

Relatório de Diretoria 2024 MARKETING E COMUNICAÇÃO

Em ano de consolidação de produção e de crescimento na captação de verbas, a equipe de **Marketing e Comunicação** entregou, em 2024, resultados que fortalecem e ampliam o objetivo final, de promoção da marca do Paulistano junto a associados, parceiros, fornecedores e interessados.

A **produção de conteúdo** é parte expressiva dessa atuação, com a cobertura on-line e imediata via canais oficiais estabelecida nos eventos de grande exposição, como nos Nacionais e CBIs realizados em casa. Acompanhamos os mais de 800 eventos realizados no Clube.

Estivemos presentes no inédito NBB Trio e registramos o Paulistano como 1.º campeão (com uniforme de design exclusivo), além de acompanharmos a final do Brasileiro de vôlei paralímpico. Fizemos ainda materiais de lançamento da parceria com a UNIP, para uso dos espaços na Cidade Universitária por atletas.

Também produzimos release, vídeos e textos (para os mais diversos canais e formatos) sobre o lançamento da **nova parceria do vôlei**, com o Flor de Ypê/Paulistano/Barueri, em parceria com o time e sua assessoria de imprensa, e que passamos a acompanhar jogo a jogo.

Materiais e divulgações

Nos **canais oficiais** (14), novamente compartilhamos e publicamos mais de 12 mil conteúdos, sempre inéditos e factuais, em todos os formatos (áudio, foto, texto e vídeo), com os mais diversos estilos e conceitos, sempre voltados ao usuário final.

Destaque para o **paulistano.org.br**, principal canal de conteúdo, que teve crescimento com +14% de usuários únicos (total de 838,7 mil) – taxa de referência de uso no mercado comercial. O site oficial centraliza ainda os canais de vídeo (**Paulistano TV**) e de áudio (**Paulistano Rádio**), registrando mais de +139% de índice de engajamento.

Os três meios que se beneficiam do mesmo site também tiveram números positivos. Nas **listas de distribuição** (WhatsApp), são +2,8 mil números de celular cadastrados nos dois canais (Agenda e Notícias), com +8% de crescimento. O mesmo com a **newsletter**, com média de 48,21% de abertura (+3,59% de aumento) dos e-mails enviados, e com os **QR Codes**, com 4,8 mil varreduras de média por mês (+1% em relação a 2023).



Mais de 160 **vídeos** foram divulgados. De tom institucional como o da nova sede na rua Padre João Manuel; inauguração de espaços como Sports Bar e a Biblioteca; à cobertura de eventos como o aniversário, Virada e FliCAP; além de ações sociais. A **tela do cinema** recebeu 51 edições (semanais e sempre inéditas) do “Minuto CAP + Agenda do Clube”, com cerca de 5 minutos cada.

Foram produzidas ainda 1,3 mil **artes** (+18% no comparativo com 2023), veiculadas nas 43 **telas de TV** distribuídas pelo Paulistano. Estrategicamente, foram ampliadas a quantidade de monitores e de locais, chegando a 16 pontos.

Por outro lado, nas **redes sociais** (Facebook, Instagram, LinkedIn, Threads, TikTok e X) registramos crescimento de seguidores em todos os perfis (+13% de média), mas com queda de engajamento (-20%) no basquete e no CAP Athletico. Este número é motivado pelas mudanças de algoritmo (fim do crescimento orgânico, ou seja, mostra sua publicação para menos perfis a não ser que impulse/pague) e resultados esportivos sem conquistas de títulos no adulto.

Reforçamos que todos os índices registrados por MKT&COM em seus canais e perfis seguem **acima de padrões de mercado**.

Por fim, a **revista Paulistano**, na versão impressa (mensal), segue com 12 edições e, em sua versão digital, passou de mais de 5 mil acessos (diretos e/ou via buscas) acumulados. Foram produzidas mais de 900 páginas e, em momentos selecionados, capas especiais e personalizadas.

Atendimentos

As solicitações internas feitas pelo **Movidesk** (canal dedicado) chegaram a 1,8 mil (-19,42% em relação ao ano anterior). Porém, as ações para que fossem resolvidos chegaram a 4,15 em média por chamado em 2024 – o ideal é sempre ficar em, no máximo, duas. São pelo menos 9 chamados novos abertos por dia útil, em média.

Há ainda os inúmeros pedidos não contabilizados que chegam, irregularmente, por e-mail, telefonemas e WhatsApp, e que sempre reforçamos para serem feitos no canal adequado.

Recebemos, ainda, 111 **demandas externas** (+15%), do Brasil e do exterior, em 2024. O basquete segue como mais solicitado (34%), e os temas continuam a ser os mais variados possíveis (de locação de espaços para fotos e gravações comerciais a informações de atletas ou modalidades em assuntos específicos).



Canal segmentado

O **WhatsCAP** (chatbot, o assistente virtual de atendimento a associados e interessados) manteve-se em suas médias: 91% de questionamentos respondidos e cerca de 1.500 interações por mês, em quase toda maioria por serviços como boleto, horários e infos de cursos, entre outros similares. Este canal passa a ser de gestão da Secretaria do Clube em janeiro/2025.

Projetos especiais

Neste ano realizamos novamente a **pesquisa de opinião** com o associado (em parceria com o instituto independente Ipsos), com entrega de resultados e de avaliação para divulgação a partir de janeiro/2025.

Produzimos um **dossiê histórico sobre futebol**, com o título “Paulistano, campeão nacional de 1920”, a ser compartilhado com entidades responsáveis pelo tema. Coletamos informações adicionais para materiais do **centenário da excursão à Europa** pelo mesmo time de futebol, em 1925.

Fizemos a primeira série de **materiais segmentados de marca**, com camisetas e canecas alusivas à arquitetura e locais do Paulistano.

Internamente, iniciamos o uso do Sismu, como **repositório em nuvem de arquivos de foto e vídeo** (para *upload* de mais de 20TB de arquivos de acervo que estão em *hard disk drivers* – ou HDDs – arquivados desde o começo deste século).

Solicitamos ainda uma atualização no Movidesk para contabilizarmos melhor e mais assertivamente as **atividades internas** na plataforma.

Elaboramos, ainda, o **plano de concepção de construção do novo site e aplicativo** do Clube, com foco em serviços e conteúdo, além de remodelação visual e maior integração de dados e informações como um todo. Este projeto foi compartilhado com T.I. e está com início de trabalho previsto neste novo ano.

Diversificação e expansão

Foram **prospectadas** cerca de 175 novas empresas por MKT&COM, abrangendo diversos segmentos, o que resultou no fechamento de mais de 260 campanhas, incluindo mídias digitais, anúncios e ativações.

Atendemos 43 **parceiros estratégicos**, representando um crescimento de 126,32% no comparativo com o ano anterior. Dentre esses, 9 contratos foram renovados, e estabelecemos colaborações com 10 novas agências.



Destacamos as **novidades para os times esportivos**, com novo patrocínio com a Koatch, no preparo físico dos atletas do basquete; a parceria inédita no vôlei com Barueri, com a marca REM em destaque no uniforme; e a captação integral de um projeto de incentivo, alcançando 100% da meta estabelecida, fortalecendo ainda mais nosso modelo de negócios.

Números

Os resultados financeiros de 2024 reforçam a eficácia da estratégia adotada. **Recorde de captação**, com R\$ 7.571.519,90 arrecadados, superando em 0,95% (R\$ 71.519,97) a meta estipulada de R\$ 7.500.000,00.

Na comparação com 2023, tivemos um **crescimento** de 5,26% (R\$ 378.648,98) em relação às receitas do ano anterior, que foram de R\$ 7.192.870,99. E **a meta orçamentária foi superada**, com arrecadação 62,56% (R\$ 2.913.919,97) acima da meta orçamentária de R\$ 4.657.600,00.

Por fim, destacamos ainda o eficiente gerenciamento financeiro orçamentário da área que, neste exercício, obteve um *saving* de R\$ 753.000,00, o que equivale a 16% do orçamento total de 2024.

DocuSigned by:
Caio Frizzo Salem
A3B8AD2D2B997425
Caio Frizzo Salem
Vice-Presidente

Signed by:
Luis Leonardo Loconte Ferrari
A4437084D58A4F0
Luis Leonardo Loconte Ferrari
Diretor de Marketing & Comunicação

DocuSigned by:
Bruno Aventura
2B5862101378A5C
Bruno Aventura
Gerente de Marketing & Comunicação

