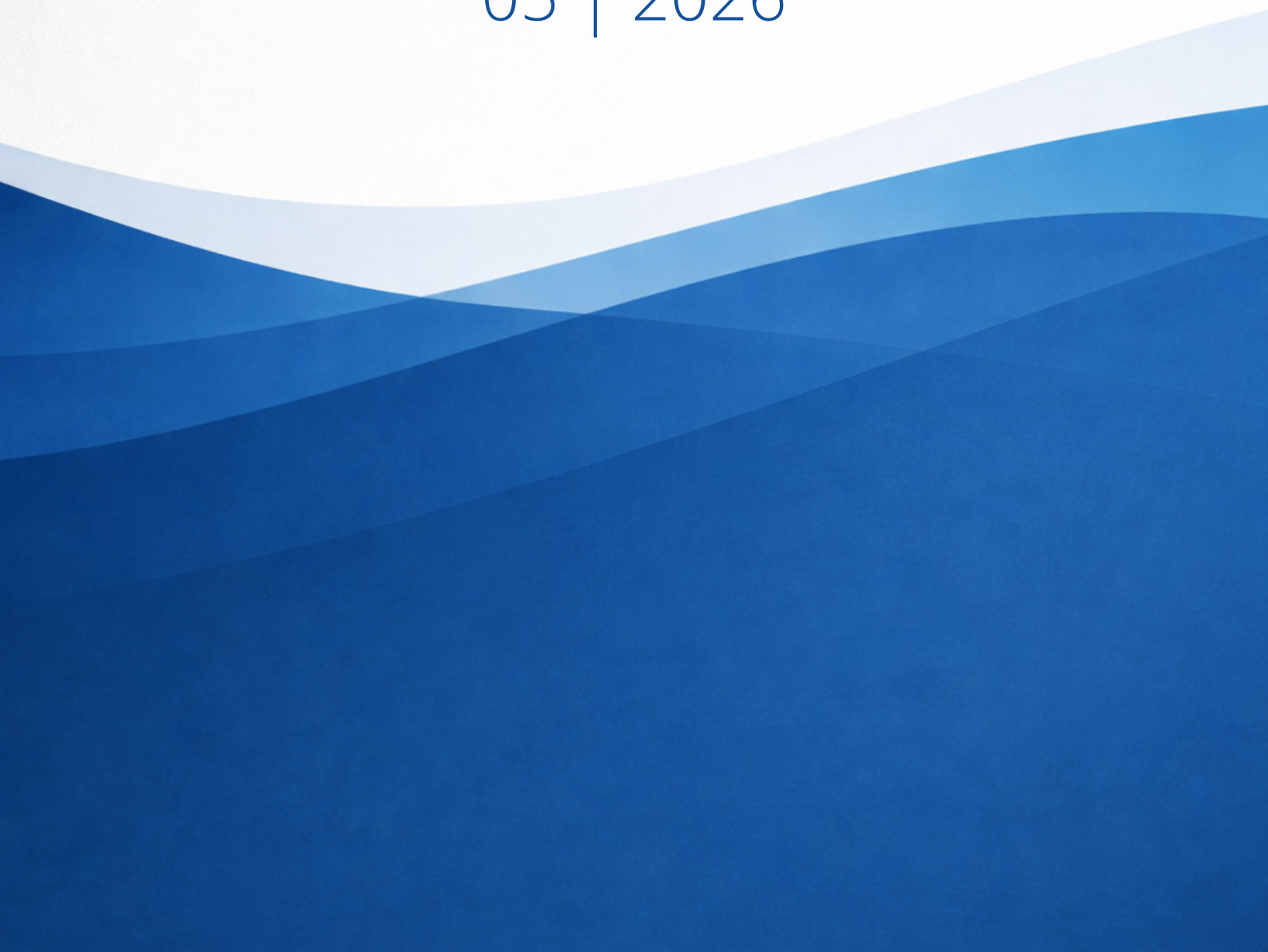


RELATÓRIO DE

COMUNICAÇÃO E *MARKETING*

05 | 2026

The bottom half of the page features a decorative graphic consisting of several overlapping, wavy bands of blue in various shades, creating a sense of movement and depth. The waves originate from the left side and flow towards the right, with the colors transitioning from a light blue at the top to a darker blue at the bottom.

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 maio, a Gerência de Comunicação e *Marketing* (Gecom) atuou na execução de campanhas, 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.

A estratégia de **e-mail marketing** contemplou, em maio, 25 disparos, dos quais 18 foram destinados aos participantes e 7 aos Representantes Funpresp-Jud. As taxas médias de abertura alcançaram 27% e 30%, respectivamente, evidenciando o bom desempenho do canal e sua relevância para a comunicação institucional.

Ao longo do período, a Central de Notícias do site publicou 9 novos conteúdos. **No mesmo período, o site** contabilizou 28.786 sessões, 42.957 visualizações de página e 16.854 usuários, dos quais 12.979 acessaram o portal pela primeira vez.

Na parte de **assessoria de imprensa**, foram elaborados 13 *releases*, que resultaram na publicação de 70 notícias. Desse total, 23 inserções ocorreram em veículos de patrocinadores: STJ (2), TJDF (2), TRT-2 (1), TRT-11 (3), TRF-1 (1), TRF-6 (2), SJ-PB (2), SJ-PI (1), SJ-PE (1), TRE-PR (2), MPDF (1), PRT-1 (1) e PRT-2 (4). Na mídia especializada, foram 8 publicações, distribuídas entre Jornal/site: Blog Abrapp em Foco (4), Editora Roncarati (3) e Investidor Institucional (1). Em mídia de interesse, foram contabilizadas 33 publicações Jornal/site: Direção Concurso (2), Folha Dirigida (2), Folha de MT (1), JC Concursos (2), Gran Cursos Online (2), Concurso News (1), ANAJUSTRA Federal (2), Sisejufe (2), Ministério da Previdência Social (2), Suporte Consultoria e Treinamento (2), Plantão News (2), UOL (1), Central de Concursos (1), Estaciando (1), Portal Canaã (1), Portal N10 (1), Estratégia Concursos (1), AMATRA XV (1), Minuto MT (1), Ponta Porã Informa (1), Política e Poder / Jornal de Brasília (1), Povo na Bronca (1), Celos (1) e Jornal Esporte e Saúde (1). Já em redes sociais, foram 2 publicações: YouTube: @GranCursosOnline (1) e @GranJurídico (1).

Ao longo do período, a atuação da Gecom nas **campanhas externas** concentrou-se em quatro iniciativas: a continuidade da campanha do Concurso Público Funpresp-Jud 2026; a prorrogação da campanha de lançamento dos Perfis de Investimentos Passivos; a Ação de Empréstimos voltada ao TJDFT; e o lançamento da campanha do Seguro de Renda.

A **parceria com o Professor Jurandir Sell**, doutor em Finanças Comportamentais e especialista em finanças comportamentais, integra as iniciativas de educação financeira e previdenciária promovidas pela Funpresp-Jud. No período, foram publicados dois artigos na Central de Notícias do site e dois conteúdos no Instagram. Em conjunto, as publicações no Instagram alcançaram 2.486 contas, totalizaram 3.591 visualizações, 93 curtidas, 34 compartilhamentos, 3 salvamentos e 26 comentários, evidenciando o interesse do público por conteúdos relacionados ao tema.

Ao longo do mês, o **Clube de Vantagens com Cashback** registrou 36 novos cadastros e 20 compras realizadas, resultando num *cashback* acumulado de R\$ 71,50 pelos participantes. Com esse desempenho, a plataforma encerrou o período com um total de 5.486 participantes cadastrados.

Na área de **Criação e Design**, a Gecom prestou suporte às principais iniciativas estratégicas da Funpresp-Jud, com destaque para a criação do *Book* de Cultura e Cartilha do Representante Funpresp-Jud e o desenvolvimento da identidade visual da campanha de alteração de percentual de contribuição.

A produção audiovisual da Funpresp-Jud resultou na publicação de 14 conteúdos no **YouTube** durante o mês, sendo 4 vídeos longos e 10 *Shorts*. Encerrado o período, a plataforma contabilizava 6.286 inscritos, além de 274 curtidas, 83 compartilhamentos e 5 comentários, e no acumulado do ano, o canal atingiu 45.94 visualizações, indicadores que refletem a interação do público com os conteúdos produzidos.

Ao longo do mês, foram realizadas 23 publicações no **Facebook**, e no acumulado a página alcançou 48 curtidas e 6.222 contas. Com esse desempenho, a página encerrou o período com um total de 2.237 seguidores.

No Instagram, foram realizadas 25 publicações no *feed* e 168 *stories* ao longo do período. O perfil alcançou 113.224 contas e 221.664 impressões. Ao final do mês, o perfil contabilizou 4.954 seguidores, representando um crescimento de 147 novos seguidores em relação a abril de 2026.

No LinkedIn, foram realizadas 12 publicações ao longo do mês, que totalizaram 79.670 impressões. Com esse desempenho, o perfil encerrou o período com 5.305 seguidores.

Já o **Canal da Funpresp-Jud no WhatsApp** manteve sua evolução na plataforma, alcançando 1.085 inscritos ao final do mês e 2.587 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 - maio/2026

Grupo de despesa	Valor do Ano (R\$)	Valor de maio (R\$)	Valor até maio (R\$)	Saldo (R\$)
Despesas Gerais/Com. E <i>Marketing</i>	239.025,00			239.025,00
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	290 (1)	290	3.710
Banco de Imagens (fotos e vídeos)	8.000,00			8.000,00
Reunião de Gestão de Liderança	24.900,00	6.765,90 (2)	13.531,80	11.368,20
Equipamento de áudio de vídeo para estúdio	64.600,00			64.600,00
Impulsioneamento de mídias sociais	6.000,00	1.653,16 (3)	3.572,14	2.427,86
Reuniões Conselhos Deliberativo e Fiscal	14.025,00		5.400	8.625,00
<i>Buffet</i>	30.000,00	1.254 (4)	5.520	24.480
Mobiliário para estúdio	20.000,00			20.000,00
Mesa de som para auditório	9.000,00			9.000,00
Total	239.025,00	9.963,06	74.728,94	164.296,06

(1) Assinatura anual da plataforma Canva.

(2) 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;

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

(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	101,5% alcançada (6.286)	Crescimento na base de inscritos
	Alcançar 29.076 visualizações anuais (+5%)	dez/2026	157,9% alcançada (45.941)	Ampliação do consumo do conteúdo
	Alcançar 4.344 horas de tempo de exibição (+5%)	dez/2026	29,4% alcançada (1.277,5h)	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	113% alcançada (4.954)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 25.618 de alcance anual (+5%)	dez/2026	441,97% alcançada (113.224)	Ampliação da distribuição dos conteúdos
	Alcançar média anual de 58.497 impressões (+5%)	dez/2026	517,6% alcançada (221.664)	Ampliação da visibilidade das publicações
	Alcançar média mensal de 5,10% de taxa de engajamento (+5%)	dez/2026	Taxa mensal de 4,28%	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	97,7% alcançada (2.237)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 5.400 de alcance (+5%)	dez/2026	106% alcançada (5.724)	Ampliação da distribuição das publicações
	Alcançar 180 curtidas anuais (+5%)	dez/2026	26,7% alcançada (48 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	105% alcançada (5.305)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 195.132 impressões anuais (+5%)	dez/2026	40,8% alcançada (79.670)	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	105,8% alcançada (1.085 inscritos)	Crescimento da base de seguidores
	Alcançar 4536 contas alcançadas (+5%)	dez/2026	59,3% alcançada (2.587)	Ampliação da distribuição de conteúdo