

RELATÓRIO DE
AÇÕES
COMERCIAIS E DE
RELACIONAMENTO

03 | 2026

Introdução

Este relatório, elaborado pela Gerência Comercial e de Relacionamento (Gecor), apresenta as principais informações referentes ao mês de março 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 desenvolvidas ações voltadas à 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 2.113 atendimentos, sendo que 87,61% dessas demandas foram resolvidas na Gecor e 12,39% 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 1.157 atendimentos, representando, em média, 54,75% de todos os atendimentos realizados pelos diversos canais disponíveis. O WhatsApp ocupou o segundo lugar, com 734 solicitações, seguido pelo Telefone, que ficou em terceiro lugar com 217 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

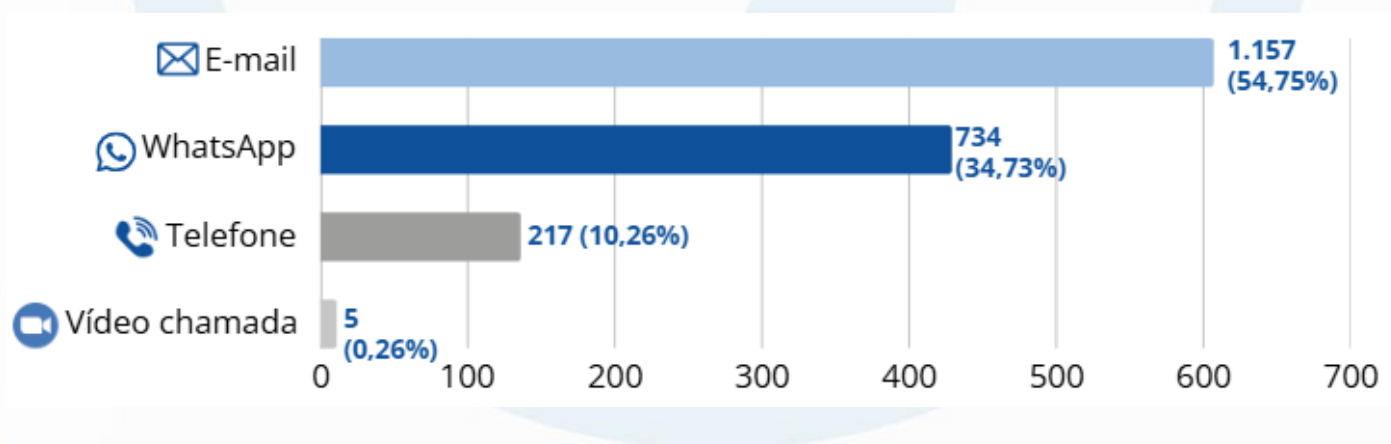


Gráfico 2: Atendimento por tipo de público.

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

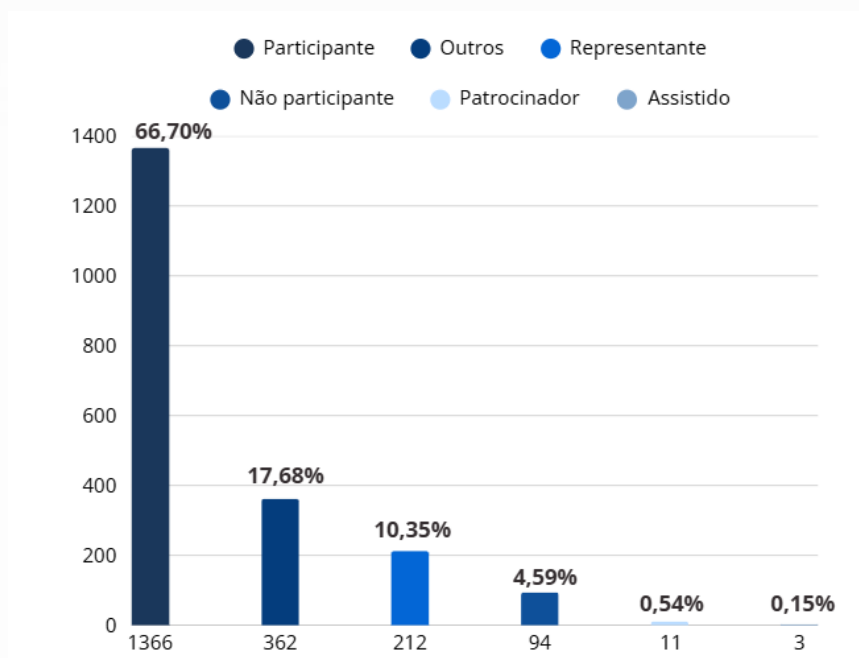
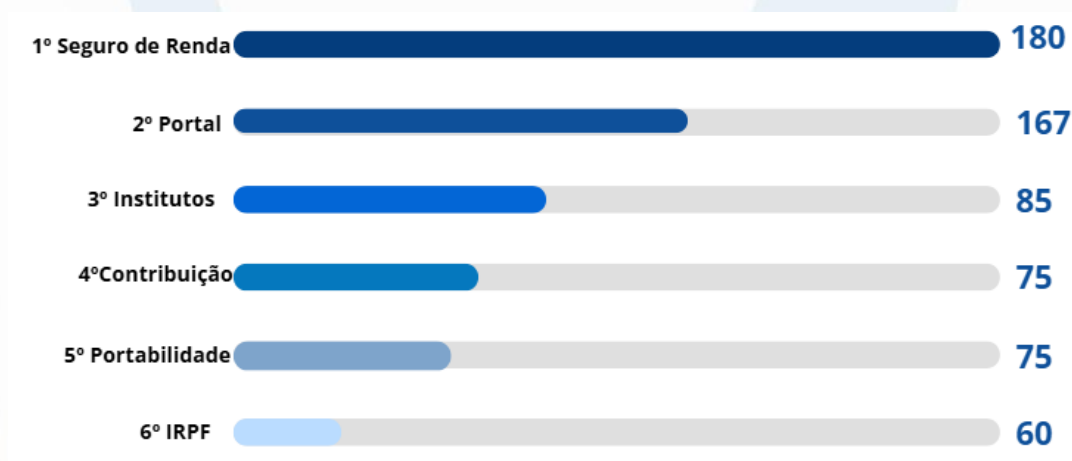


Gráfico 3: Atendimento por temas abordados.

Os principais temas abordados foram: detalhes sobre o Seguro de Renda, Portal do Participante, institutos e contribuição.



2. Histórico de atendimentos realizados em 2026.

No acumulado até março de 2026, foram registrados 5.090 atendimentos.

Gráfico 4: Histórico de atendimentos em 2026.

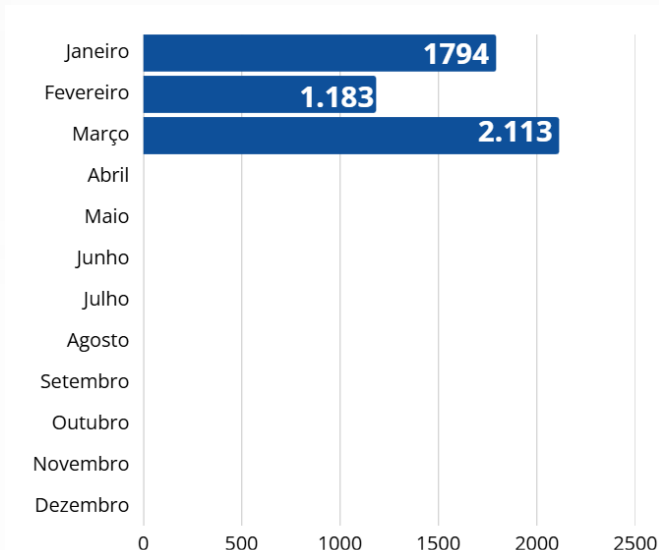
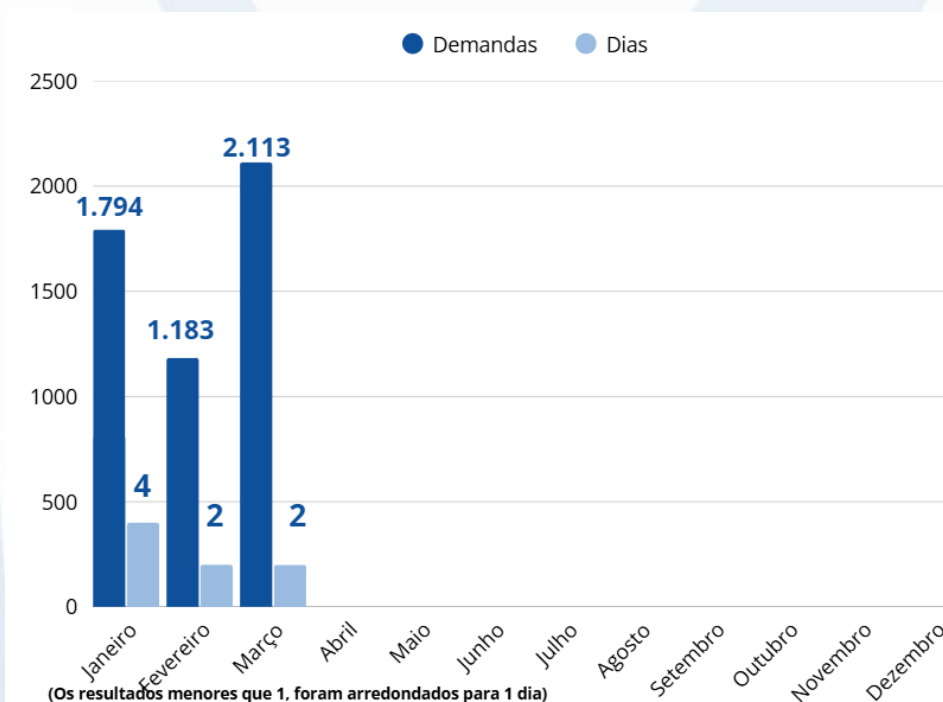


Gráfico 5: Histórico de TMR (Tempo médio de resposta) em 2026.

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 março, o tempo médio de primeira resposta ao participante, a partir do momento do contato, foi de **03:54:37**, enquanto o tempo médio de resolução definitiva foi de **2 dias**.

Em comparação com o benchmarking do setor no período analisado, o TMR médio registrado foi de aproximadamente **1 dia**.



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

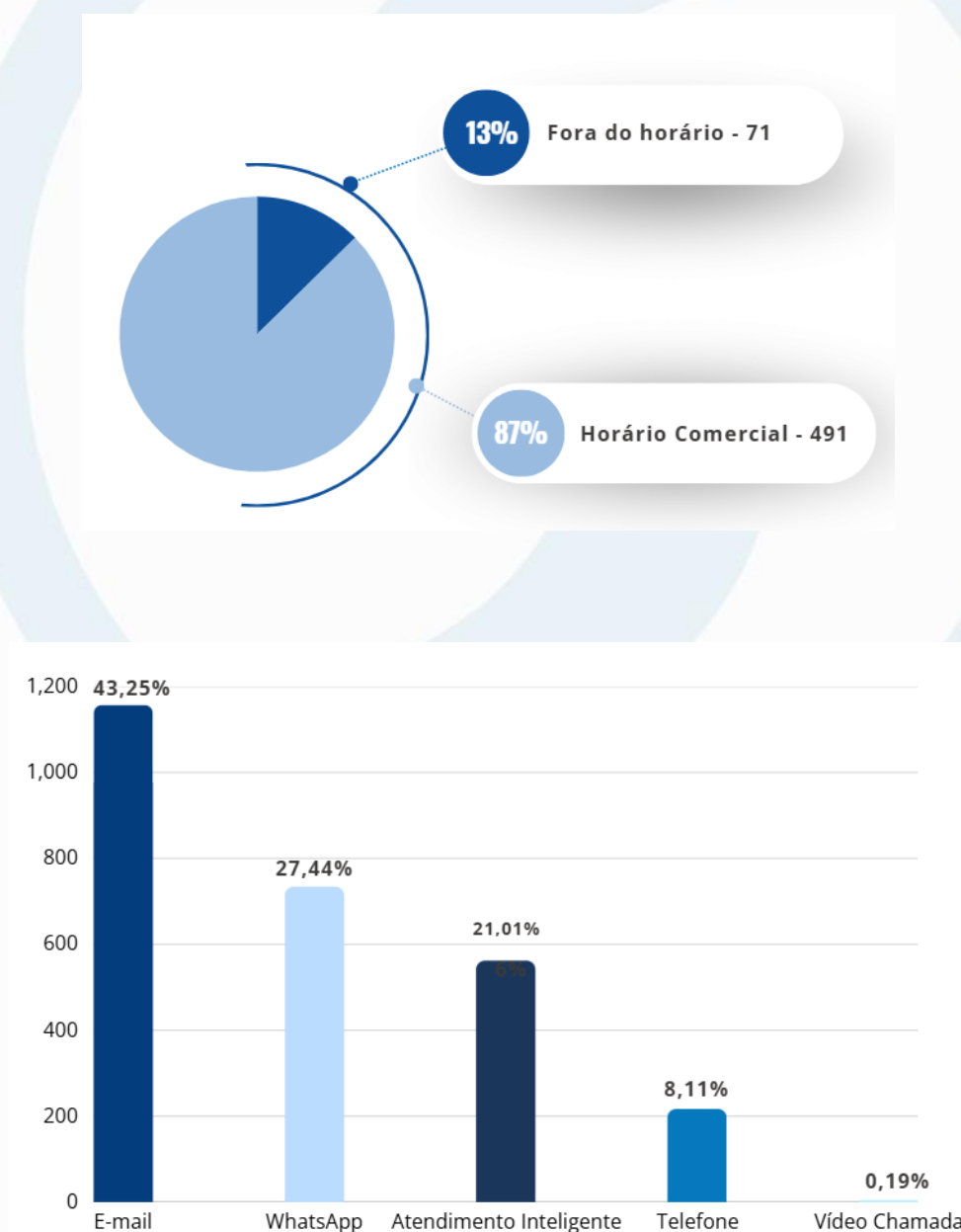
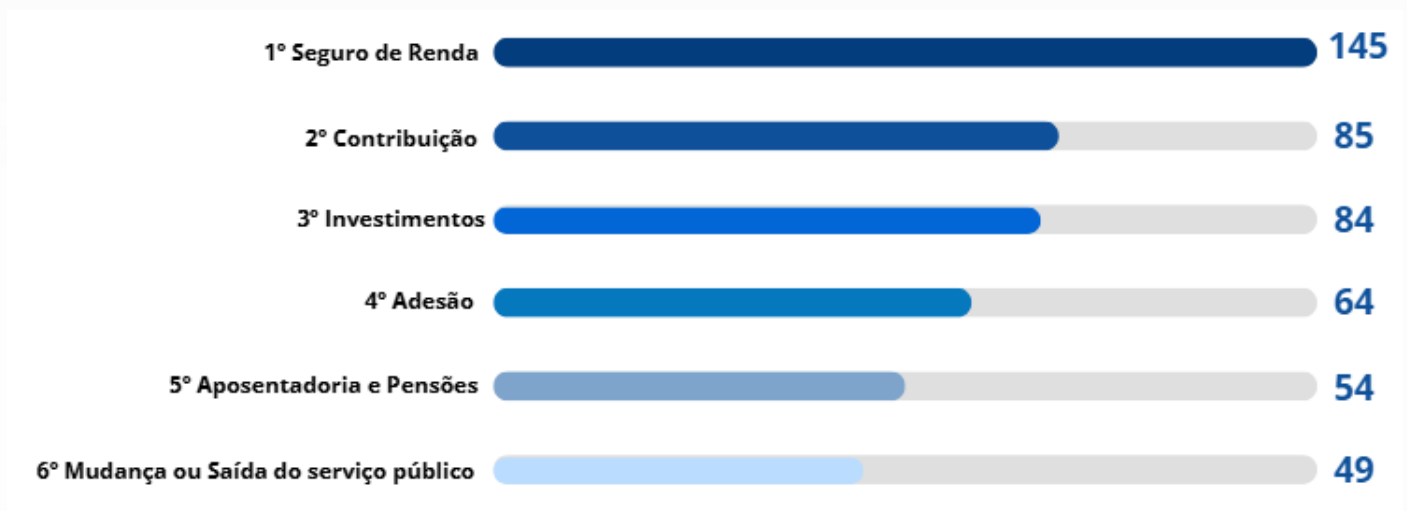
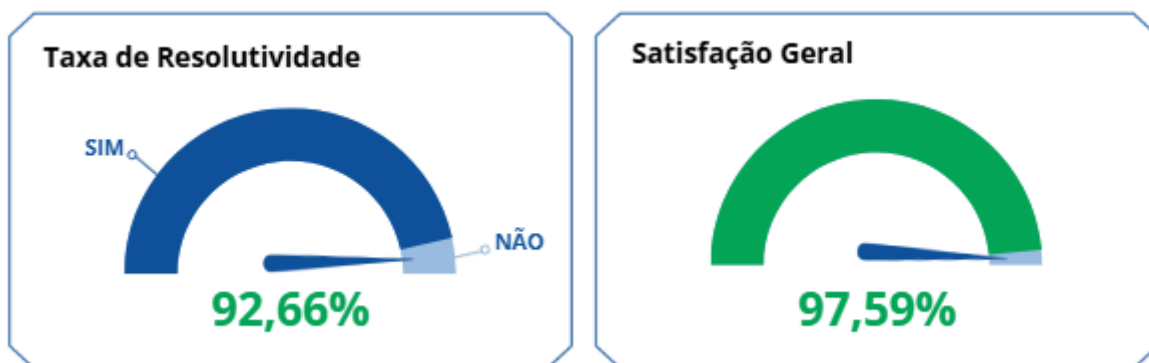


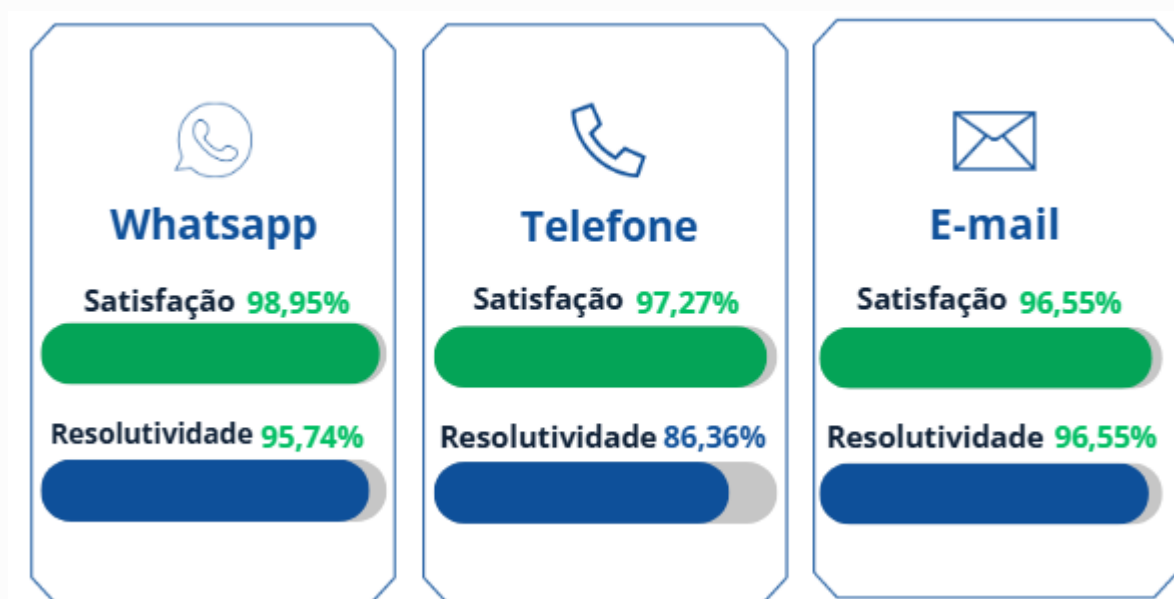
Gráfico 7: Assuntos mais acessados no Atendimento Inteligente:



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 **97,59%**, 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 **4,91**. Quando comparado ao *benchmarking* do setor, que apresenta média de **4,3**, 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 **97,28%** e a taxa de resolutividade foi de **92,66%**.

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 março/2026.

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

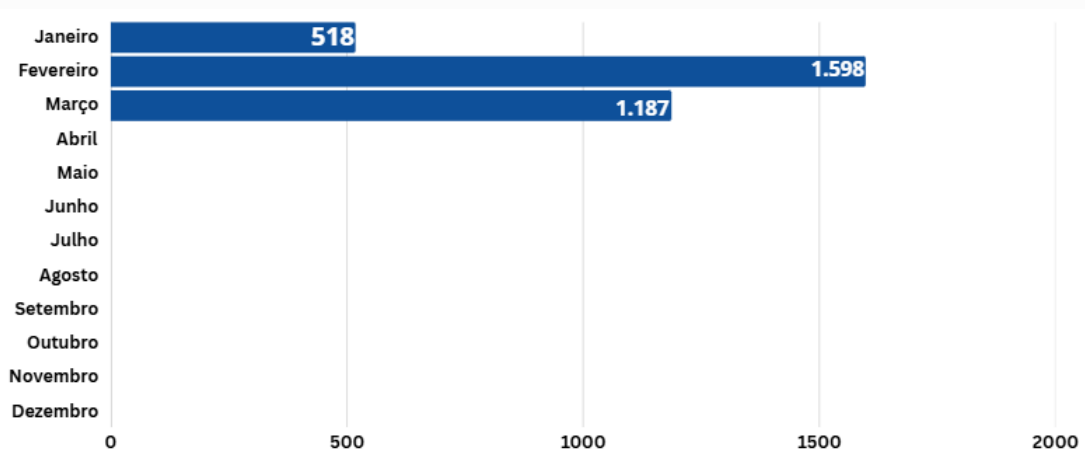
Nos eventos online, a equipe prestou suporte aos palestrantes e participantes por meio do chat, promovendo o esclarecimento de dúvidas, o apoio técnico necessário, bem como a aplicação de pesquisas de satisfação e a realização de sorteios, em alguns casos.

A Gecor realizou 10 eventos, alcançando mais de 113 servidores e participantes:



5.2 Prospecção

Em março, foram realizados **1.187 contatos ativos** com participantes, por meio de e-mails e mensagens via WhatsApp, com foco na divulgação do Seguro de Renda. A iniciativa reforça a atuação proativa da área comercial na abordagem aos participantes, buscando ampliar o conhecimento sobre o benefício, fortalecer o relacionamento e incentivar a adesão à proteção adicional 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 março de 2026 foram realizadas **208** adesões de participantes. Considerando as saídas ocorridas no período, o resultado líquido foi de **155** adesões, correspondente a **74,16%** da meta mensal estabelecida.

5.4 Indicadores

- **Adesão anual de Participantes Patrocinados**

Meta: atingir 39.543 participantes patrocinados em 2026.

Até dezembro/2025	Meta para março/2026	Adesões líquidas acumuladas em 2026 (até março)	% alcançado
37.043	37.670	469	18,76%

- **Adesão Mensal de Participantes Patrocinados**

Adesões líquidas em março/2026	Meta mensal de adesão	Resultado (%)
155	209	74,16%

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

