

RELATÓRIO DE
**COMUNICAÇÃO
E *MARKETING***

03 | 2026

A decorative graphic at the bottom of the page consists of several overlapping, wavy, semi-transparent blue shapes that create a sense of depth and movement, resembling a stylized landscape or water waves. The colors range from a light, pale blue to a deep, dark blue.

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*

Em março, a Gerência de Comunicação e *Marketing* (Gecom) concentrou esforços na execução de campanhas externas e internas, no fortalecimento da assessoria de imprensa e na manutenção da regularidade dos canais institucionais. O período também foi marcado pelo apoio às entregas estratégicas da Fundação, como o Relatório Anual de Informações (RAI) e o lançamento do Planejamento Estratégico, além da ampliação da presença digital, com resultados consistentes em volume de conteúdo, alcance e crescimento de base nos diferentes canais.

Ao longo de março, o **e-mail *marketing* contou com 23 envios**, dos quais 13 foram voltados aos participantes, alcançando taxa média de abertura de 40,41%, e 10 direcionados aos Representantes Funpresp-Jud, com média de 30%. Esses números demonstram a consolidação do canal como um meio consistente para a comunicação institucional.

A Central de Notícias do site contou com a **publicação de 12 matérias**. Como resultado, foram registradas **27.880 sessões, 39.677 visualizações de página e 16.233 usuários**, dos quais **12.915 realizaram o primeiro acesso**.

No âmbito da **assessoria de imprensa**, foram elaborados **13 releases, que resultaram na publicação de 59 notícias**. Desse total, **23 inserções ocorreram em veículos de patrocinadores**: CNJ (2), TRE-RS (1), TRE-GO (1), TRT 11 (4), TRT16-MA (1), TJDFT (1), SJ-ES (4), SJ-PI (1), MPU (1), MPDFT (1), MPT (2), PRT-1 (1), PRT-2 (3). **Na mídia especializada, foram 27 publicações**, distribuídas entre Jornal/site: Blog Abrapp em Foco (6), Suporte Consultoria e Treinamento (3), Editora Roncarati (1), Prev Digest (1), Gran Cursos (3), Folha Dirigida (2), Estratégia Concursos (2), ANAJUSTRA Federal (2), Jornal Extra (1), Portal N10 (1), Ache Concursos (1), Concurso News (1), Degrau Cultural (1), Direção Concursos (1), JC Concursos (1). **Em mídia de interesse, foi contabilizada 1 publicação**: Jornal/site: SINTRAJUD (1). Já em **redes sociais, foram 8 publicações**: Instagram @estratediaconcursos (1), Facebook @jornaldoconcurso (1), Facebook @estratediaconcursos (1), Facebook @direcaoconcursos (1), X @lsconcursos (1), X @emaudioconcursos (1), X @acheconcursos (1), X @direitohojenoticias (1).

No campo das campanhas externas, foram desenvolvidas **três iniciativas**: o Concurso Público Funpresp-Jud 2026; a parceria com o Doutor em finanças comportamentais Jurandir Sell Macedo, intitulada “Decisões financeiras inteligentes”; e a divulgação dos novos Perfis de Investimentos, Horizonte Passivo 2040 e Horizonte Passivo 2050. **No âmbito interno**, foi conduzida a campanha de lançamento do Planejamento Estratégico Funpresp-Jud, com o conceito “Despertar estratégico: nosso chamado à evolução”.

Durante o mês, o **Clube de Vantagens com *Cashback*** contabilizou **125 novos cadastros e 46 compras** realizadas, gerando **R\$ 159,00 em *cashback*** acumulado pelos participantes. Ao final de março, a plataforma alcançou o total de **5.384 participantes cadastrados**.

Em **Criação e *Design***, a Gecom atuou diretamente no suporte às iniciativas estratégicas da Funpresp-Jud, contemplando a diagramação **do Relatório Anual de Informações (RAI) 2025**, o desenvolvimento da identidade visual **da campanha de lançamento do Planejamento Estratégico** e na concepção do **leiaute e das peças do jogo de tabuleiro “Na trilha da Funpresp-Jud”**.

No YouTube, a Funpresp-Jud publicou **18 conteúdos no mês**, sendo 4 vídeos longos e 14 no formato *shorts*. As publicações somaram **27.618 visualizações e 24.499 impressões**. Ao final do período, o canal contabilizou **6.116 inscritos, além de 274 curtidas, 83 compartilhamentos e 2 comentários**.

No **Facebook**, foram realizadas **42 publicações**, que geraram **31 curtidas e alcançaram 4.967 contas**. Ao final de março, a plataforma totalizou **2.204 seguidores**.

No **Instagram**, foram publicadas **22 postagens no *feed* e 123 *stories***, que **alcançaram 11.197 contas e geraram 41.400 impressões**. O perfil chegou a **4.231 seguidores**, com crescimento de **74 novos seguidores** em comparação a fevereiro de 2026.

Ao longo do mês, o **LinkedIn registrou 21 publicações**, que somaram **26.173 impressões**. No mesmo período, o perfil atingiu **4.944 seguidores**, com crescimento de **74 novos seguidores**.

O **Canal no WhatsApp** manteve a trajetória de crescimento da Funpresp-Jud na plataforma, encerrando março com **1.074 inscritos e 425 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 - março/2026

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de março	Valor até março	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	46.415,00 (1)	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			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	192,41 (2)	1.446,64	4.553,36
Reuniões Conselhos Deliberativo e Fiscal	14.025,00	2.800,00 (3)	2.800,00	11.225,00
<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	49.407,41	50.661,64	188.363,36

(1) Aquisição de brindes para ações institucionais e comerciais;

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

(3) Contratação de *Coffee Break* para apoio às Reuniões dos Conselhos Deliberativo e Fiscal.

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	50,48% alcançada (6.116)	Crescimento na base de inscritos
	Alcançar 29.076 visualizações anuais (+5%)	dez/2026	94,9% alcançada (27.618)	Ampliação do consumo do conteúdo
	Alcançar 4.344 horas de tempo de exibição (+5%)	dez/2026	15,9% alcançada (692,2h)	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	96,4% alcançada (4.231)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 161.412 de alcance anual (+5%)	dez/2026	24,7% alcançada (25.941)	Ampliação da distribuição dos conteúdos
	Alcançar média anual de 701.964 impressões (+5%)	dez/2026	14,8% alcançada (81.384)	Ampliação da visibilidade das publicações
	Alcançar média mensal de 5,10% de taxa de engajamento (+5%)	dez/2026	Taxa mensal de 4,16%	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	96,2% alcançada (2.204)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 5.400 de alcance (+5%)	dez/2026	91,9% alcançada (4.967)	Ampliação da distribuição das publicações
	Alcançar 180 curtidas anuais (+5%)	dez/2026	17,2% alcançada (31 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	98,5% alcançada (4.944)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 195.132 impressões anuais (+5%)	dez/2026	20,03% alcançada (39.026)	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	104,7% alcançada (1.074 inscritos)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 4536 contas alcançadas (+5%)	dez/2026	31,3% alcançada (1.366)	Ampliação da distribuição de conteúdo