

RELATÓRIO GECOM

10 | 2025

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.

1. Principais Ações de Comunicação e Marketing

O mês de outubro foi marcado por uma agenda intensa de entregas que consolidaram a atuação integrada da Gerência de Comunicação e Marketing (Gecom). O período contou com campanhas internas e externas, entre elas o Clube de Vantagens com *Cashback*, o sorteio especial de aniversário e a ação “Quem matou Odete?”, além da produção contínua de conteúdos para o site, Central de Notícias, e-mail *marketing* e redes sociais. Houve crescimento expressivo no desempenho digital, com destaque para os resultados do YouTube e do Instagram. A Gecom também apoiou eventos voltados aos participantes e Representantes Funpresp-Jud, além de organizar a ação conjunta de aniversário da Fundação com o Dia do Securitário, reforçando engajamento, visibilidade institucional e alinhamento às diretrizes estratégicas.

O site da Funpresp-Jud registrou **19.579 sessões, 27.723 visualizações de página e 11.034 usuários**, com destaque para o interesse contínuo na página da **Cobertura Adicional de Risco (CAR)**, que permaneceu entre as mais acessadas no mês. Na Central de Notícias foram publicadas **11 matérias**, enquanto 11 e-mails *marketing* foram enviados **para participantes**, com **taxa média de abertura de 31%**, e **9 envios para os Representantes Funpresp-Jud**, que alcançaram **40% de taxa média de abertura**, demonstrando bom desempenho do canal e manutenção do engajamento dos públicos estratégicos.

Relativamente às campanhas, outubro contou com a execução das ações externas do **Clube de Vantagens com Cashback**, lançamento do novo **Portal do Participante**, do **Sorteio de Aniversário Funpresp-Jud** e do **Sorteio “Quem matou Odete?”**, além das campanhas internas de **Aniversário Funpresp-Jud** e **Aculturamento de Compliance**, todas voltadas ao fortalecimento da presença institucional e ao engajamento dos públicos estratégicos. Na frente de criação e *design*, a Gecom desenvolveu as identidades e materiais das três principais campanhas do período, **Alteração de Percentual**, **Contribuição Facultativa** e **Dia da Gentileza**, bem como criou toda a identidade visual da **Confraternização de Fim de Ano** e o leiaute da premiação **Protagonista da Mudança**, garantindo consistência visual e apoio operacional às iniciativas de comunicação e *marketing*.

Quanto ao endomarketing, o mês contou com a celebração integrada do Aniversário da Funpresp-Jud e do Dia do Securitário.

Em outubro, a Gecom apoiou uma agenda intensa de eventos comerciais voltados aos participantes, como: a palestra *online* no **SJ-ES**, em 13 de outubro; a palestra presencial na **ANAMATRA**, em 24 de outubro; o plantão de atendimento no **TJDFT**, em 28 de outubro; e a palestra *online* na **Justiça Militar**, em 20 de outubro. As entregas envolveram divulgação, apoio operacional à Gerência Comercial e de Relacionamento (Gecor), articulação com as equipes de comunicação dos órgãos, envio de *releases* e cobertura em tempo real para os canais oficiais. A

Gecom e a Gecor trabalharam em parceria com o **Sisejufe** nos eventos da Semana do Servidor, realizada nos órgãos patrocinadores do Rio de Janeiro: **TRF-2, SJ-RJ, CCJF, TRT-1, TRE-RJ** e 1ª CJM.

No **Clube de Vantagens com Cashback**, o número de participantes inscritos chegou a **4.900**, com **55 compras registradas** e **R\$ 296,64 acumulados em cashback**.

Na assessoria de imprensa, foram produzidos **11 releases** e publicadas **55 notícias**, sendo **19 em veículos dos patrocinadores**: TST (1), TRT-2 (1), TRT-8 (1), TRT-11 (1), TRT-13 (2), TJDFT (2), SJ-ES (1), SJ-PI (1), MPDFT (2), PRT-1 (3) e PRT-2 (4). Em **mídia especializada**, foram **16**, distribuídas entre Blog Abrapp em Foco (6), Editora Roncarati (6), PrevDigest (2) e Suporte Consultoria e Treinamento (2). Já em **mídia de interesse**, foram **17 publicações**, contemplando Sisejufe (10), Anajustra Federal (2), SindMPU (2), Fenassojaf (1), AMATRA XV (1) e Portal ND+ (1). Em **redes sociais**, houve **2 menções** de seguidores, uma no Youtube e uma no Facebook.

No YouTube, foram publicados **5 vídeos longos** e **11 shorts**, totalizando **10.862 visualizações** e **24.538 impressões** no mês. O canal atingiu **5.800 inscritos**, o que corresponde a **259% da meta anual já cumprida**, mantendo outubro entre os meses de melhor desempenho.

No LinkedIn, a Funpresp-Jud alcançou **4.542 seguidores**, com incremento de **77 novos seguidores** e **20 publicações** no período, atingindo **95% da meta anual**. No Facebook, o perfil manteve **1.482 seguidores** e realizou **39 publicações**, preservando estabilidade de engajamento.

No Instagram, o número de seguidores chegou a **3.635**, alcançando **402% da meta anual**. Foram realizadas **30 publicações no feed** e **187 stories**, gerando **32.595 contas alcançadas** e **89.234 impressões**, com aumento de **140 novos seguidores** em relação ao mês anterior.

Durante o mês, foram impulsionados conteúdos institucionais e promocionais, incluindo o carrossel **"5 bilhões de patrimônio"** e o Reel **"Clube de Vantagens com Cashback + Óculos JBL SoundGear"**, alcançando **12.567 pessoas**, com **14.724 impressões**, **463 cliques**, reforçando o alcance da marca e ampliando a entrega dos conteúdos.

O **Canal de Notícias no WhatsApp** encerrou outubro com 910 inscritos, registrando 34 conteúdos publicados e alcance de 312 contas.

As ações desenvolvidas em outubro reforçaram o compromisso da Gecom com a consolidação da imagem institucional da Funpresp-Jud e com a entrega de resultados concretos. A integração entre campanhas, eventos, produção de conteúdo, assessoria de imprensa e fortalecimento da presença digital garantiu avanços significativos, ampliando o alcance das iniciativas, fortalecendo o engajamento dos públicos estratégicos e assegurando plena aderência às diretrizes institucionais.

3. Acompanhamento da Execução Orçamentária

A previsão orçamentária da Gecom integra o Caderno Orçamentário 2025 e as ações estão descritas no Plano Gerencial de Comunicação e *Marketing* 2025.

A tabela a seguir, apresenta o acompanhamento da execução orçamentária referente às ações previstas para 2025, distribuídas nas rubricas de Serviços de Terceiros e Despesas Gerais, bem como as executadas neste mês:

Tabela 1: Execução orçamentária - outubro/2025

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de outubro	Valor até outubro	Saldo
Serviços de Terceiros/Com. e <i>Marketing</i>	371.750,00			250.076,60
Serviços Gráficos	203.925,00		30.430,00	173.495,00
Agência de Comunicação	13.193,00		12.000,00	1.193,00
Instituto de Pesquisa	91.000,00		44.409,50	46.890,50
Plataforma RD Marketing	25.709,00			25.709
Monitoramento de notícias	20.007,00	1.756,70 (1)	17.567,00	2.440,00
Monitoramento de mídias sociais	10.596,00	905,38 (2)	8.656,18	1.939,82
Plataforma de envio de e-mail	7.320,00	1.012,64 (3)	8.910,72	-1.590,72
Despesas Gerais/Com. e <i>Marketing</i>	154.901,00			45.221,00
Gráfica de Conveniência	2.500,00		2.358,20	141,80
Brindes	42.301,00		45.439,48	-3.138,48
Eventos de Rel. com Jornalistas	6.000,00		882,00	5.118,00
Decoração de Eventos	3.000,00			3.000,00
Comunicação Interna	4.000,00		3.873,00	127,00
Banco de Imagens (fotos e vídeos)	8.000,00		1.490,01	6.509,99
<i>Buffet</i>	39.800,00		19.352,00	20.448,00
Equipamentos de áudio e vídeo	27.600,00		14.447,67	13.152,33
Impulsioneamento de mídias sociais	5.500,00	468,86* (4)	3.689,93	1.810,07
Planejamento Estratégico	16.200,00		11.169,75	5.030,25
Diárias e deslocamento	-		6.977,96	-6.977,96
Total	526.651	4.143,58	231.353,40	295.297,60

(1) Plataforma de monitoramento de notícias (clipping);

(2) Plataforma de monitoramento de mídias sociais para menções à Funpresp-Jud;

(3) Plataforma de envio de e-mail marketing para Participantes e Representantes Funpresp-Jud;

(4) Impulsioneamento de posts estratégicos e de interesse do público-alvo no Facebook e Instagram;

* O valor inclui R\$ 16,00 (dezesseis reais), referente à anuidade do cartão de crédito.

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	KR Estratégico	Prazo	Aferição	Observação
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Avaliar a percepção dos Representantes Funpresp-Jud	Pesquisa de opinião com os Representantes Funpresp-Jud realizada	11/25	Realizada em jul/2025	119 Representantes Funpresp-Jud responderam. Constatou-se alto engajamento (45,4% muito ou totalmente engajados) e percepção de apoio institucional (75,6%)
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Avaliar a percepção dos Participantes Funpresp-Jud	Pesquisa de opinião com os Representantes Funpresp-Jud realizada	11/25	Realizada em jul/2025	1.222 Participantes responderam à pesquisa. 83,2% confiam na capacidade da Fundação em cumprir obrigações previdenciárias.
Aprimorar a comunicação com todos os públicos	Realizar campanhas de comunicação, <i>marketing</i> e responsabilidade social	Aumento da presença nas mídias sociais em 5% ao ano	12/25		