RELATÓRIO DE AÇÕES COMERCIAIS E DE RELACIONAMENTO

01 | 2026

FUNPRESP-JUD

Introdução

Este relatório, elaborado pela Gerência Comercial e de Relacionamento (Gecor), apresenta as principais informações referentes ao mês de janeiro 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 1.794 atendimentos, sendo que 87,41% dessas demandas foram resolvidas na Gecor e 12,59% 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 855 atendimentos, representando, em média, 47,65% de todos os atendimentos realizados pelos diversos canais disponíveis. O WhatsApp ocupou o segundo lugar, com 750 solicitações, seguido pelo Telefone, que ficou em terceiro lugar com 182 protocolos registrados. 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

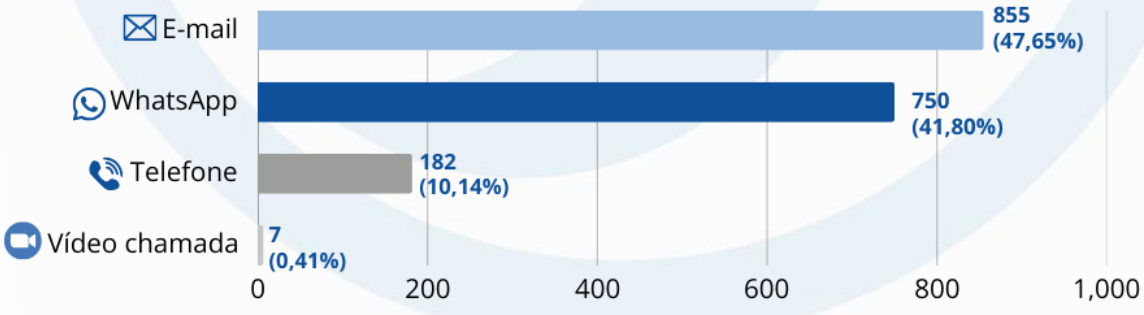


Gráfico 2: Atendimento por tipo de público.

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

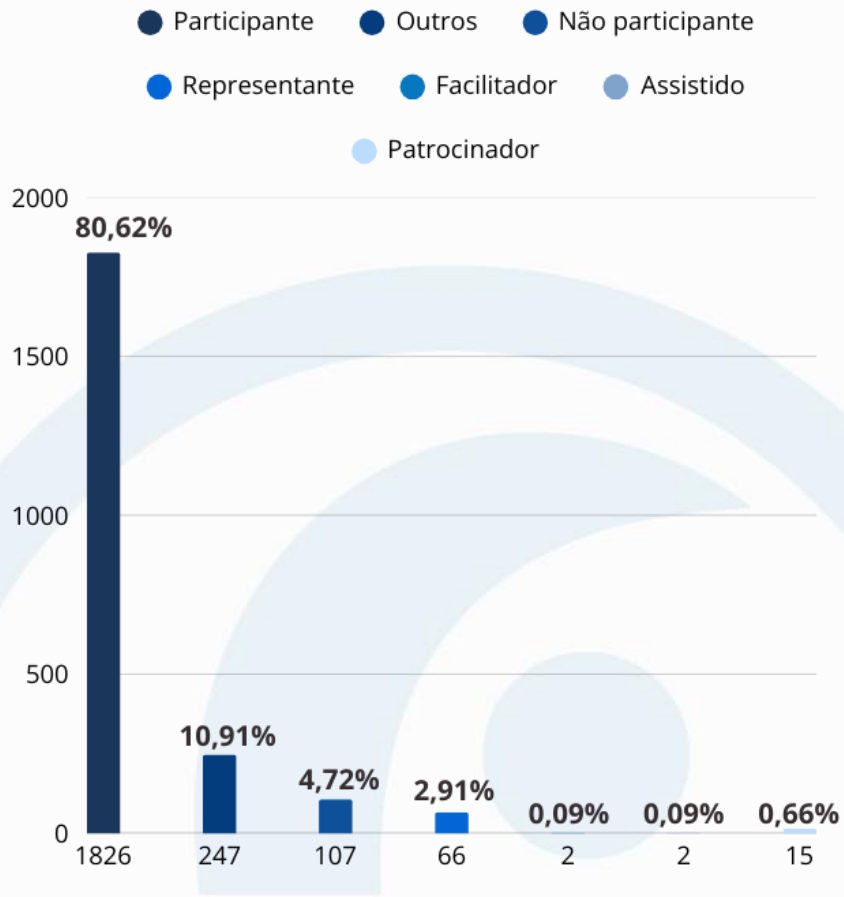
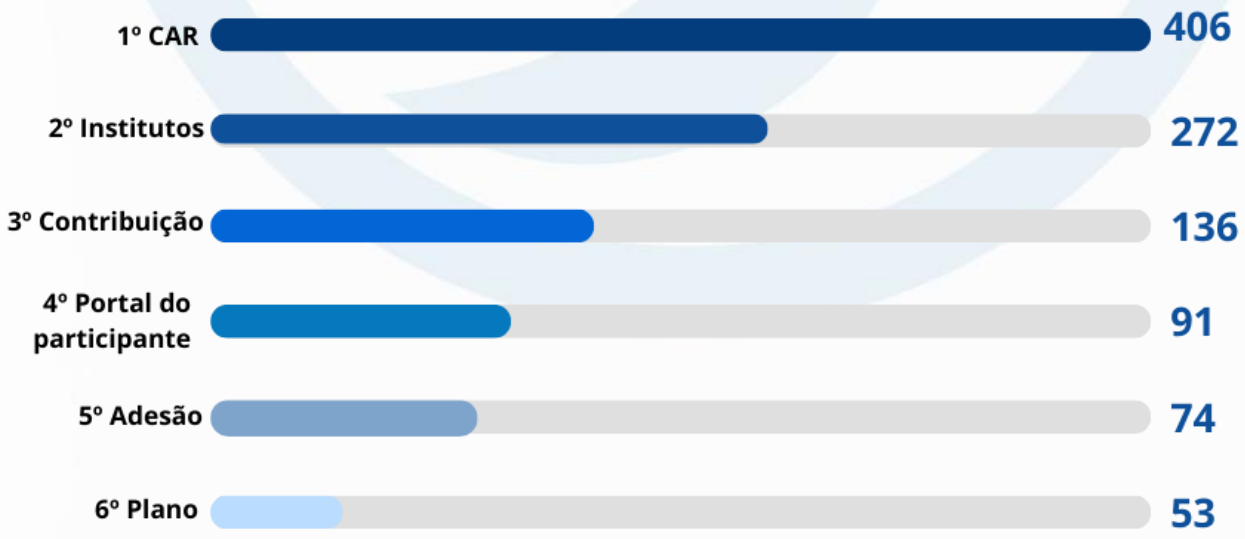


Gráfico 3: Atendimento por temas abordados.

Os principais temas abordados foram: detalhes sobre a Cobertura Adicional de Risco (CAR), institutos do plano e contribuição.



2. Histórico de atendimentos realizados em 2026.

No acumulado até janeiro de 2026, foram registrados 1.794 atendimentos.

Gráfico 4: Histórico de atendimentos em 2026.

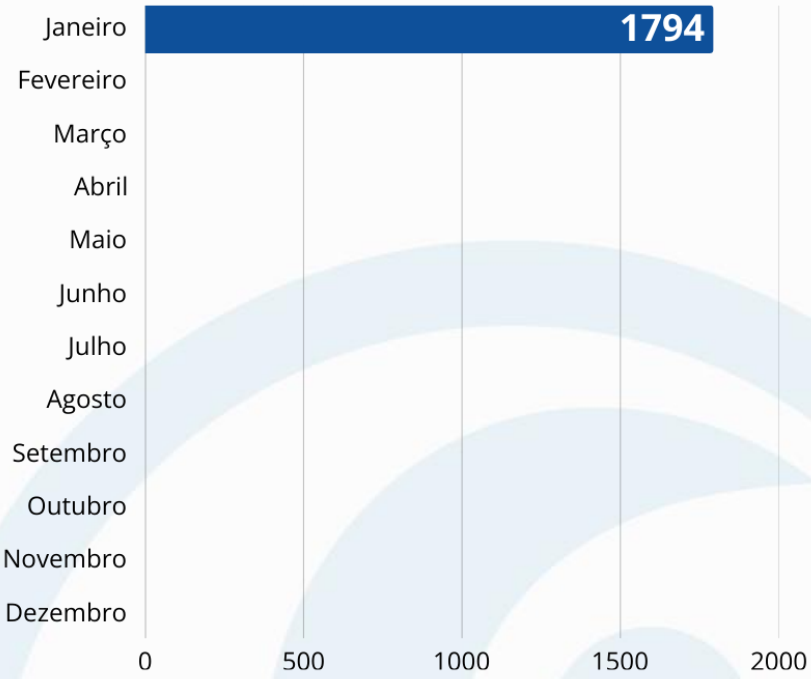
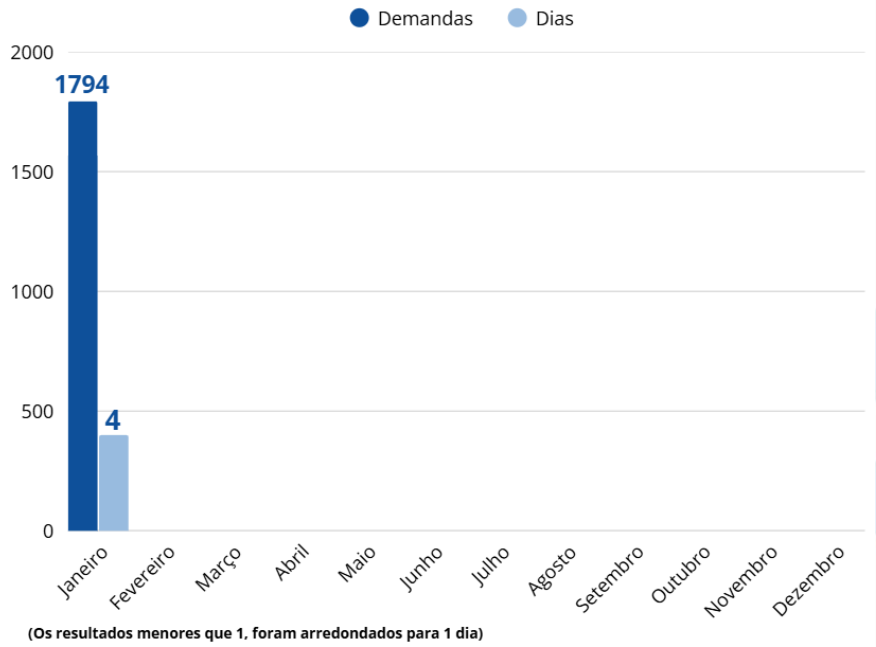


Gráfico 5: Histórico de TMR (Tempo médio de resposta) em 2026.

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 janeiro, o tempo médio de primeira resposta ao participante, a partir do momento do contato, foi de **06:15:06**, enquanto o tempo médio de resolução definitiva foi de **4 dias**.

Quando comparado ao benchmarking do setor, cujo TMR médio é de aproximadamente **8 dias**, o resultado observado evidencia um desempenho significativamente superior ao do segmento.

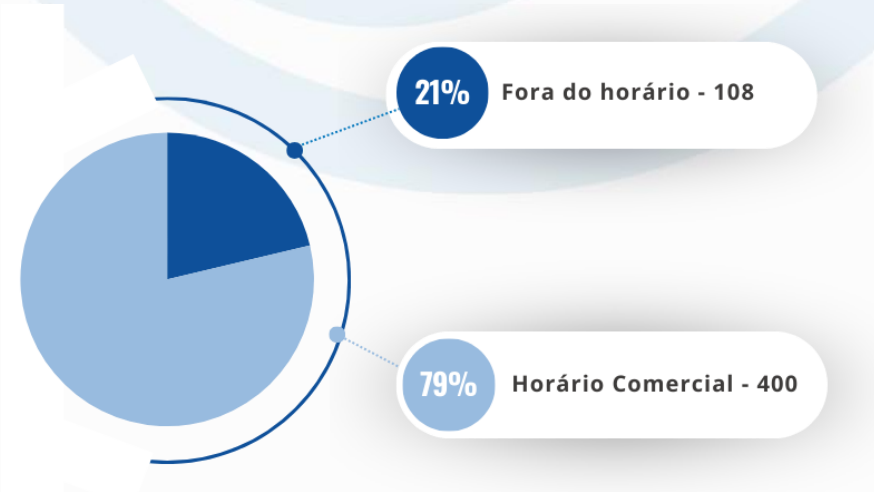


3. Autoatendimento

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



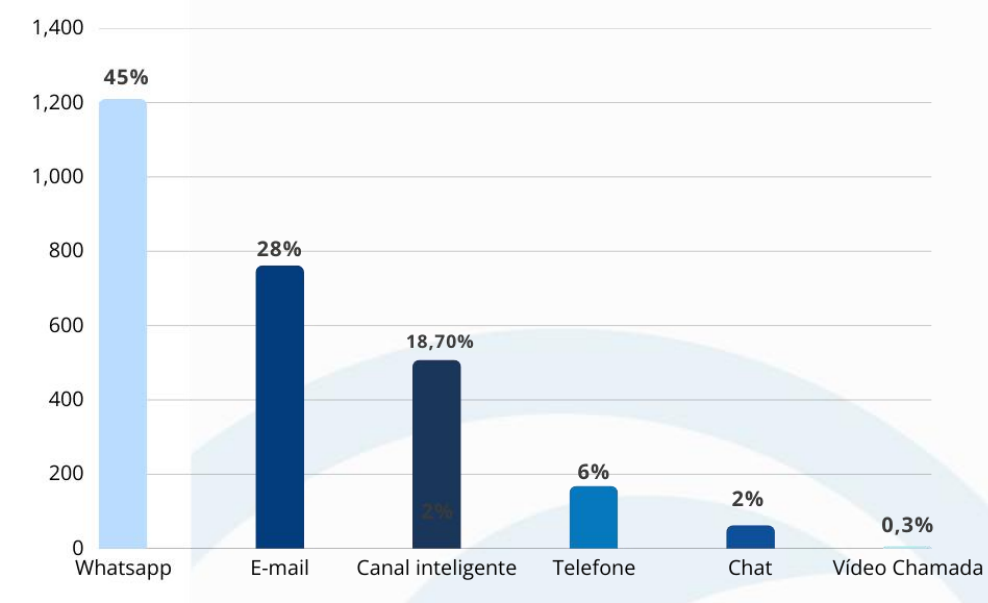
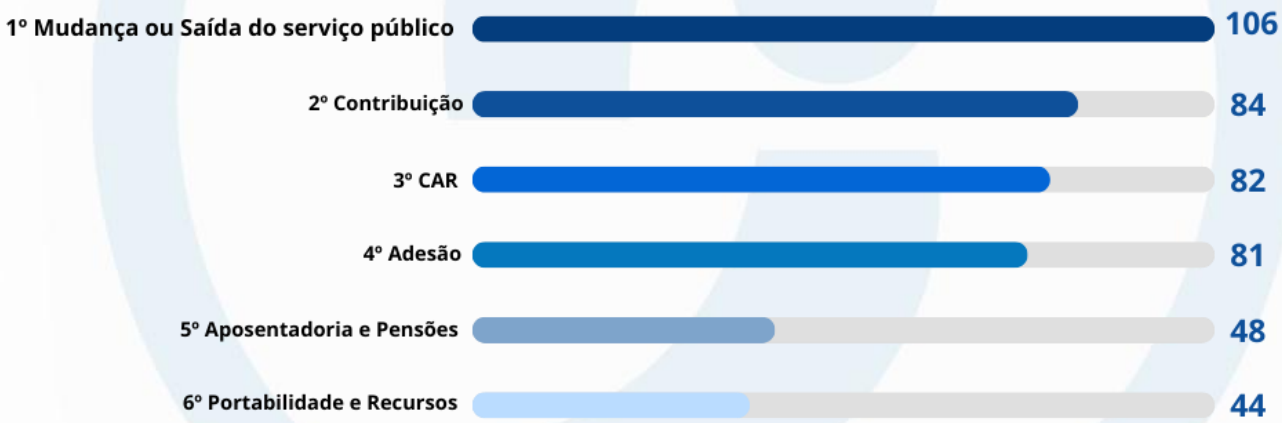
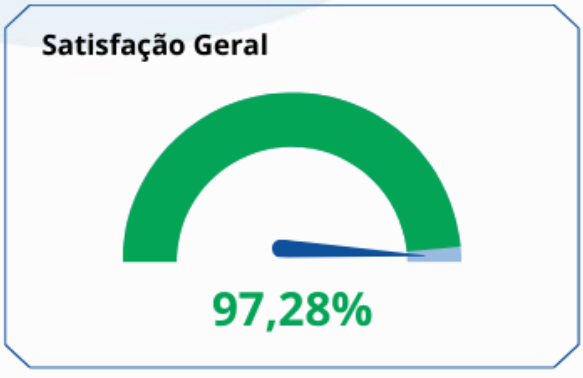


Gráfico 7: Assuntos mais acessados no Atendimento Inteligente:



4. Pesquisa de Satisfação



A primeira pergunta avalia a qualidade do atendimento e nível de conhecimento dos atendentes. O resultado demonstrou um nível de satisfação de **97,28%,** 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 **4,8**, o desempenho observado mostra-se compatível, e ligeiramente 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 **97,28%** e a taxa de resolutividade foi de **93,70%.**

5. Comercial

A área comercial da Funpresp-Jud desenvolve um conjunto integrado de ações estratégicas e operacionais voltadas ao crescimento e fortalecimento institucional da Fundação. Sua atuação abrange a captação de novos participantes, o relacionamento contínuo com Representantes Funpresp-Jud, Órgãos Patrocinadores e Entidades Representativas, bem como a construção de parcerias que ampliem a disseminação do plano de benefícios e a divulgação dos demais produtos oferecidos, contribuindo para uma experiência mais clara e acessível aos diferentes públicos.

De forma complementar, a interação com os Órgãos Patrocinadores e Entidades Representativas busca fortalecer parcerias institucionais que viabilizem ações coordenadas de educação

financeira e previdenciária, ampliando o alcance das iniciativas e promovendo maior engajamento e compreensão ao longo da jornada dos participantes.

Nesse contexto, a área comercial exerce um papel fundamental como elo entre a Funpresp-Jud e seus diversos públicos, contribuindo para o fortalecimento do vínculo e para a melhoria contínua da experiência do cliente ao longo de toda a sua jornada.

Desde o primeiro contato, principalmente no momento de ingresso dos servidores, até o relacionamento contínuo, a atuação comercial busca orientar, engajar e gerar valor em cada etapa. Destaca-se, ainda, a parceria com os patrocinadores, que é essencial para qualificar a comunicação, reduzir barreiras de entrada e tornar o processo de adesão ao plano mais simples e efetivo.

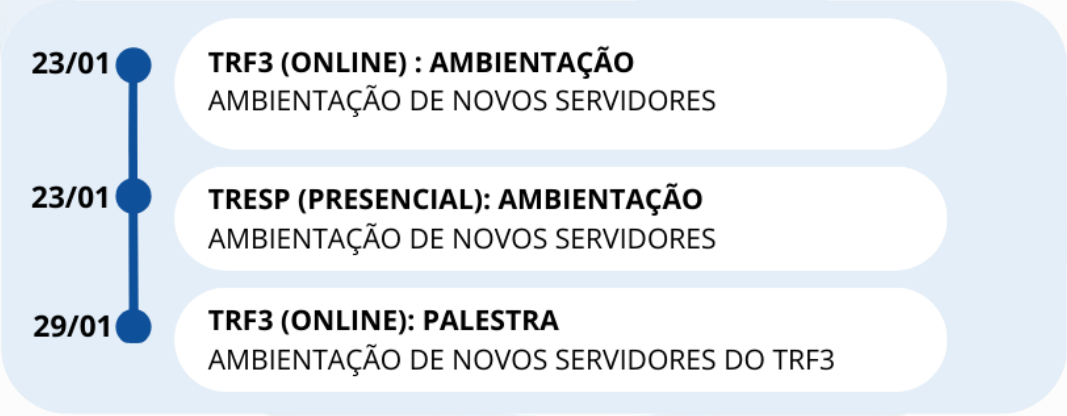
Essa atuação integrada contribui para uma jornada mais fluida, transparente e centrada no participante, fortalecendo a confiança e o relacionamento com a Fundação.

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

A Gecor realizou ações presenciais e online, abrangendo palestras e ambientações de novos servidores.

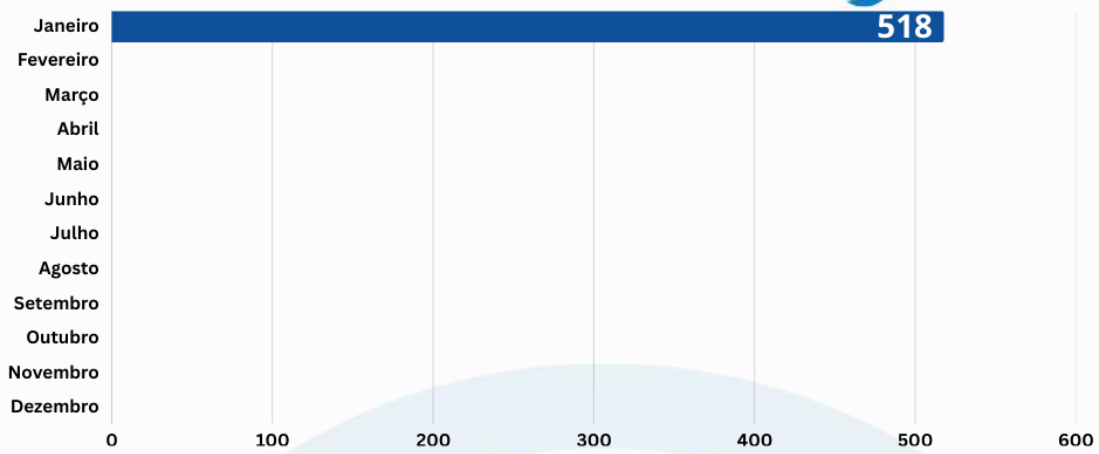
Nos eventos online, a equipe prestou suporte aos palestrantes e participantes por meio do chat, promovendo o esclarecimento de dúvidas, o apoio técnico necessário, bem como a aplicação de pesquisas de satisfação e a realização de sorteios, em alguns casos.

A Gecor realizou **três eventos**, alcançando mais de **30 servidores e participantes**:



5.2 Prospecção

Em janeiro, foram realizados 518 contatos ativos com o objetivo de divulgar a CAR aos participantes, por meio de e-mails e mensagens via WhatsApp. A ação buscou ampliar o conhecimento sobre o benefício e incentivar a adesão à proteção extra oferecida pela Funpresp-Jud.



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 janeiro de 2026 foram realizadas **335** adesões de participantes, porém, devido às saídas ocorridas no período, o total de adesões líquidas foi de **212**, o que corresponde a **101,40%** 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 janeiro/2026	Adesões líquidas acumuladas em 2026 (até janeiro)	% alcançado
37.043	37.252	212	8,48%

- **Adesão Mensal de Participantes Patrocinados**

Adesões líquidas em janeiro/2026	Meta mensal de adesão	Resultado (%)
212	209	101,40%

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