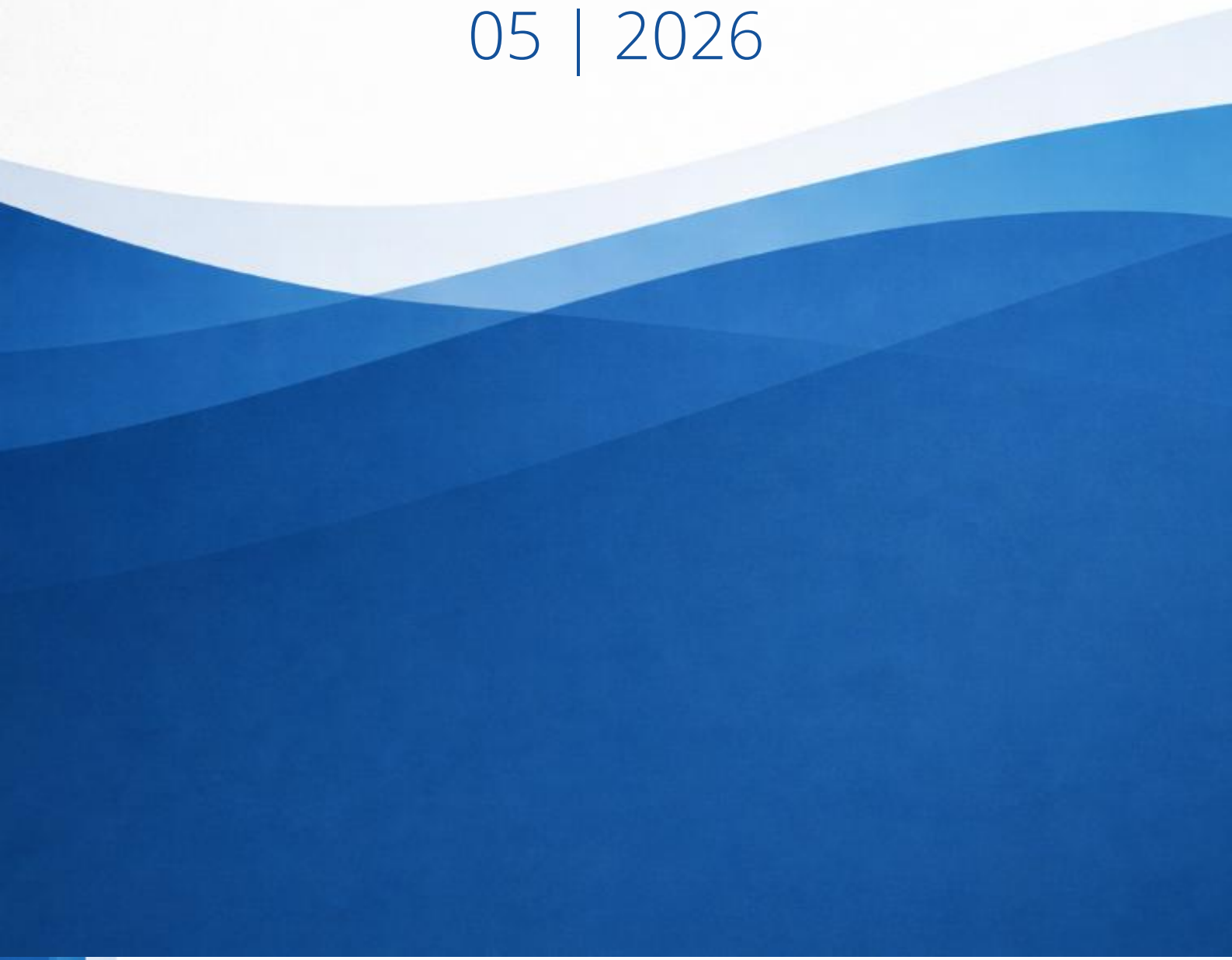


RELATÓRIO DE
AÇÕES
COMERCIAIS E DE
RELACIONAMENTO

05 | 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 light, almost white blue at the top to a deep, dark blue at the bottom.

Introdução

Este relatório, elaborado pela Gerência Comercial e de Relacionamento (Gecor), apresenta as principais informações referentes ao mês de maio de 2026, incluindo análises, indicadores, gráficos e resultados alcançados, em alinhamento às Melhores Práticas de Relacionamento com participantes aplicáveis às Entidades Fechadas de Previdência Complementar (EFPC) e ao Planejamento Estratégico da Funpresp-Jud. O documento tem como objetivo dar transparência às ações desenvolvidas no período, evidenciando o desempenho da área na gestão do relacionamento com participantes e potenciais participantes.

No período, foram registrados avanços na qualificação da experiência do cliente, com foco no fortalecimento do vínculo com os participantes, no estímulo ao engajamento e na ampliação da compreensão sobre as soluções oferecidas pela Fundação.

1. Relacionamento / Atendimento

Foram registrados 2.388 atendimentos, sendo que 90,11% dessas demandas foram resolvidas na Gecor e 9,89% foram encaminhadas às áreas técnicas, devido à necessidade de detalhamentos mais específicos ou ao tratamento inerente ao setor.

1.1 O canal de atendimento mais demandado foi o e-mail, com 1.097 atendimentos, representando 45,94% de todos os atendimentos realizados pelos diversos canais disponíveis. O WhatsApp ocupou o segundo lugar, com 974 solicitações, seguido pelo Telefone, que ficou em terceiro lugar com 252 protocolos registrados e o chat com 60 atendimentos. Além desses canais, a Funpresp-Jud também realiza atendimentos pelo autoatendimento disponível no site, bem como atendimentos presenciais e online, mediante agendamento.

Gráfico 1: Atendimento por tipo de canal

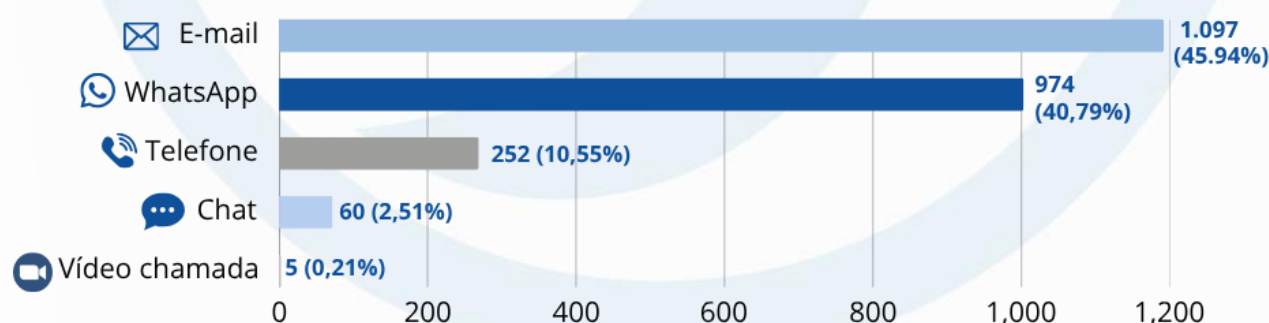


Gráfico 2: Atendimento por tipo de público.

O maior número de atendimentos realizados foi destinado aos participantes ativos.

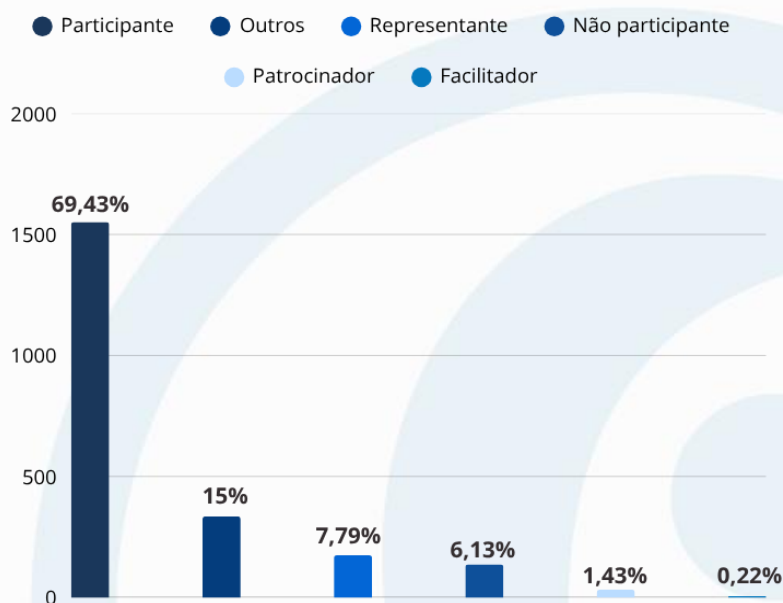
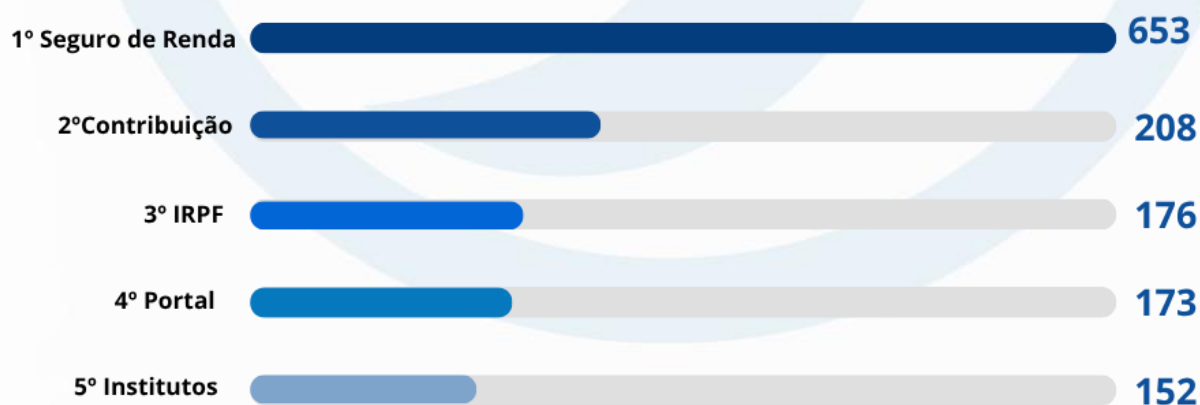


Gráfico 3: Atendimento por temas abordados.

Os principais temas abordados foram: Seguro de Renda, contribuição e Imposto de Renda.



2. Histórico de atendimentos realizados em 2026.

No acumulado até maio de 2026, foram registrados 10.017 atendimentos.

Gráfico 4: Histórico de atendimentos em 2026.

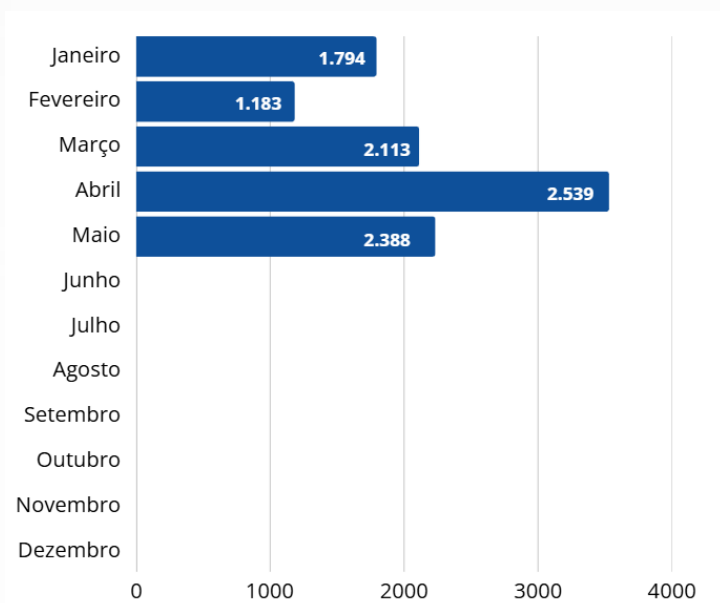


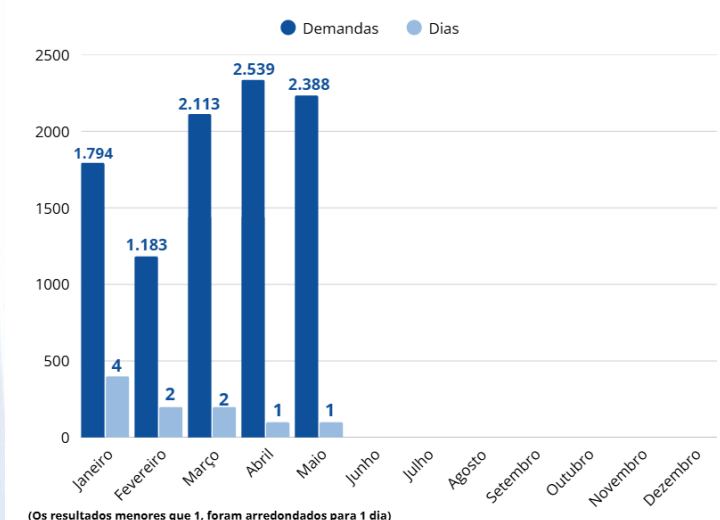
Gráfico 5: Histórico de TMR (Tempo médio de resposta) em 2026.

O TMR representa o tempo total decorrido desde a abertura de uma demanda (data de criação do protocolo) até a sua conclusão definitiva (data de resolução). Trata-se de um indicador que busca equilibrar agilidade e qualidade, contemplando todo o ciclo de atendimento: desde o primeiro contato, passando pelas tratativas internas com áreas técnicas, até o retorno final ao participante.

No mês de maio, o tempo médio de primeira resposta ao participante, a partir do momento do contato, foi de **05:02:04**, enquanto o tempo médio de resolução definitiva foi de **21:30:55**.

Quando comparado ao benchmarking do setor, cujo TMR médio é de aproximadamente **2 dias**, o resultado observado evidencia um desempenho significativamente superior ao do segmento.

O resultado também se mostra bastante positivo quando comparado ao **prazo estabelecido pela Resolução CNPC nº 32, de 4 de dezembro de 2019**, que determina que as informações solicitadas por participante ou assistido sejam prestadas pela EFPC no prazo máximo de **30 dias**, contados a partir da data de formalização da solicitação.



3. Autoatendimento

Alinhado ao Planejamento Estratégico da Fundação e ao compromisso de aprimorar continuamente os canais de atendimento, a Funpresp-Jud disponibiliza o Atendimento Inteligente, uma solução de autoatendimento. O Atendimento Inteligente funciona como uma FAQ, porém possui tecnologia avançada de central de ajuda, que utiliza algoritmos de processamento de linguagem natural para interpretar termos semelhantes e fornecer respostas precisas, mesmo diante de erros de digitação ou variações nas perguntas formuladas.

Essa solução oferece mais uma alternativa para participantes e servidores esclarecerem dúvidas, estando disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana. O acesso é fácil e pode ser feito diretamente no site da Fundação, na aba "Atendimento", em "Tópicos Frequentes".

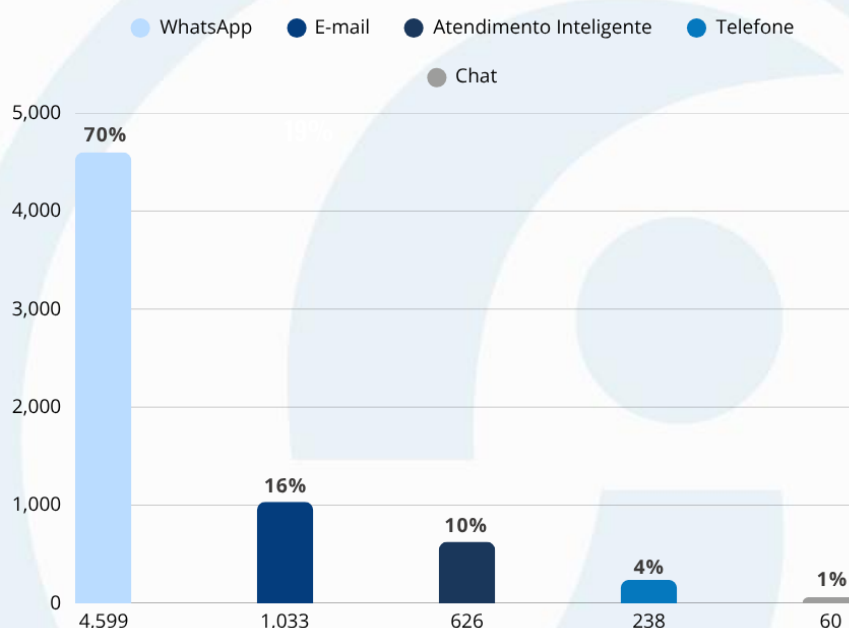


Gráfico 6: Representatividade do Atendimento Inteligente em relação a outros canais

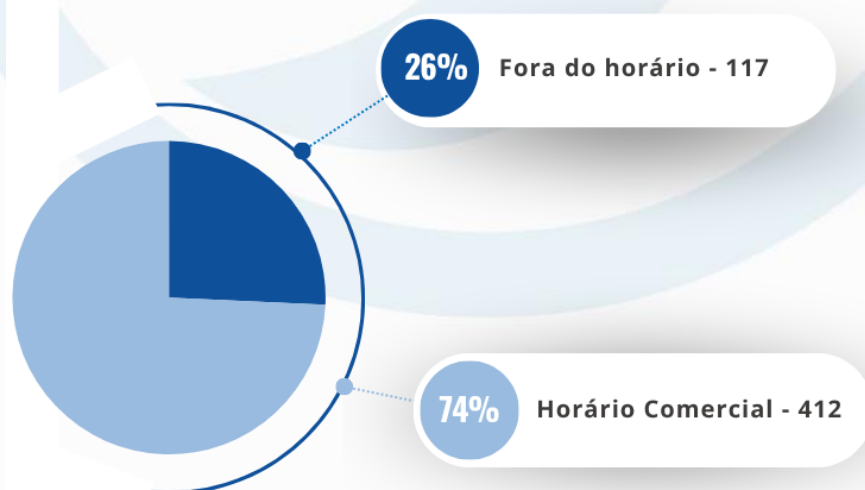
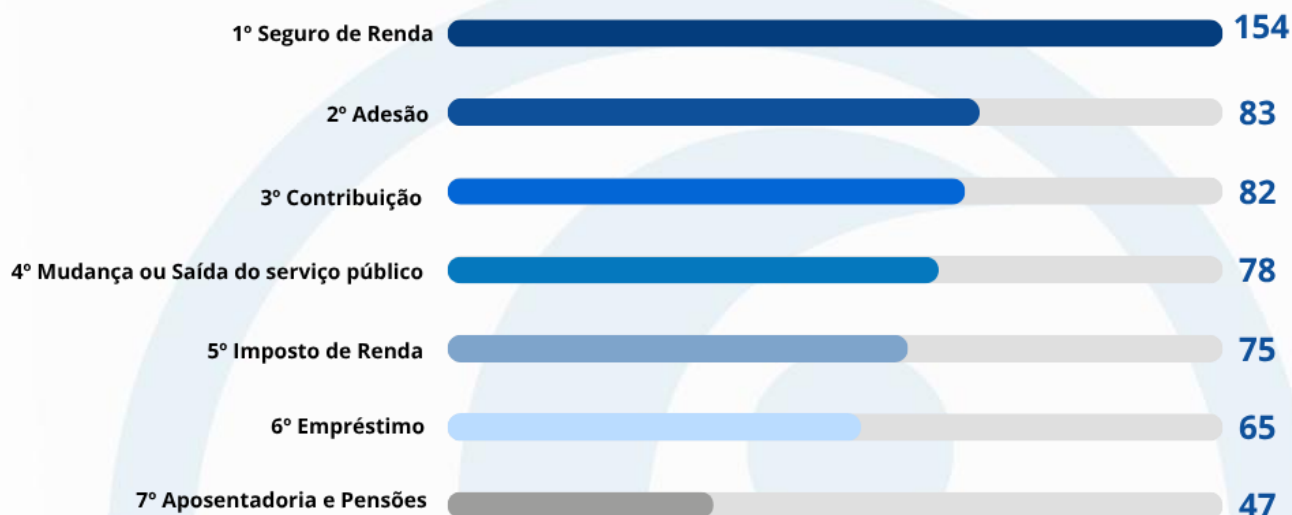
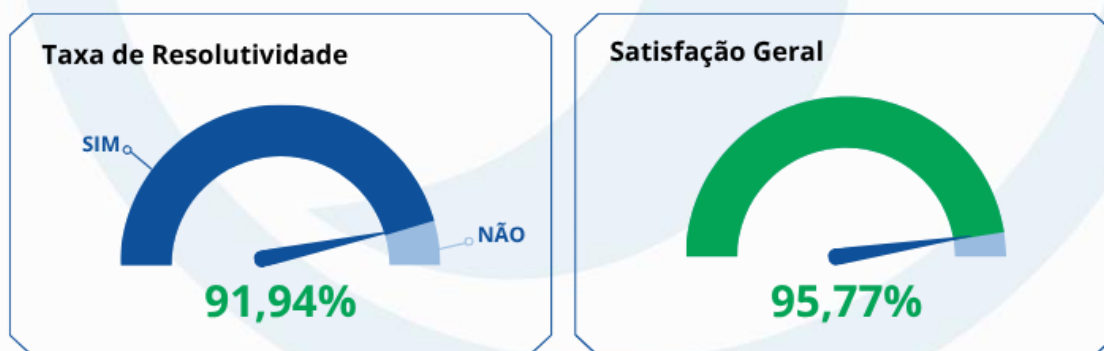


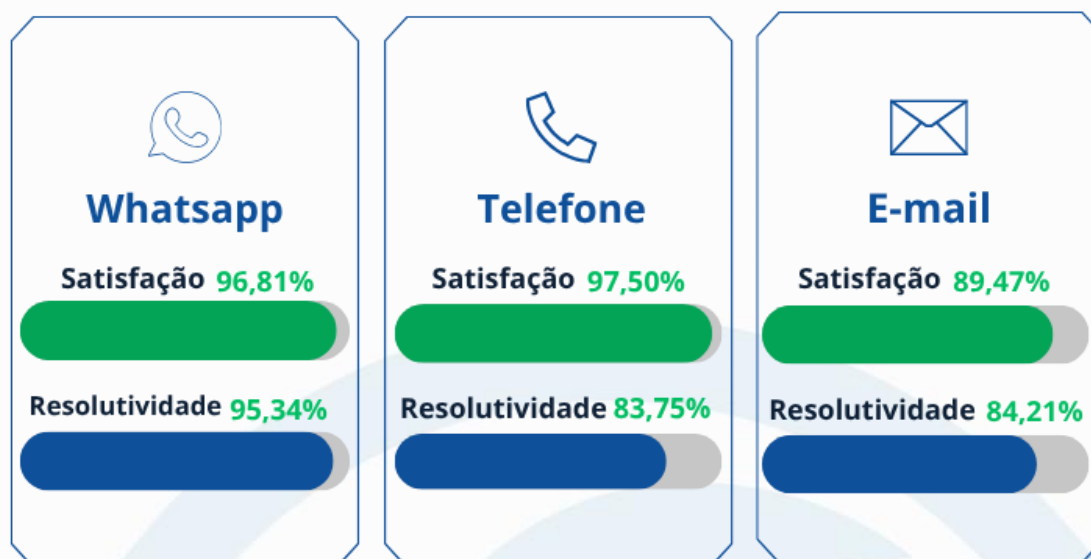
Gráfico 7: Assuntos mais acessados no Atendimento Inteligente:



4. Pesquisa de Satisfação



A primeira pergunta avalia a qualidade do atendimento e o nível de conhecimento dos atendentes. O resultado demonstrou um nível de satisfação de **95,77%**, o que evidencia um alto grau de satisfação dos participantes em relação ao atendimento e aos serviços prestados pela Funpresp-Jud. Em relação à nota média, considerando o CSAT em escala de 1 a 5 — sendo 1 “muito insatisfeito” e 5 “muito satisfeito” — o resultado apurado foi de **4,90**. Quando comparado ao *benchmarking* do setor, que apresenta média de **4,20**, o desempenho observado mostra-se superior ao praticado pelo segmento.



A segunda pergunta da pesquisa mede o grau de resolutividade. A taxa de resolutividade é uma métrica usada para medir a eficácia do atendimento na resolução dos problemas ou solicitações dos participantes.

Ela é calculada com base nas respostas dos participantes que preencheram a pesquisa de satisfação. Entre os que responderam à pesquisa, verifica-se quantos informaram que o seu problema foi resolvido e quantos disseram que não foi resolvido.

O índice de satisfação considerando todos os canais foi de **95,77%** e a taxa de resolutividade foi de **91,94%**.

5. Comercial

A área Comercial da Funpresp-Jud atua de forma estratégica e integrada para promover o crescimento sustentável da Fundação, fortalecer o relacionamento com seus públicos e ampliar a geração de valor ao longo da jornada dos participantes. Sua atuação contempla a prospecção, adesão, retenção, reversão e fidelização de participantes, além do relacionamento com Órgãos Patrocinadores, Representantes Funpresp-Jud, Entidades Representativas e demais públicos estratégicos.

Nesse contexto, a Gerência Comercial define, implementa e monitora a estratégia comercial da Fundação, planejando e coordenando ações, campanhas, programas, eventos (presenciais e on-line) e iniciativas voltadas à expansão da base de participantes, ao fortalecimento do relacionamento e à divulgação dos produtos e serviços da Funpresp-Jud.

Outro eixo relevante é a promoção de uma experiência positiva e consistente para participantes, potenciais participantes e públicos de interesse. Desde o primeiro contato, especialmente no momento de ingresso dos servidores, até o relacionamento contínuo, a atuação comercial busca orientar, engajar, facilitar decisões e gerar valor em diferentes pontos da jornada, contribuindo para uma experiência mais fluida, clara e centrada no participante.

5.1 Participação em palestras, treinamentos, eventos, reuniões estratégicas e visitas institucionais em maio/2026.

Em maio de 2026, a Gecor participou de ações presenciais e on-line, incluindo palestras, treinamentos, ambientações de novos servidores, reuniões estratégicas e visitas institucionais, com foco no relacionamento com os públicos estratégicos e na ampliação das oportunidades de adesão e engajamento.

Durante os eventos, a equipe atuou na captação de leads, no esclarecimento de dúvidas, na orientação dos participantes e na aplicação de pesquisas de satisfação, contribuindo para uma experiência mais próxima e qualificada. As ações também possibilitaram identificar interesses e oportunidades de relacionamento e prospecção junto aos públicos.

Nos eventos on-line, a equipe prestou suporte aos palestrantes e participantes por meio do chat, auxiliando no esclarecimento de dúvidas e na condução das atividades. Quando aplicável, também foram realizadas pesquisas de satisfação e ações de engajamento, como sorteios, contribuindo para ampliar a interação e o envolvimento.

A Gecor realizou **cinco eventos**, alcançando mais de **531 servidores e participantes**:

PRESENÇA ESTRATÉGICA NOS ÓRGÃOS

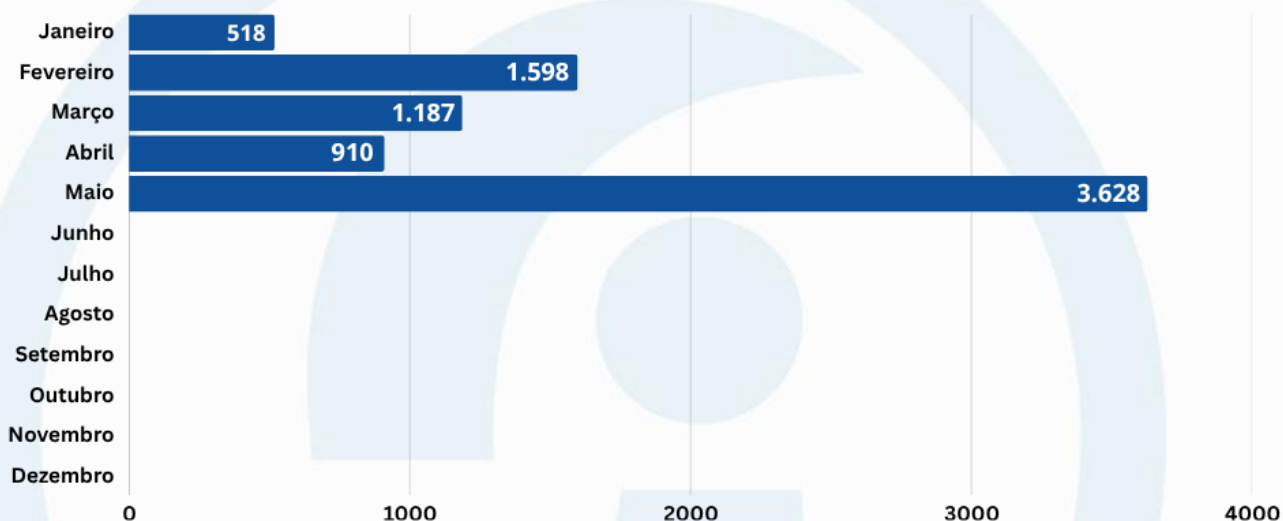
ÓRGÃO	UF	FORMATO	ATIVIDADE	DATA
STF	DF	PRESENCIAL	AMBIENTAÇÃO DE NOVOS SERVIDORES DO STF	07/05/2026
TRF3	SP	ONLINE	AMBIENTAÇÃO DE NOVOS SERVIDORES DO TRF3	22/05/2026
SINDJUS	DF	PRESENCIAL	PARTICIPAÇÃO DE EQUIPE NA CORRIDA DO SINDJUS (EVENTO DE PATROCÍNIO)	24/05/2026
TRT6	PE	PRESENCIAL	PALESTRA SOBRE PROGRAMAÇÃO DE APOSENTADORIA E DÚVIDAS SOBRE O FUNPRESP-JUD DURANTE O ENCONTRO DE DIRETORES DE SECRETARIA DO TRT6	25/05/2026
TRF3	SP	ONLINE	AMBIENTAÇÃO DE NOVOS SERVIDORES DO TRF3	29/05/2026

5.2 Prospecção ativa

Em maio, foram realizados **3.628 contatos ativos**, por meio de e-mail e WhatsApp, com o objetivo de apresentar o Seguro de Renda, ampliar o conhecimento sobre a proteção oferecida pela Funpres-pjud e identificar oportunidades de contratação.

A estratégia de prospecção ativa da Gerência Comercial busca levar a oferta de forma direcionada aos participantes, estimular o interesse pelo produto e ampliar a contratação do Seguro de Renda.

Essa atuação considera a segmentação dos públicos a partir de suas características, necessidades e oportunidades identificadas, permitindo abordagens mais direcionadas e relevantes. Com isso, a prospecção torna-se mais assertiva, ampliando o potencial de conversão e fortalecendo o relacionamento com os participantes.



5.3 Dados sobre as adesões

Para 2026 foi estabelecida a meta de **39.543** participantes patrocinados. A meta anual de adesões líquidas para 2026 é de **2.500**, que equivale à meta mensal de **209** adesões.

Em maio de 2026 foram realizadas **239** adesões de participantes, porém, devido às saídas ocorridas no período, o total de adesões líquidas foi de **145**, o que corresponde a **69,38%** da meta mensal de adesões.

5.4 Indicadores

- **Adesão Anual de Participantes Patrocinados**

Meta: atingir 39.543 participantes patrocinados em 2026.

Até dezembro/2025	Meta para maio/2026	Adesões líquidas acumuladas em 2026 (até maio)	% da meta anual alcançado
37.043	38.088	779	31,16%

- **Adesão Mensal de Participantes Patrocinados**

Adesões Líquidas em maio/2026	Meta mensal de adesão	Resultado (%)
145	209	69,38%

Gerência Comercial e de Relacionamento (Gecor)
Diretoria de Seguridade (Diseg)