

CAMPANHA MEU INSS NA TV: Impacto e importância da Campanha veiculada em TVs no Estado da Paraíba, sobre a demanda e utilização da ferramenta Meu INSS.

MY INSS TV CAMPAIGN: Impact and importance of the campaign broadcast on TVs in the state of Paraíba, on the demand and use of the tool My INSS.

Jobson de Paiva Silveira Sales¹
Miguel Angelo Cardoso Lago²

78

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo analisar o impacto da Campanha Meu INSS ocorrida no estado da Paraíba sobre a demanda pelo aplicativo Meu INSS. A campanha foi realizada em setembro de 2020 e divulgou VTs da ferramenta em Redes de Televisão do referido estado.

Palavras-chave: Meu INSS; Publicidade na TV.

ABSTRACT: This work aims to analyze the impact of the My INSS Campaign that occurred in the state of Paraíba on the demand for the My INSS application. The campaign was held in September 2020 and released VTs of the tool on Television Networks of said state

Keywords: My INSS; TV Advertising.

¹ Possui Graduação em Direito pela Universidade Estadual da Paraíba (2007) e Mestrado em Direção e Gestão de Sistemas de Seguridade Social pela Universidade de Alcalá (2018) reconhecido no Brasil pela UFRN em 2022; Mestrado em Fundos de Pensão pela Universidade de Alcalá (2022); Pós Graduação em Gestão Estratégica de Pessoas - IPEMIG 2022; Cursando Doutorado em Economia pela Universidade Católica de Brasília a concluir em 12/2025 E-mail: jobson.silveira@hotmail.com

²Economista formado pela Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC e Coordenador de Gestão da Experiência do Usuário do Instituto Nacional do Seguro Social – INSS. E-mail: miguel.lago@inss.gov.br

1. INTRODUÇÃO

A Publicidade Governamental é uma estratégia de marketing que possui o objetivo de divulgar produtos ou serviços que visam, de maneira geral, educar, informar e provocar a inclusão social aos cidadãos.

Assim, pode ser enquadrada a campanha que divulgou em Emissoras de TV do estado Paraíba o “Meu INSS” que é uma ferramenta acessível por meio da Internet, através do computador, ou por meio de aplicativo em telefone celular, e visa facilitar o acesso do cidadão aos serviços e benefícios disponibilizados pelo Instituto Nacional do Seguro Social - INSS.

A campanha ocorreu durante todo o mês de setembro de 2020, em meio à crise sanitária provocada pela epidemia do Covid-19, quando em função do distanciamento social, boa parte da sociedade passou a interagir mais com a tecnologia, e as empresas públicas e privadas foram obrigadas a investir em soluções tecnológicas que propiciassem, dentre outras, o exercício da cidadania.

Neste contexto, surge a seguinte pergunta: qual o impacto dessa campanha publicitária, ocorrida num ambiente completamente transformado, sobre o volume de acessos à ferramenta Meu INSS.

2. MEU INSS

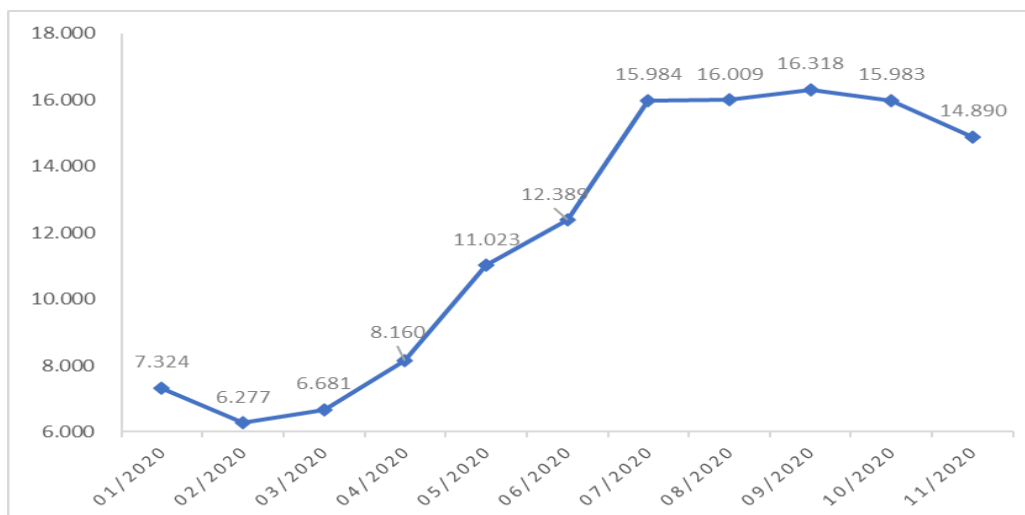
Criada em 2016 com o objetivo de aproximar e facilitar o acesso do cidadão a alguns serviços da previdência social, a ferramenta evoluiu, e hoje disponibiliza 90 dos 96 serviços oferecidos pelo INSS.

Após o início da pandemia, o Meu INSS tornou-se o principal canal de entrada de requerimentos no INSS e hoje é responsável por cerca de 66% de todos os requerimentos criados para atendimento por essa autarquia previdenciária.

No gráfico 1, é possível ver a evolução do número de requerimentos feitos através da ferramenta no estado da Paraíba, antes e após o início da pandemia.

Gráfico 01 – Total de requerimentos realizados através do Meu INSS no período de Jan a Nov/2020.





Observa-se que o volume de requerimentos na Paraíba alcançou o seu pico no mês de setembro de 2020, mês em que foi veiculada a Campanha Meu INSS.

2.1 ASPECTOS POSITIVOS NA UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA MEU INSS

Por que investir na utilização do Meu INSS?

Antes de investir na divulgação dessa ferramenta é necessário compreender as vantagens envolvidas, tanto para o público-alvo quanto para o setor público. Dentre essas vantagens vale citar: a aproximação do cidadão aos serviços públicos e a racionalização dos gastos públicos.

2.1.1 NA PALMA DA MÃO

Boa parte da população acessa a internet por meio de telefone móvel. De acordo com os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD de 2018 realizada pelo IBGE, última PNAD publicada sobre o tema, 88,5% dos brasileiros com 10 anos ou mais tinham acesso à internet por telefone móvel celular. Na Paraíba, esse percentual é de 82,6%.

Considerando esses dados, verifica-se a importância de realizar investimentos na criação de aplicativos de celular. Esses aplicativos vêm aproximando os cidadãos dos serviços públicos. O termo “na palma da mão” faz todo sentido quando observada a quantidade de serviços disponíveis e a facilidade em acessá-los.

Através da ferramenta Meu INSS o segurado pode requerer qualquer benefício, realizar consultas sobre o andamento dos pedidos, fazer simulações de tempo e valor de benefícios, gerar o extrato previdenciário etc.

2.1.2 CUSTOS COM OS CANAIS DE ENTRADA MEU INSS X CENTRAL 135 X ATENDIMENTO PRESENCIAL



Além da facilidade de acesso, a criação da ferramenta traz ainda a possibilidade de racionalização do gasto público, pois quanto maior for o deslocamento do volume de atendimentos para este canal, maior será a economia de despesas para ofertar ao cidadão os serviços previdenciários, pois não há custos variáveis para os atendimentos realizados através do Meu INSS. Independente da quantidade de requerimentos ou consultas realizadas através desse canal, não há custo adicional aos cofres públicos.

Já nos atendimentos realizados por canais, como o telefone 135 ou pelo atendimento presencial, há custos variáveis. No 135, o atendimento é feito por funcionários terceirizados e as empresas de telefonia cobram R\$0,009 por minuto de ligação para telefone fixo. Tendo em vista que as ligações duram em média 6 minutos, o custo médio por ligação é de R\$ 0,054.

Os custos com atendimento pelo canal 135, em função de ligações originadas através de telefones fixos podem ser vistos na tabela 01. Os custos das ligações originadas de celular são de responsabilidade do requerente.

Tabela 01 – Volume de ligações recebidas pelo canal de atendimento 135 no período de jan a nov/2020.

Competência	Ligações recebidas originadas na Paraíba	Ligações recebidas originadas de telefones FIXOS na Paraíba	Custo por ligação	Custo Variável Total por Ligação
Jan	86.229	18.802	0,054	R\$ 1.015,31
Fev	72.697	15.616	0,054	R\$ 843,26
Mar	92.945	20.210	0,054	R\$ 1.091,34
Abr	78.898	15.641	0,054	R\$ 844,61
Mai	71.579	13.051	0,054	R\$ 704,75
Jun	65.938	11.581	0,054	R\$ 625,37
Jul	68.229	12.404	0,054	R\$ 669,82
Ago	66.603	12.378	0,054	R\$ 668,41
Set	82.694	14.903	0,054	R\$ 804,76
Out	78.697	14.732	0,054	R\$ 795,53
Nov	78.309	14.657	0,054	R\$ 791,48
Dez				
Total				R\$ 8.854,65

Observa-se que as ligações recebidas via 135, observando apenas custos variáveis, não oneram de maneira significativa os gastos públicos.

No atendimento presencial, o cidadão é recepcionado por servidores que recebem uma remuneração para a execução do serviço. Neste caso a despesa é mensurada através do Custo de Oportunidade em deslocar a mão de obra para este atendimento em detrimento de outra atividade.

De acordo com o Painel Estatístico de Pessoal do Ministério da Economia, a remuneração média do servidor do INSS no ano de 2020 é de R\$

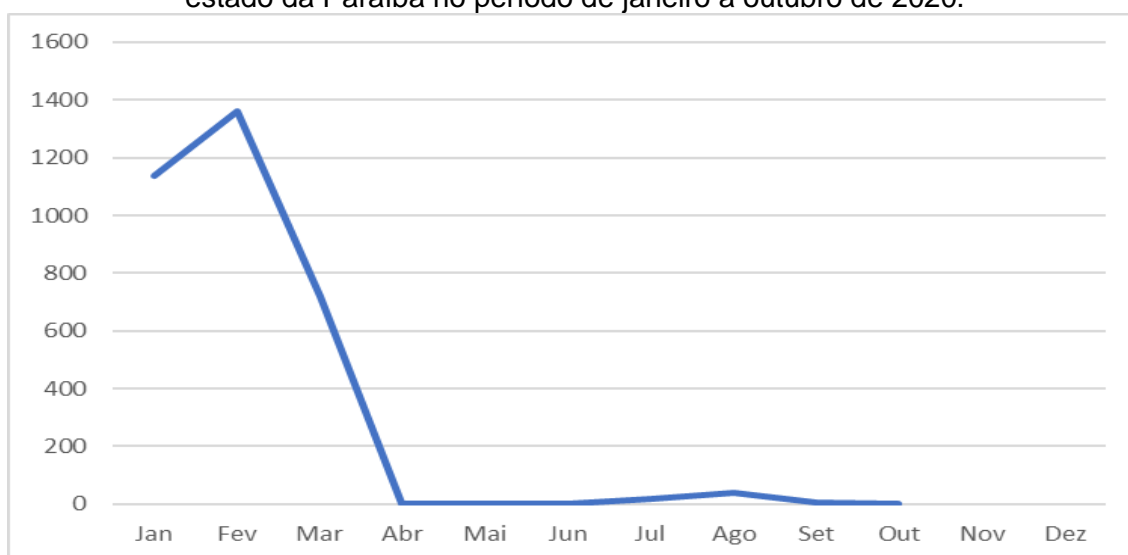


10.209,14³. Dividindo-se esse valor por 43.200 minutos, encontra-se a remuneração do servidor por minuto que é de R\$0,24. Considerando que o tempo médio de atendimento para criação de requerimento nas Agências da Previdência Social é de 10 minutos, tem-se que o atendimento presencial custa R\$ 2,36.

Esse detalhamento de custos é importante para ter a noção do valor que pode ser economizado se houver uma concentração maior de atendimentos no aplicativo Meu INSS em detrimento dos outros canais.

Ocorre que a pandemia forçou essa migração do atendimento presencial para a central 135 e para o Meu INSS. Na Paraíba, essa situação pode ser verificada no gráfico abaixo:

Gráfico 02 - Atendimentos presenciais para agendamentos de serviços no INSS no estado da Paraíba no período de janeiro a outubro de 2020.



3. PUBLICIDADE

A publicidade é uma atividade profissional dedicada à difusão pública de empresas, produtos ou serviços. Essa divulgação, quando executada por um ente público, tem geralmente a missão de educar, orientar ou apresentar um produto ou serviço de interesse da coletividade.

A publicidade pode ser veiculada por vários meios de comunicação. (Televisão, Rádio, Revista, etc...). Essa publicidade quando veiculada em TV, possui como vantagem a capacidade de interagir com o público, de criar vínculos emocionais pelo bom uso dos recursos audiovisuais, além de atingir um grande público.

³ Considerando as rubricas de Indenizações e Restituições Trabalhistas, Outras Despesas Variáveis - Pessoal Civil, Vencimentos e Vantagens Fixas - Pessoal Civil



Apesar das vantagens citadas com a publicidade veiculada em TV, observa-se que esta publicidade possui um alto custo em comparação a divulgação por outros meios de comunicação.

4. DESPESA COM PUBLICIDADE

Com o advento do Teto de Gastos instituído pela Emenda Constitucional nº 95, de 15 de dezembro de 2016, que impôs um limite a despesa pública, tornou-se ainda mais imperioso analisar a qualidade dos dispêndios. Nesse contexto, o gasto com Publicidade, deve gerar retornos positivos para o bem estar da população.

A ideia trazida acima, deixa implícito o conceito de investimento, que consiste no gasto ou aplicação de recursos que produza um retorno futuro. Mas como mensurar esse retorno?

5. CAMPANHA MEU INSS NO ESTADO DA PARAÍBA

Com o intuito de fomentar o uso da ferramenta Meu INSS no estado da Paraíba foi veiculada, em setembro de 2020, um VT em Emissoras de TVs conforme relação abaixo:

Tabela 02 – Exibição de VTs em emissoras do Estado da Paraíba no período de 01 a 31 de setembro de 2020.

Emissora	Inserções diária	Inserções Mês
TV Cabo Branco	2	60
TV Paraíba	2	60
TV Arapuan	1	30
TV Tambaú	1	30
TV Correio	1	30
TV Manaíra	1	30
TOTAL	8	240

Observa-se que durante o mês de setembro, a campanha Meu INSS resultou em 240 inserções no mês, considerando a exibição realizada por todas as TVs.

A Campanha contou com 2(duas) das 8(oito) inserções diárias exibidas na faixa de horário entre 20:00h e 22:00h e foi realizada de forma gratuita, desta forma, para aferir os custos com a veiculação da propaganda, foi realizada uma estimativa de custo médio conforme pesquisa de mercado na região.

Tem-se que, para a exibição em “horário nobre” (de 20:00 às 22:00h), o custo médio estimado mensal das exibições é de R\$5.840,00 (cinco mil, oitocentos e quarenta reais. Já o custo médio para exibição nos demais horários é de cerca de R\$640,00.

6. ACESSOS E REQUERIMENTOS REALIZADOS ATRAVÉS DA FERRAMENTA MEU INSS NO PERÍODO DA CAMPANHA.



A fim de identificar os possíveis efeitos da campanha, foram levantados dados da média de visitantes mês a mês, no período de janeiro de 2020 a outubro de 2020.

Tabela 03 – Volume de Requerimentos e visitas ao Meu INSS no estado da Paraíba.

Competência	Requerimentos	Visitantes	Visitas	Custo Variável
01/2020	7.324	236.213	355.499	R\$ -
02/2020	6.277	208.673	318.616	R\$ -
03/2020	6.681	248.814	349.858	R\$ -
04/2020	8.160	245.570	349.639	R\$ -
05/2020	11.023	244.380	350.213	R\$ -
06/2020	12.389	222.744	238.343	R\$ -
07/2020	15.984	254.234	356.652	R\$ -
08/2020	16.009	238.086	332.645	R\$ -
09/2020	16.318	247.484	343.058	R\$ -
10/2020	15.983	263.417	382.787	R\$ -
11/2020				
12/2020				
TOTAL	132.207			R\$ -

Extração realizada pelo sistema BG Tarefas.

Observa-se na tabela 03, que houve pouca variação no volume de visitas e visitantes acessando o aplicativo, mas em contrapartida houve um aumento significativo no volume de visitas que resultou em requerimentos ao INSS.

Apesar da pouca variação nos números de visitas e visitantes, tem-se que no mês posterior a Campanha, essas variáveis atingiram seu ponto máximo, o que pode ser reflexo da divulgação da ferramenta.

7. DESPESA COM PUBLICIDADE

Elasticidade é a alteração percentual em uma variável, dada uma variação percentual em outra. É sinônimo de sensibilidade, resposta, reação de uma variável, em face de mudanças em outras variáveis.

Esta variação é estudada dentro da teoria econômica, e geralmente é utilizada para medir a variação na quantidade demandada por um produto dada uma alteração no preço do bem ou na renda do consumidor.

A Elasticidade é demonstrada na forma de variação de 1%, podendo variar de zero até o infinito. Assim temos:

$E(x) = 1$: diz-se que o bem tem elasticidade unitária



$E(x) > 1$: diz-se que o bem é elástico

$E(x) < 1$: diz-se que o bem é inelástico

Elasticidade unitária significa que um determinado percentual de variação no preço leva a uma variação percentual igual na quantidade demandada ou ofertada.

O bem é elástico quando a uma dada variação percentual no preço do bem, resulta numa variação percentual ainda maior na quantidade demandada por esse bem.

O bem é inelástico quando a uma dada variação percentual no preço do bem, há uma variação percentual menor na quantidade demandada por esse bem.

O conceito de elasticidade pode ser aplicado em outras áreas de estudo, como no caso da área de marketing para medir o impacto de uma campanha publicitária sobre o lucro da empresa.

Esta elasticidade é conhecida como Elasticidade – Propaganda e é a medida da capacidade de resposta da demanda por uma marca às mudanças efetuadas nas variáveis de marketing, como propaganda.

O cálculo da Elasticidade – Propaganda é expresso por:

Coeficientes de elasticidade de propaganda

$$E_{prop} = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%}$$

Onde:

E_{prop} – Coeficiente de Elasticidade

$\Delta Q\%$ – Variação percentual na quantidade demandada (economia de despesas)

$\Delta P\%$ - Variação percentual nos gastos com propaganda

8. ESTIMATIVA DO IMPACTO DA PROPAGANDA SOBRE A PROCURA PELA FERRAMENTA MEU INSS.

Para aplicação do conceito de Elasticidade – Propaganda é necessário conhecer os custos envolvidos na operação.

Primeiro estimou-se o custo da campanha de TV conforme tabela abaixo:

Tabela 04 – Estimativa de custo para exibição da Campanha Meu INSS nas emissoras de TVs.



NEPATS

Emissora	Inserções diária		Inserções Mês	
	Horário Nobre	Demais horário	Horário Nobre	Demais horário
TV Cabo Branco	R\$ 5.400,00	R\$ 640,00	R\$ 162.000,00	R\$ 19.200,00
TV Paraíba (Afiliada da Globo)	R\$ 5.400,00	R\$ 640,00	R\$ 162.000,00	R\$ 19.200,00
TV Arapuan		R\$ 640,00		R\$ 19.200,00
TV Tambaú (Afiliada da SBT)		R\$ 640,00		R\$ 19.200,00
TV Correio (Afiliada da Record)		R\$ 640,00		R\$ 19.200,00
TV Manaíra (Afiliada da Band)		R\$ 640,00		R\$ 19.200,00
TOTAL	R\$ 10.800,00	R\$ 3.840,00	R\$ 324.000,00	R\$ 115.200,00
			R\$	439.200,00

Após, é necessário saber o quanto esse custo representa, em termos percentuais, do orçamento destinado a manutenção das Unidades do INSS no estado da Paraíba.

86

Tabela 05 – Estimativa da variação de custos para manutenção das unidades no estado da Paraíba frente a um possível gasto com propaganda.

	Despesa de Custeio (Setembro/2020)	
Gerência de Campina Grande	R\$	415.328,57
Gerência de João pessoa	R\$	565.479,75
Total de Despesas	R\$	980.808,32
Estimativa de Despesas com Propaganda	R\$	439.200,00
Estimativa de variação % de gastos com Propaganda		45%

Ainda fazendo o levantamento dos valores envolvidos na operação. Levantou-se os custos que eventualmente deixaram de ser gastos com a redução de despesas pela diminuição da demanda por outros canais.

Tabela 06 – Estimativa da variação de custos com a redução no volume de atendimento presencial.

Despesas com custeio das unidades de atendimento da Paraíba				R\$	980.808,32
	set/20	out/20	Variação	Valor economizado com o atendimento	
Central 135	14.903	14.732	171	R\$	9,23
Atendimento Presencial	3	2	1		2,25
Total de Despesas				R\$	11,48
Variação % da economia gerada com a diminuição do Atendimento					0,0%

Aplicando-se os dados à fórmula de elasticidade, temos que:

$$E_{prop} = \frac{0\%}{45\%}$$

$$E_{prop} = 0\%$$

Desta forma, o coeficiente de elasticidade da Campanha Meu INSS é perfeitamente inelástico, ou seja, num cenário de pandemia onde o volume de



atendimento presencial é próximo a zero, qualquer variação nos gastos com propaganda para o meu INSS, não resultará em variação que gere economia de despesas para o INSS.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dado o exposto, percebe-se que a Campanha Meu INSS não gerou um impacto sobre a demanda pelo aplicativo em função da migração ocorrida antes da Campanha Publicitária, face a epidemia causada pelo corona vírus.

O atendimento presencial junto as Agencias da Previdência Social foi reduzido a zero, forçando o uso da ferramenta como um dos principais canais de entrada de requerimentos e atendimento do cidadão.

Considerando os dados da PNAD onde assevera que 88,5% dos brasileiros com 10 anos ou mais tinham acesso à internet por telefone móvel celular em 2018, percebe-se que ainda há espaço para aumentar o percentual de uso do Meu INSS em detrimento de outros canais de entrada, mas em virtude do contexto, esse avanço não é mais possível em relação ao atendimento presencial.

Cabe lembrar, que ainda assim, a campanha é importante por prestar um serviço público relevante de prestar informações e incentivar o uso de ferramentas de ferramentas que propiciam o exercício da cidadania e a inclusão digital.



REFERÊNCIAS

IBGE, 2020. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/17270-pnad-continua.html?edicao=27138&t=resultados>>. Acesso em: 06/12/2020.

GIRALDI, Profa. Dra. Janaina de Moura Engracia, 2020. 99 slides. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4180795/mod_resource/content/4/Gerenciamento%20da%20propaganda%20promo%C3%A7%C3%B5es%202018.pdf>. Acesso em: 05/06/2020.

INSS, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/inss/pt-br/canais_atendimento/saiba-tudo-sobre-o-meu-inss/meu-inss>. Acesso em: 06/12/2020.

Connect Mix, 2020. Disponível em: <<https://www.connectmix.com/impacto-da-publicidade-brasil/>>. Acesso em: 06/12/2020.

Jus Brasil, 2020. Disponível em: <<https://lrleonardorabelo.jusbrasil.com.br/artigos/399233497/publicidade-versus-propaganda-na-administracao-publica>>. Acesso em: 05/12/2020.

