

RELATÓRIO DE
**COMUNICAÇÃO
E *MARKETING***

01 | 2026

A decorative graphic at the bottom of the page consists of several overlapping, wavy bands of blue in various shades, creating a sense of movement and depth. The bands are layered, with some appearing more prominent than others, and they curve across the width of the page.

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*

A Gecom iniciou o ano com produção contínua de conteúdo e ações estratégicas voltadas aos participantes, Representantes Funpresp-Jud e público interno. Em janeiro, foi realizada campanha de divulgação do aumento do teto do Regime Geral de Previdência Social (RGPS), além da manutenção do fluxo de publicações na Central de Notícias, envios de e-mail e atuação nas redes sociais. O período foi marcado por desempenho atípico e positivo no YouTube, especialmente considerando a publicação de apenas um vídeo longo no mês, com destaque para o alcance dos *Shorts*, que obtiveram um desempenho de visualizações superior ao de dezembro.

Em janeiro, o **site da Funpresp-Jud** contabilizou **33.364 sessões**, totalizando **44.403 visualizações** de página e **23.294 usuários**, dos quais **20.982 foram classificados como novos**, ou seja, realizaram o primeiro acesso à plataforma. Ao longo do mês, a **Central de Notícias publicou cinco matérias**. No mesmo período, foram efetuados **13 disparos de e-mail marketing**, sendo oito destinados aos participantes, com taxa média de abertura de 32%, e cinco aos Representantes Funpresp-Jud, igualmente com taxa média de 32%, evidenciando a consistência do canal na comunicação com seus públicos.

No âmbito da **assessoria de imprensa**, foram elaborados **sete releases**, que resultaram na **publicação de 32 notícias**. Desse total, **21 inserções ocorreram em veículos de patrocinadores**: STJ (1), TJDFT (4), TRT-7 (1), TRT-11 (3), TRE-SE (1), SJ-AM (1), SJ-MT (1), SJ-PI (2), SJ-ES (3), PRT-1 (1), PRT-2 (2) e PRT-3 (1). **Na mídia especializada, foram oito publicações**, distribuídas entre Blog Abrapp em Foco (2), Suporte Consultoria e Treinamento (5) e Revista Investidor Institucional (1). **Em mídia de interesse, foram contabilizadas três publicações**, sendo Anajustra (2) e SISEJUFE (1).

No **Clube de Vantagens com Cashback**, a plataforma finalizou janeiro com **5.236 participantes cadastrados**. Ao longo do mês, foram registradas **49 novas adesões e 31 compras**, que geraram R\$ 102,12 em *cashback* acumulado pelos participantes.

Na parte de **Criação e Design**, a Gecom prestou apoio às ações estratégicas da Funpresp-Jud, com ênfase na construção da identidade visual e no desenvolvimento do *Book Estratégico*, na elaboração da página de Processo Seletivo e na criação do novo Painel de Investimentos.

No **YouTube**, foram publicados **11 conteúdos no mês**, sendo 1 vídeo longo e 10 no formato *Shorts*. As publicações resultaram em **11.043 visualizações e 17.131 impressões**. Ao final do período, o canal contabilizou **5.970 inscritos**, além de **142 curtidas e 46 compartilhamentos**.

No **Facebook**, a plataforma encerrou o mês de janeiro com **2.180 seguidores e 34 publicações** realizadas no período, que somaram nove curtidas.

No **Instagram**, o perfil alcançou **4.093 seguidores**, registrando **aumento de 121 novos seguidores** em comparação a dezembro de 2025. Ao longo do mês, foram publicadas 19 postagens no *feed* e 98 *stories*, que **resultaram em 43.872 contas alcançadas e 105.735 impressões**.

No **LinkedIn**, o perfil registrou **4.806 seguidores**, com crescimento de **205 novos seguidores** no período. Foram realizadas 17 publicações, que **alcançaram 20.718 contas**.

O **Canal de Notícias no WhatsApp** encerrou janeiro com retomada do crescimento da Funpresp-Jud na plataforma, **totalizando 966 inscritos**, o que representa **aumento de 8,54%** em relação a dezembro, e **432 contas alcançadas**. No período, foram publicados 25 conteúdos.

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 - janeiro/2026

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de janeiro	Valor até janeiro	Saldo
Despesas Gerais/Com. E <i>Marketing</i>	239.025,00			238.259,02
Gráfica de Conveniência	2.500,00			2.500,00
Brindes	47.000,00			47.000,00
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			4.000,00
Banco de Imagens (fotos e vídeos)	8.000,00			8.000,00
Reunião de Gestão de Liderança	24.900,00			24.900,00
Equipamento de áudio de vídeo para estúdio	64.600,00			64.600,00
Impulsioneamento de mídias sociais	6.000,00	765,98 (1)	765,98	5.234,02
Reuniões Conselhos Deliberativo e Fiscal	14.025,00			14.025,00
<i>Buffet</i>	30.000,00			30.000,00
Mobiliário para estúdio	20.000,00			20.000,00
Mesa de som para auditório	9.000,00			9.000,00
Total	239.025,00	765,98	765,98	238.259,02

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

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	2,9% alcançada (5.970)	Crescimento na base de inscritos
	Alcançar 29.076 visualizações anuais (+5%)	dez/2026	37,9% alcançada (11.043)	Ampliação do consumo do conteúdo
	Alcançar 4.344 horas de tempo de exibição (+5%)	dez/2026	8,89% alcançada (255,7h)	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	32% alcançada (4.115)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 161.412 de alcance anual (+5%)	dez/2026	8,7% alcançada (13.993)	Ampliação da distribuição dos conteúdos
	Alcançar média anual de 701.964 impressões (+5%)	dez/2026	3,3% alcançada (23.071)	Ampliação da visibilidade das publicações
	Alcançar média mensal de 5,10% de taxa de engajamento (+5%)	dez/2026	Taxa mensal de 4,38%	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	95,2% alcançada (2.180)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 5.400 de alcance (+5%)	dez/2026	37,5% alcançada (2.025)	Ampliação da distribuição das publicações
	Alcançar 180 curtidas anuais (+5%)	dez/2026	5% alcançada (9 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	93% alcançada (4.765)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 195.132 impressões anuais (+5%)	dez/2026	7,1% alcançada (13.807)	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	55,9% alcançada (966 inscritos)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 4536 contas alcançadas (+5%)	dez/2026	9,92% alcançada (432)	Ampliação da distribuição de conteúdo