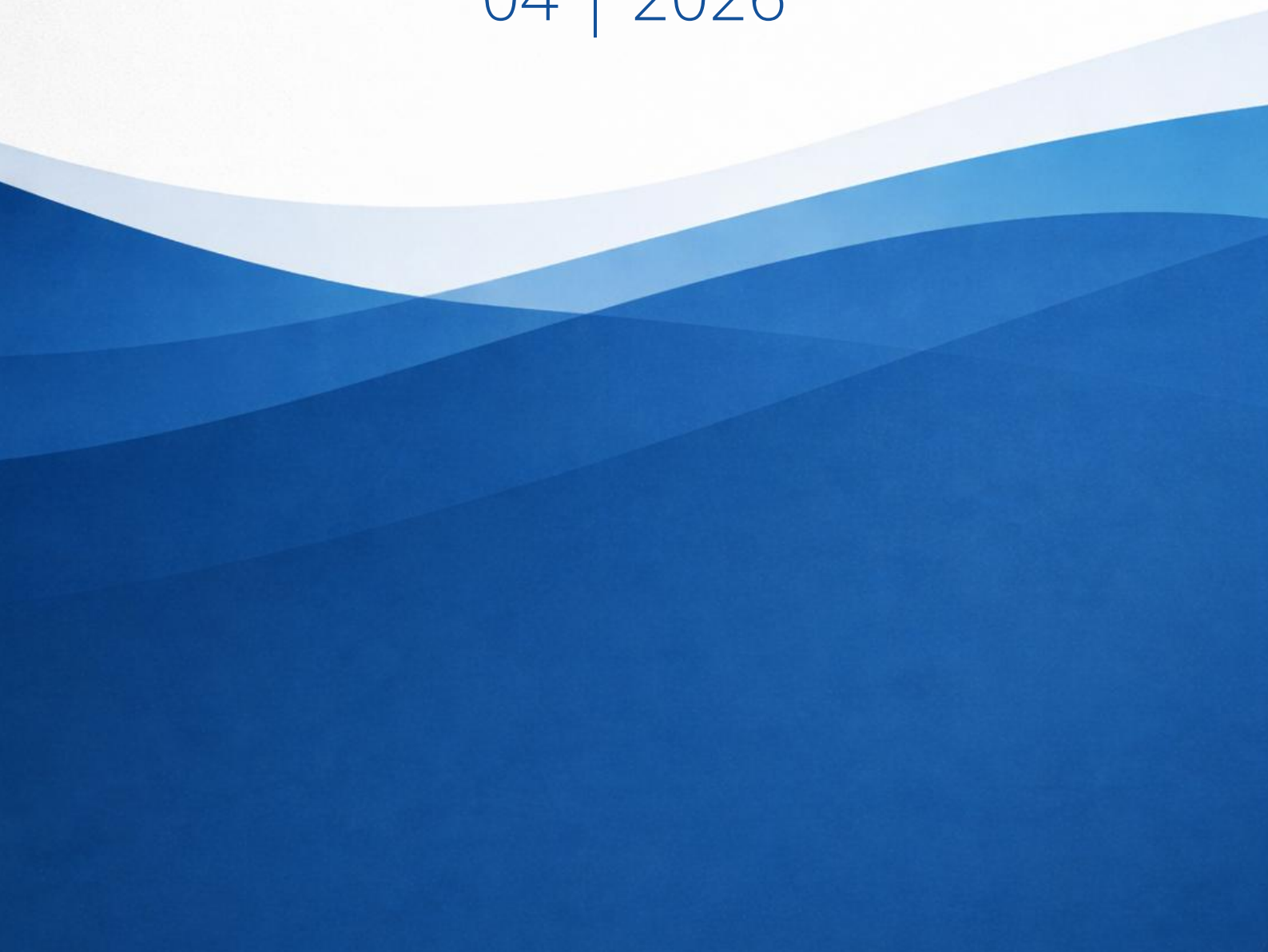


RELATÓRIO DE
COMUNICAÇÃO
E MARKETING

04 | 2026

The bottom half of the page features a decorative graphic consisting of several overlapping, wavy bands of blue. The colors range from a deep navy blue at the bottom to a lighter, almost white blue at the top, creating a sense of depth and movement. The waves are smooth and fluid, resembling a stylized landscape or perhaps the flow of data.

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*

Durante o mês de abril, a Gerência de Comunicação e *Marketing* (Gecom) atuou na execução de campanhas institucionais, na produção de conteúdo para os diferentes canais de comunicação e no fortalecimento da presença da Funpresp-Jud na mídia e nas plataformas digitais. O período também contou com entregas estratégicas nas áreas de criação e *design*, ações de educação financeira e previdenciária em parceria com especialistas de mercado e resultados positivos nos indicadores de alcance, engajamento e crescimento de público.

Ao longo de abril, foram realizados **28 disparos de e-mail marketing**. Desse total, 19 tiveram como público os participantes, registrando taxa média de abertura de 29%, enquanto os 9 envios destinados aos Representantes Funpresp-Jud alcançaram o mesmo percentual médio. Os resultados reforçam a relevância do canal como uma ferramenta consolidada e eficaz para a comunicação institucional.

Durante o período, a **Central de Notícias do site** recebeu 8 novas publicações. No mesmo período, o site registrou **35.706 sessões, 55.302 visualizações de página e 21.397 usuários, sendo que 18.559** acessaram o portal pela primeira vez. Os números evidenciam a capacidade do site de atrair novos públicos e ampliar o alcance das informações institucionais.

No âmbito da **assessoria de imprensa**, foram elaborados 9 *releases*, que resultaram na publicação de 74 notícias. Desse total, 7 inserções ocorreram em veículos de patrocinadores: TRF-1 (2), TRT-11 (2), SJ-ES (1) e PRT-2 (2). Na mídia especializada, foram 6 publicações, distribuídas entre Jornal/site: Blog Abrapp em Foco (2), Editora Roncarati (1), Prev Digest (1), Suporte Consult (1) e Investidor Institucional (1). Em mídia de interesse, foram contabilizadas 61 publicações Jornal/site: Correio Braziliense Online (1), Extra (1), UOL (1), Sindjus-DF (1), Portal SindMPU (1), Estratégia Concursos (9), Estratégia Carreira Jurídica (4), Folha Dirigida (1), Gran Cursos Online (3), JC Concursos (4), PCI Concursos (2), Central de Concursos (3), Direção Concursos (3), Ache Concursos (2), Nova Concurso (1), Blog Aprova Concursos (1), Concursos no Brasil (1), PortalN10 (2), Portal Tela (1), Repórter Sorocaba (1), Portal do Zacarias (1), Imprensa 24h (1), Concurso e Apostilas (1), MCD Concursos (1), Chegou Agora (2), Academia Concursos (1), Diário Oficial DF (1),

Você Concursado (1), Degrau Cultural (1), Contilnet (1), Daily Journal (1), A Tribuna de Santos (1), Jornal do Servidor (1), Questão de Concurso (1), Concurso News (1), Concurso Advogados (1), Itaitaia (1). Já em redes sociais, foram 12 publicações: Instagram: @victorconcursos (1) Facebook: WhatsApp: Sindjus Notícias (2) e SindMPU (1), YouTube: JC Concursos (1), Carranza Concursos (2), Professor Sergio Varella (1), GranCursos (1), Professor Vinicius Sanchez (1), X: Em Audio Concursos (1), Tec Concursos (1), LS Concursos (1).

No âmbito das **campanhas externas**, foram conduzidas quatro ações ao longo do período: o Concurso Público Funpresp-Jud 2026; a prorrogação da campanha de lançamento dos Perfis de Investimentos Passivos; a Campanha de Empréstimos voltada ao TJDF; e a campanha “Quiz Premiado”, criada para incentivar a visualização dos vídeos sobre os Conselhos Deliberativo e Fiscal, publicados no YouTube e divulgados por meio do Instagram.

Uma das iniciativas de educação financeira e previdenciária desenvolvidas pela Funpresp-Jud é a **parceria com o Professor Jurandir Sell**, doutor em Finanças Comportamentais e especialista na área. Em abril, foi publicado 1 artigo na Central de Notícias do site, além de dois conteúdos no Instagram. Juntas, as publicações alcançaram 4.314 contas, somaram 8.896 visualizações, 8.856 impressões, 282 curtidas, 82 compartilhamentos, 41 salvamentos e 14 comentários, demonstrando o interesse do público por conteúdos voltados ao tema.

Ao longo do mês, o **Clube de Vantagens com Cashback** registrou 66 novos cadastros e 20 compras realizadas, resultando *cashback* acumulado pelos participantes. Com esse desempenho, a plataforma encerrou o período com um total de 5.450 participantes cadastrados.

Na área de **Criação e Design**, a Gecom prestou suporte às principais iniciativas estratégicas da Funpresp-Jud, com destaque para a finalização do Relatório Anual de Informações (RAI) 2025, *Book* de Cultura e Cartilha do Representante Funpresp-Jud, a criação da identidade visual dos Encontros Regionais Funpresp-Jud 2026 e o desenvolvimento da identidade visual da campanha de alteração de percentual de contribuição.

No YouTube, a Funpresp-Jud disponibilizou 15 conteúdos ao longo do mês, sendo 4 vídeos longos e 11 *shorts*. As publicações alcançaram 13.906 visualizações e 45.551 impressões. Ao término do período, o canal somou 6.273 inscritos, além de registrar 324 curtidas, 101 compartilhamentos e 11 comentários, evidenciando o engajamento do público com os conteúdos publicados.

Ao longo do mês, foram realizadas 33 publicações no **Facebook**, que resultaram em 57 curtidas e alcançaram 6.222 contas. Com esse desempenho, a página encerrou o período com um total de 2.225 seguidores.

No Instagram, foram realizadas 21 publicações no feed e 132 *stories* ao longo do período. Os conteúdos alcançaram 94.088 contas e geraram 81.384 impressões. Ao final do mês, o perfil contabilizou 4.827 seguidores, representando um crescimento de 596 novos seguidores em relação a março de 2026.

No LinkedIn, foram realizadas 24 publicações ao longo do mês, que totalizaram 65.058 impressões. Com esse desempenho, o perfil encerrou o período com 5.197 seguidores.

Já o **Canal da Funpresp-Jud no WhatsApp** manteve sua evolução na plataforma, alcançando 1.082 inscritos ao final do mês e 2.186 contas alcançadas. Durante o período, foram publicados 23 conteúdos no canal.

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 - abril/2026

Grupo de despesa	Valor do Ano	Valor de abril	Valor até abril	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	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	R\$ 6.765,90 (1)	R\$ 6.765,90	18.134,10
Equipamento de áudio de vídeo para estúdio	64.600,00			64.600,00
Impulsioneamento de mídias sociais	6.000,00	1472,34 (2)	1.918,98	4.081,02
Reuniões Conselhos Deliberativo e Fiscal	14.025,00	2.600 (3)	5.400	8.625,00
<i>Buffet</i>	30.000,00	4.266 (4)	4.266	25.734
Mobiliário para estúdio	20.000,00			20.000,00
Mesa de som para auditório	9.000,00			9.000,00
Total	239.025,00	14.104,24	64.765,88	174.259,12

(1) Pagamento de 50% referente à reserva de sala e serviço de *Coffee Break* para reunião gerencial sobre o Planejamento Estratégico Funpresp-Jud, com o Consultor Luiz Parzianello;

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

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

(4) Contratação de serviço de *Coffee Break* para os Encontros Regionais da Funpresp-Jud 2026.

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	100,2% alcançada (6.273)	Crescimento na base de inscritos
	Alcançar 29.076 visualizações anuais (+5%)	dez/2026	151,08% alcançada (43.929)	Ampliação do consumo do conteúdo
	Alcançar 4.344 horas de tempo de exibição (+5%)	dez/2026	28,33% alcançada (1.230,5h)	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	111,8% alcançada (4.907)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 25.618 de alcance anual (+5%)	dez/2026	266,9% alcançada (94.088)	Ampliação da distribuição dos conteúdos
	Alcançar média anual de 58.497 impressões (+5%)	dez/2026	139,13% alcançada (81.384)	Ampliação da visibilidade das publicações
	Alcançar média mensal de 5,10% de taxa de engajamento (+5%)	dez/2026	Taxa mensal de 4,22%	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	97% alcançada (2.225)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 5.400 de alcance (+5%)	dez/2026	96,7% alcançada (5.222)	Ampliação da distribuição das publicações
	Alcançar 180 curtidas anuais (+5%)	dez/2026	26% alcançada (47 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	102% alcançada (5.197)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 195.132 impressões anuais (+5%)	dez/2026	33,3% alcançada (65.058)	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	105,6% alcançada (1.082 inscritos)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 4536 contas alcançadas (+5%)	dez/2026	50,2% alcançada (2.186)	Ampliação da distribuição de conteúdo