Fundo de Garantia.
 - 1.1.6 Atualmente mais de 6 milhões de trabalhadores já efetuaram a adesão a esse novo serviço e estão sendo beneficiados pelo envio das mencionadas informações diretamente para seus celulares.
 - 1.2 Quanto aos questionamentos enumerados de 1 a 6 no requerimento 0169/15, em anexo, ponderamos:



- (1) A forma de escolha da Agência de Propaganda vencedora que realizou a publicidade:
As campanhas são escolhidas dentre as melhores propostas apresentadas pelas Agências. Nessa escolha são analisados principalmente: a linha criativa, a adequação da estratégia de comunicação ao briefing da CAIXA, alcance ao público-alvo e os custos previstos.
- (2) A contratação foi por intermédio de Agências de Propaganda, conforme determina a legislação vigente, em especial a Lei 12.232/10.
- (3) O cantor Carlinhos Brown já era contratado da CAIXA para uso de sua imagem em 3 (três) campanhas publicitárias, sendo uma campanha com veiculação nacional e duas regionais, pelo período de 6 meses a contar do início de veiculação de cada peça (3 filmes, jingles, impressos - cartazes e folhetos, anúncios em revistas e jornais, mídia exterior, rádio, internet e rede interna).
- (4) A campanha foi veiculada nas principais emissoras de TV aberta e fechada, revista, jornal e rádio.
- (5) Mesmo que historicamente zele pela transparência de seus atos, é importante lembrar que a CAIXA atua no segmento bancário comercial e tem grandes concorrentes no mercado, a exemplo das instituições financeiras privadas, levando-se em conta esse aspecto, a empresa promover de forma reservada a divulgação da estratégia de mídia de campanha como forma de não se fragilizar mercadologicamente ou gerar especulação que venha a onerar seus custos com publicidade, uma vez que se trata de informações negociais estratégicas e de alta relevância para manutenção da competitividade deste banco no mercado financeiro brasileiro. Portanto, a CAIXA reserva o direito de manter sob sigilo empresarial o detalhamento completo de sua estratégia de publicidade, com base no art. 22 da Lei de Acesso à Informação, do art. 22 do Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, na Lei 4.680 de 18 de junho de 1965 e no Decreto nº 57.690 de 1º de fevereiro de 1966, que normatizam e regulam a atuação dos profissionais de publicidade e propaganda. Entretanto, as informações sobre a execução (valores pagos aos fornecedores) do contrato de serviços de publicidade, conforme determina a Lei 12.232/10, são divulgadas mensalmente no Portal Transparência do site caixa.gov.br.
- (6) A campanha foi veiculada nos meses de JAN, FEV e MAR de 2015 e gerou os resultados esperados, em especial, no que se refere a divulgação de informações aos milhões de trabalhadores detentores de conta vinculada do FGTS sobre os benefícios de se fazer a adesão a esse novo serviço.
- 2 Ao tempo que sugerimos que seja a mister Câmara Municipal de Araraquara instada a nos apoiar na divulgação dos benefícios do uso desse novo serviço do FGTS aos trabalhadores residentes naquele relevante município, nos colocamos à disposição para outros esclarecimentos.

Atenciosamente


AUGUSTO FERNANDO CORREIA ALEXANDRE
Gerente de Filial
Gerência de Filial FGTS – Bauru/SP