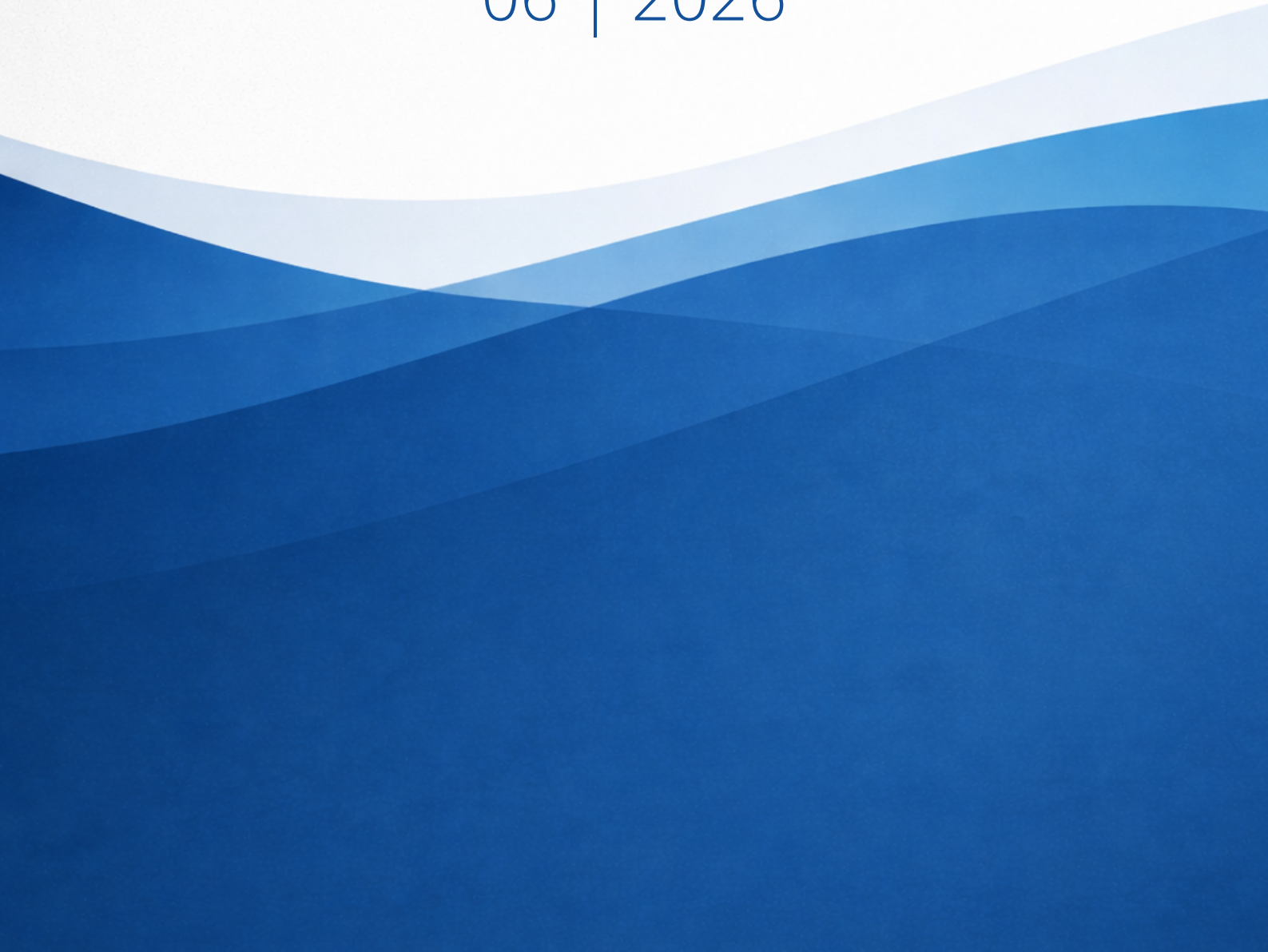


RELATÓRIO DE
COMUNICAÇÃO
E MARKETING

06 | 2026

The bottom half of the page features a decorative graphic consisting of several overlapping, wavy bands of different shades of blue, creating a sense of depth and movement. The colors range from a deep navy blue at the bottom to a lighter, almost white blue at the top, where they meet the text area.

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*

No mês de junho, a Gerência de Comunicação e *Marketing* (Gecom) deu continuidade às ações previstas em seu Plano Gerencial de Comunicação e *Marketing*, além das ações previstas no planejamento estratégico, com atuação integrada nos canais institucionais, campanhas de comunicação, na assessoria de imprensa, produção de conteúdo e no apoio às iniciativas corporativas da Fundação. As principais atividades e seus respectivos resultados estão consolidados a seguir.

Em junho, a estratégia de ***e-mail marketing*** compreendeu 28 disparos, sendo 21 direcionados aos participantes e 7 aos Representantes Funpresp-Jud. Os envios registraram taxa média de abertura de 35% entre os participantes e de 37% entre os Representantes, reforçando a efetividade do canal como ferramenta de comunicação institucional.

No ***site***, foram publicadas 6 matérias na Central de Notícias. O portal registrou 20.482 sessões, 31.224 visualizações de página e 13.120 usuários, dos quais 7.774 acessaram o site pela primeira vez.

Na **Assessoria de Imprensa**, foram elaborados 10 *releases*, que resultaram em 33 publicações. Desse total, 19 inserções ocorreram em canais de patrocinadores, distribuídas entre STF (1), CNJ (1), TJDF (2), TRF-5 (1), SJ-MT (1), SJ-PI (1), SJ-SE (1), SF-ES (1), TRE-GO (1), TRE-RN (1), TRT-2 (1), TRT-11 (2), TRT-13 (1), MPF (1), MPT (1), PRT-1 (1) e PRT-2 (1). Na mídia especializada, foram registradas 5 publicações nos veículos: *Blog Abrapp em Foco* (1), Editora Roncarati (1) e Investidor Institucional (3). Já na mídia de interesse, contabilizaram-se 9 publicações, abrangendo Jota (1), Blog do Éder (1), Renova Invest (1), Academia Concursos (1), Anajustra (1), Sindjus (2) e Sisejufe (1) e Amatra 15 (1). Em redes sociais, foram registradas 2 publicações: *WhatsApp Sindjus* (1) e X @filipesa (1).

No campo das **campanhas e ações externas**, foi dada continuidade à campanha do Seguro de Renda e a uma nova ação de empréstimos direcionada aos participantes do TJDF. Para aumentar a divulgação do Seguro de Renda, foram impulsionados dois *reels* no Instagram, com foco na ampliação do alcance e na divulgação da contratação 100% *on-line*. Em conjunto, as

publicações alcançaram **69.533 contas** e somaram **91.276 visualizações**, reforçando a visibilidade da divulgação junto ao público-alvo.

Na parte de eventos, encerrando a rodada de **Encontros Regionais de 2026**, a Gecom atuou, em parceria com a Gerência Comercial e de Relacionamento, na elaboração e execução do Encontro Regional de Brasília.

Como parte das iniciativas de **educação financeira e previdenciária** da Funpresp-Jud, a **parceria com o Professor Jurandir Sell**, doutor em Finanças Comportamentais, resultou na publicação de dois artigos na Central de Notícias, que somaram 1.030 visualizações, além de dois conteúdos no *Instagram*, que alcançaram 3.546 contas e totalizaram 5.281 visualizações, 223 curtidas, 63 compartilhamentos, 24 salvamentos e 13 comentários, demonstrando o interesse do público pelos temas abordados.

O **Clube de Vantagens com Cashback** encerrou o período com 5.518 participantes cadastrados. No mês, a plataforma contabilizou 32 novos cadastros e 19 compras, que geraram R\$ 273,67 em *cashback* para os participantes. Desde sua implementação, em 2022, o Clube já movimentou R\$ 1.090.425,00 em compras realizadas e R\$ 40.345,00 em *cashback* acumulado.

Na área de **Criação e Design**, as atividades estiveram voltadas ao suporte das principais iniciativas, com destaque para o desenvolvimento da identidade visual da campanha de lançamento do novo EAD Funpresp-Jud.

Na produção audiovisual, foram publicados 10 conteúdos no **YouTube**, sendo 2 vídeos longos e 8 *shorts*. Ao final do período, o canal somava 6.349 inscritos. As publicações registraram 104 curtidas, 61 compartilhamentos e 3 comentários durante o mês, enquanto o acumulado do ano alcançou 55.890 visualizações, evidenciando o engajamento do público com os conteúdos produzidos.

No **Facebook**, foram realizadas 25 publicações durante o mês. No período, a página alcançou 59 curtidas e 59.016 contas, encerrando junho com um total de 2.237 seguidores.

No **Instagram**, foram realizadas 25 publicações no *feed* e 112 *stories*. Entre as publicações, destacaram-se três ações em formato *collab*: a continuidade da parceria com o Sindjus, com a publicação do quarto episódio da série "Por dentro dos Conselhos Deliberativo e Fiscal"; a *collab* com o Sisejufe, com o *reel* "A Funpresp-Jud tem uma novidade para você"; e a parceria com a Astrife para divulgação do "Seminário Pilares para um Presente Planejado e um Futuro Sustentável". No período, o perfil alcançou 117.278 contas e 206.621 impressões. Com o desempenho registrado no mês, o perfil encerrou junho com 5.074 seguidores, o que representa um acréscimo de 110 novos seguidores em relação a maio de 2026.

No **LinkedIn**, foram realizadas 14 publicações. No acumulado do ano, o perfil totalizou 88.106 impressões e encerrou o mês com 5.380 seguidores.

No **Canal de WhatsApp da Funpresp-Jud**, foram publicados 22 conteúdos. Ao final do mês, a plataforma contabilizou 1.124 inscritos e 3.013 contas alcançadas, mantendo a trajetória de crescimento.

2. Acompanhamento da Execução Orçamentária

A previsão orçamentária da Gecom integra o Caderno Orçamentário 2026 e as ações estão descritas no Plano Gerencial de Comunicação e *Marketing* 2026.

A tabela a seguir, apresenta o acompanhamento da execução orçamentária referente às ações de comunicação e *marketing* previstas para 2026, executadas neste mês:

Tabela 1: Execução orçamentária - junho/2026

Grupo de despesa	Valor do Ano (R\$)	Valor de junho (R\$)	Valor até junho (R\$)	Saldo (R\$)
Despesas Gerais/Com. E <i>Marketing</i>	239.025,00			239.025,00
Gráfica de Conveniência	2.500,00			2.500,00
Brindes	47.000,00		46.415,00	585,00
Eventos de Rel. com Jornalistas	6.000,00			6.000,00
Decoração de Eventos	3.000,00			3.000,00
Comunicação Interna	4.000,00		290,00	3.710
Banco de Imagens (fotos e vídeos)	8.000,00			8.000,00
Reunião de Gestão de Liderança	24.900,00		13.531,80	11.368,20
Equipamento de áudio de vídeo para estúdio	64.600,00			64.600,00
Impulsioneamento de mídias sociais	6.000,00	860,03 (1)	4.432,17	1.567,83
Reuniões Conselhos Deliberativo e Fiscal	14.025,00		5.400,00	8.625,00
<i>Buffet</i>	30.000,00	20.525,44 (2)	26.045,44	3.954,56
Mobiliário para estúdio	20.000,00			20.000,00
Mesa de som para auditório	9.000,00			9.000,00
Total	239.025,00	21.385,47	97.324,41	141.700,59

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

(2) Contratação de serviço de *Coffee Break* para os Encontros Regionais da Funpresp-Jud 2026.

3. Indicadores

Neste item será apresentado o resultado da aferição dos indicadores sob responsabilidade da Gecom, diretamente relacionados ao Plano Gerencial de Comunicação e *Marketing*.

Tabela 2: Indicadores de gestão

Ação	Meta	Prazo	Aferição	Observação
Produzir e divulgar conteúdos sobre o Plano JusMP-Prev, Cobertura Adicional de Risco (CAR), Governança e Educação Financeira e Previdenciária no canal do YouTube	Alcançar 6.270 inscritos (+5%)	dez/2026	101,26% alcançada (6.349)	Crescimento na base de inscritos
	Alcançar 29.076 visualizações anuais (+5%)	dez/2026	192,22% alcançada (55.890)	Ampliação do consumo do conteúdo
	Alcançar 4.344 horas de tempo de exibição (+5%)	dez/2026	34,11% alcançada (1.481,95h)	Maior retenção e interesse do público
Produzir e divulgar conteúdos sobre o Plano JusMP-Prev, Cobertura Adicional de Risco (CAR), Governança e Educação Financeira e Previdenciária no Instagram	Alcançar 4.385 seguidores (+10%)	dez/2026	115% alcançada (5.074)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 25.618 de alcance anual (+5%)	dez/2026	457,79% alcançada (117.278)	Ampliação da distribuição dos conteúdos
	Alcançar média anual de 58.497 impressões (+5%)	dez/2026	520% alcançada (222.769)	Ampliação da visibilidade das publicações
	Alcançar média mensal de 5,10% de taxa de engajamento (+5%)	dez/2026	Taxa mensal de 5,64%	Manutenção do nível de interação do público

Ação	Meta	Prazo	Aferição	Observação
- Produzir e divulgar conteúdos sobre o Plano JusMP-Prev, Cobertura Adicional de Risco (CAR), Governança e Educação Financeira e Previdenciária no Facebook	Alcançar 2.290 seguidores (+5%)	dez/2026	97,7% alcançada (2.237)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 5.400 de alcance (+5%)	dez/2026	1.092% alcançada (59.016)	Ampliação da distribuição das publicações
	Alcançar 180 curtidas anuais (+5%)	dez/2026	32,7% alcançada (59 curtidas)	Ampliação da interação com os conteúdos
- Publicar conteúdos institucionais e estratégicos voltados à Governança e Previdência Complementar no LinkedIn	Alcançar 5.047 seguidores (+5%)	dez/2026	106,6% alcançada (5.380)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 195.132 impressões anuais (+5%)	dez/2026	43,15% alcançada (88.106)	Ampliação da visibilidade institucional
- Publicar conteúdos sobre o Plano JusMP-Prev, Cobertura Adicional de Risco (CAR), Governança e Educação Financeira e Previdenciária no Canal do WhatsApp	Alcançar 1.025 seguidores (+15%)	dez/2026	109,6% alcançada (1.124 inscritos)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 4536 contas alcançadas (+5%)	dez/2026	69% alcançada (3.013)	Ampliação da distribuição de conteúdo