

AGÊNCIA DE REGULAÇÃO
DOS SERVIÇOS PÚBLICOS
DELEGADOS DO PIAUÍ - AGRESPI



GOVERNO DO
PIAUÍ
AQUI TEM TRABALHO.
AQUI TEM FUTURO.



Plano Estratégico de Comunicação Institucional, Educativa e Digital

**AGÊNCIA DE REGULAÇÃO DOS SERVIÇOS
PÚBLICOS DELEGADOS DO ESTADO DO PIAUÍ**

Thaís de Aragão Oliveira Araripe Palmeira Dias
DIRETORA - GERAL

Estela Miridan Rosas
**DIRETORA DE SANEAMENTO TRANSPORTE E
INFRAESTRUTURA**

Dionatas Rayron da Silva Alves
**DIRETOR DE ENERGIA, COMUNICAÇÃO E GÁS
CANALIZADO**

Darcy Siqueira Albuquerque Júnior
DIRETOR ADMINISTRATIVO FINANCEIRO

Alice Pompeu Viana
OUVIDORA

Elaboração:
Isadora Nascimento Pereira de Sousa
GERENTE DE COMUNICAÇÃO

Projeto Gráfico e Diagramação:
Isadora Edina Bezerra Guerreiro
DIRETORA

AGÊNCIA DE REGULAÇÃO
DOS SERVIÇOS PÚBLICOS
DELEGADOS DO PIAUÍ - AGRESPI



GOVERNO DO
PIAUÍ
AQUI TEM TRABALHO.
AQUI TEM FUTURO.

PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL, EDUCATIVA E DIGITAL 2026

Aprovado pelo Conselho Diretor da AGRESPI
Reunião Ordinária nº 01, de 06 de fevereiro de 2026
Portaria AGRESPI-PI Nº 005/2026

SUMÁRIO

1. A AGÊNCIA DE REGULAÇÃO DOS SERVIÇOS PÚBLICOS DELEGADOS DO ESTADO DO PIAUÍ	04
2. A COMUNICAÇÃO NA AGRESPI	05
3. DIRETRIZES ESTRATÉGICAS	08
4. ANÁLISE DE CONTEXTO (SWOT)	09
5. PÚBLICOS-ALVO E ABORDAGEM	10
6. EIXOS DE ATUAÇÃO E AÇÕES ESTRATÉGICAS	11
7. CAMPANHAS E PROJETOS PRIORITÁRIOS 2026	13
8. ORÇAMENTO 2026 (ESTIMATIVA-BASE)	14
9. INDICADORES E METAS	18
10. DISPOSIÇÕES FINAIS	20

1. A Agência de Regulação dos Serviços Públicos Delegados do Estado do Piauí

A Agência de Regulação dos Serviços Públicos Delegados do Estado do Piauí – AGRESPI – é uma autarquia em regime especial, estadual, dotada de personalidade jurídica de direito público, autonomia administrativa, técnica, patrimonial e financeira, criada pela Lei nº 7.049, de 16 de outubro de 2017, com as alterações promovidas pela Lei nº 7.763, de 30 de março de 2022. Sua finalidade primordial é regular, normatizar, controlar e fiscalizar a prestação dos serviços públicos delegados no Estado do Piauí, assegurando a qualidade, a continuidade, a eficiência e a modicidade tarifária, em benefício dos usuários e do interesse público.

A atuação da AGRESPI abrange, entre outros, a regulação e fiscalização dos serviços de abastecimento de água, esgotamento sanitário, transporte intermunicipal e outros que venham a ser delegados pelo Estado, observando sempre as diretrizes da legislação aplicável e os princípios da administração pública. Como órgão regulador, desempenha papel estratégico no equilíbrio das relações entre poder concedente, prestadores de serviços e usuários, buscando harmonizar interesses e prevenir conflitos.

Sua estrutura organizacional é composta pela Diretoria Colegiada, órgãos de assessoramento e unidades técnicas especializadas, entre as quais se destaca a Gerência de Comunicação, responsável por conduzir as políticas de informação e relacionamento com a sociedade, objeto do presente Plano Estratégico.

2. A Comunicação na AGRESPI

A Agência de Regulação dos Serviços Públicos Delegados do Estado do Piauí – AGRESPI –, no uso das atribuições que lhe são conferidas pela Lei nº 7.049, de 16 de outubro de 2017, e suas alterações, notadamente a redação dada pela Lei nº 7.763, de 30 de março de 2022, que inseriu o Art. 35-D, elabora o presente Plano Estratégico de Comunicação Institucional, Educativa e Digital para o exercício de 2025. O Art. 35-D assim dispõe:

A AGRESPI deverá implementar, em cada exercício, plano de comunicação voltado à divulgação, com caráter informativo e educativo, de suas atividades e dos direitos dos usuários perante a Agência e as empresas que compõem o setor regulado.

Nesse contexto, a Comunicação Pública assume papel estratégico como instrumento de:

- transparência institucional e prestação de contas;
- educação regulatória e orientação ao cidadão;
- ampliação do controle social;
- fortalecimento da legitimidade das ações técnicas, especialmente fiscalizações, auditorias, monitoramentos e articulações interinstitucionais; e
- gestão de reputação em temas sensíveis como energia elétrica, saneamento básico e concessões.

Em 2026, diante do fortalecimento da atuação regulatória e da expansão do alcance institucional, a comunicação segue como função transversal e imprescindível ao desempenho da Agência, promovendo o acesso à informação pública com clareza, linguagem cidadã e evidência de resultados.

Assim, em estrito cumprimento ao dispositivo legal e com vistas ao fortalecimento da transparência administrativa, à promoção da cidadania regulatória e à ampliação do controle social, elabora-se o presente Plano como instrumento normativo e operacional para a condução das ações de comunicação da AGRESPI no exercício em referência.

2. A Comunicação na AGRESPI

2.1 Base legal e justificativa

A Comunicação da AGRESPI fundamenta-se no arcabouço legal e institucional que rege a Administração Pública, assegurando publicidade, transparência e direito à informação. Nesse sentido, sua atuação está alinhada especialmente aos princípios constitucionais da Administração Pública, com destaque para publicidade, eficiência, moralidade e impessoalidade, à Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011), além das normativas e diretrizes de comunicação pública institucional, que orientam o dever do Estado de comunicar com clareza, responsabilidade social e finalidade pública.

Em 2026, reforça-se que a comunicação institucional da AGRESPI não se limita à divulgação de agendas ou ações, mas constitui uma ferramenta de cidadania regulatória, com função educativa e preventiva. Ela orienta a população sobre direitos do usuário e canais de reclamação e denúncia; amplia a confiança institucional ao demonstrar resultados verificáveis e evidências concretas; antecipa ruídos comunicacionais em temas sensíveis como tarifas, interrupções de serviços, estiagens e emergências; e contribui para a integridade pública ao consolidar trilhas de prestação de contas.

Dessa forma, o presente plano tem por objetivo geral fortalecer a comunicação pública institucional como instrumento estratégico de transparência regulatória, educação cidadã e prestação de contas, consolidando a AGRESPI como referência técnica confiável e acessível, com atuação integrada em meios digitais e imprensa tradicional. Estabelecendo os seguintes objetivos específicos:

- a) ampliar a entrega de resultados e evidências da atuação regulatória;
- b) fortalecer conteúdos educativos e orientativos voltados ao usuário;
- c) intensificar a interiorização da comunicação em consonância com as fiscalizações previstas;
- d) consolidar o LinkedIn como canal técnico-institucional;
- e) ampliar o relacionamento com imprensa (rádio, TV, portais, jornal);
- f) estruturar comunicação preventiva e de resposta rápida em temas sensíveis; e
- g) aprimorar ações de comunicação interna, valorizando o servidor e promovendo alinhamento institucional.

2. A Comunicação na AGRESPI

2.1 Estrutura da Gerência

A comunicação institucional da AGRESPI será executada em 2026 sob coordenação da Gerência de Comunicação, com fortalecimento operacional da equipe, considerando o aumento da demanda por cobertura em campo, o volume de viagens previstas nos Planos Anuais de Fiscalização (PAFs), a necessidade de ampliação do relacionamento com imprensa tradicional e a manutenção de rotina permanente nas mídias digitais.

A equipe contará com a seguinte composição:

- 01 Gerente de Comunicação
- 01 estagiária, com atuação de apoio operacional

A Gerência de Comunicação será responsável pelo planejamento e execução estratégica do plano anual, garantindo alinhamento institucional, padronização narrativa e qualidade das entregas. Suas funções abrangem o gerenciamento do calendário editorial, a produção e revisão de conteúdos institucionais, a coordenação das coberturas de agendas e fiscalizações, a elaboração de textos oficiais e releases, o relacionamento com imprensa, e o acompanhamento de indicadores e relatórios de desempenho, incluindo a consolidação de banco de evidências e resultados mensuráveis.

A inclusão de estagiária amplia a capacidade operacional e assegura maior regularidade de execução, especialmente em períodos de deslocamento e alta demanda. A estagiária atuará como suporte em tarefas permanentes do setor, com foco em apoio na cobertura de agendas e fiscalizações, organização e sistematização do banco de evidências (prints, planilhas e relatórios), edição simples de vídeos e cortes, além de apoio na produção de textos curtos e releases. Também poderá contribuir nas ações de comunicação interna, como organização de datas institucionais e ações de valorização do servidor.

Esse reforço técnico-operacional reduz risco de descontinuidade, amplia a cadência de publicações e melhora a estrutura de registro e comprovação dos resultados da comunicação, fortalecendo a prestação de contas institucional da AGRESPI.

3. Diretrizes Estratégicas

Com base nas evidências registradas em 2025, as diretrizes para 2026 devem priorizar a continuidade do que apresentou melhor performance, qualificação de processos e fortalecimento de canais de confiança pública.

Diretriz 1 — Comunicação cidadã com foco em transparência, serviço e orientação

Priorizar conteúdos explicativos e de utilidade pública, tornando legível o que a AGRESPI faz, por que faz e como o cidadão pode ser atendido e orientado. Em 2026, a comunicação deve reforçar direitos do usuário, canais formais de reclamação e denúncia e o papel fiscalizador da Agência, traduzindo temas técnicos em linguagem clara e direta.

Diretriz 2 — Vídeo curto como eixo de expansão e educação regulatória (Reels)

Fortalecer a produção de Reels como formato estruturante do crescimento digital, ampliando alcance para além dos seguidores e promovendo educação regulatória. Os Reels devem ser planejados por séries fixas e campanhas, com narrativa simples, visual padronizado e periodicidade mínima.

Diretriz 3 — Stories e cobertura contínua para humanização e rotina institucional

Manter os Stories como canal prioritário de bastidores, presença institucional e transparência cotidiana. Em 2026, os Stories serão utilizados para dar visibilidade às agendas técnicas, reuniões, vistorias e fiscalizações, fortalecendo a humanização e confiança institucional.

Diretriz 4 — Territorialidade com comunicação embarcada em fiscalizações e agendas externas

Consolidar a territorialidade como eixo permanente do plano, garantindo que a atuação regulatória seja percebida no território e comunicada com consistência. Toda fiscalização externa prevista nos PAFs deve gerar entregáveis mínimos de comunicação (stories, reel e nota/release), com registro e evidências organizadas.

Diretriz 5 — Resultados medidos e cultura de evidência institucional

Avançar na cultura de evidência, garantindo que o desempenho e as entregas sejam registrados, medidos e apresentados de forma clara. Em 2026, o plano prevê relatórios trimestrais e relatório anual, banco de evidências organizado e acompanhamento sistemático de indicadores (alcance, visualizações, interações, inserções na imprensa, campanhas executadas e entregas educativas).

Diretriz 6 — Reputação: relacionamento com a imprensa tradicional

Ampliar o relacionamento proativo com a imprensa tradicional (TV, rádio, portais e jornais), consolidando a AGRESPI como fonte técnica qualificada e priorizando pautas com alto interesse público. A meta é aumentar não apenas o volume, mas a qualidade, diversidade e regionalização das inserções, ampliando a capilaridade social e a legitimidade institucional.

4. Análise de Contexto (SWOT)

A análise de contexto para 2026 indica ambiente favorável ao fortalecimento da comunicação da AGRESPI, com base no crescimento de credibilidade institucional e no aumento de resultados percebidos pela sociedade. Entre as forças, destacam-se a consolidação da Agência como fonte técnica confiável, a relevância social do portfólio temático e o bom desempenho dos formatos digitais, especialmente Reels e Stories, além da manutenção de inserções consistentes na imprensa tradicional.

Por outro lado, persistem limitações operacionais relacionadas ao volume crescente de demandas de conteúdo, cobertura territorial e agendas externas, em contraste com uma equipe ainda reduzida, ainda que fortalecida com estagiária em 2026. Essa condição exige gestão rigorosa de prioridades e padronização de entregas mínimas para manter regularidade sem comprometer qualidade.

Oportunidades relevantes em 2026 incluem interiorização como narrativa permanente, campanhas educativas contínuas e fortalecimento da Ouvidoria como canal regulatório e ferramenta pública de orientação e participação social. Também se destaca a possibilidade de ampliar publicações técnicas no LinkedIn, reforçando governança, articulação e reputação institucional.

Quanto às ameaças, devem ser considerados ruídos e politização sobre tarifas e contas, crises climáticas com resposta rápida (estiagem e interrupções), bem como o avanço de fake news setoriais, exigindo comunicação preventiva, linguagem clara e evidência institucional contínua.

Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
credibilidade técnica crescente	alta demanda x equipe reduzida	interiorização da regulação	ruídos/politização (tarifas/contas)
portfólio temático relevante	dependência de agendas e deslocamentos	campanhas educativas permanentes	crises climáticas e respostas emergenciais
bom desempenho em Reels e Stories	necessidade de padronizar entregas mínimas	fortalecer Ouvidoria como eixo regulatório	fake news e desinformação
inserções relevantes na imprensa		LinkedIn técnico-institucional	

5. Públicos-Alvo e Abordagem

Em 2026, os públicos estratégicos permanecem alinhados ao Plano 2025, com reforço na interiorização da comunicação e na ampliação da atuação técnica no LinkedIn. Mantêm-se como públicos prioritários os usuários dos serviços regulados (urbanos e rurais), gestores municipais, imprensa tradicional, entidades reguladoras e setor regulado, além do público interno.

A principal mudança para 2026 está na ênfase territorial para alcançar melhor regiões do interior e comunidades com rural disperso, bem como no fortalecimento de articulação e reputação institucional junto a públicos estratégicos (LinkedIn e relações institucionais).

Tabela comparativa — Públicos-alvo 2026

Público	Características	Objetivo	Formatos prioritários
Usuários urbanos e rurais (ênfase em rural disperso)	diretamente afetados por serviços delegados	orientar direitos, reclamações e controle social	Reels, Stories, cards, cartilhas e rádio comunitária
Prefeituras, consórcios e gestores	decisores e articuladores locais	cooperação, alinhamento e apoio institucional	releases, reuniões, LinkedIn, site, kits
Imprensa (local/regional/nacional)	veículos diversos, busca por fonte técnica	ampliar repercussão e reduzir ruídos	releases, notas, entrevistas, pautas proativas
Entidades reguladoras e setor regulado	público técnico-institucional	reputação, governança, cooperação	LinkedIn, site (documentos), releases
Público interno	servidores e equipes técnicas	pertencimento e alinhamento institucional	comunicados internos, campanhas, registros

6. Eixos de Atuação e Ações Estratégicas

A atuação da comunicação institucional em 2026 será estruturada em cinco eixos integrados, organizando o trabalho do setor de forma mais objetiva, reduzindo duplicidades e garantindo entregas mínimas por agenda, campanha e fiscalização.

O eixo de Comunicação Institucional e Relações Públicas consolidará posicionamento público, identidade institucional e suporte permanente às diretorias e áreas técnicas, com padronização e qualidade de materiais e mensagens oficiais. Inclui relacionamento com órgãos parceiros, entidades reguladoras, municípios e demais atores do ecossistema regulatório.

O eixo de Assessoria de Imprensa e Mídia Tradicional fortalece o vínculo proativo com veículos e amplia o papel da AGRESPI como fonte técnica, com releases regulares, pautas planejadas e organização de mailing, além de respostas rápidas em temas sensíveis.

O eixo de Educomunicação e Cidadania Regulatória organiza campanhas, cartilhas e conteúdos explicativos de utilidade pública, reforçando a Ouvidoria como canal regulatório, ampliando o controle social e reduzindo ruídos por meio de informação clara e validada.

O eixo de Marketing Digital e Conteúdo Multiplataforma mantém o Instagram como canal cidadão principal, com Reels como motor de alcance e Stories como rotina institucional, além de fortalecer o LinkedIn como canal técnico de reputação e governança e o site como fonte oficial e repositório documental.

Por fim, o eixo de Comunicação Interna e Endomarketing estrutura ações simbólicas e institucionais de valorização do servidor, fortalecimento de pertencimento e alinhamento interno, com campanhas e comunicados internos organizados.

6. Eixos de Atuação e Ações Estratégicas

Quadro operacional — Eixos, objetivos e entregáveis

Eixo	Objetivo	Entregáveis mínimos	Canais
Comunicação Institucional e RP	posicionamento e identidade	notas oficiais, suporte diretoria, kits	site, LinkedIn, eventos
Assessoria de Imprensa	ampliar inserções e reputação	releases, mailing, pautas	rádio, TV, portais, jornal
Educomunicação	orientar usuário e controle social	cartilhas, séries explicativas	IG, impressos, ações externas
Marketing Digital	alcance, presença e transparência	reels, stories, posts, artigos	IG, LinkedIn, site
Comunicação Interna	pertencimento e alinhamento	campanhas internas, registros	mural interno, redes, comunicados

7. Campanhas e projetos prioritários 2026

Em 2026, as campanhas de comunicação da AGRESPI terão como foco fortalecer a cidadania regulatória, ampliar a presença territorial da Agência e consolidar sua imagem como órgão técnico e atuante, sempre priorizando linguagem acessível e temas de alto interesse público. As propostas seguem o calendário de ações regulatórias e o planejamento de fiscalizações, além de integração com imprensa tradicional e produção multiplataforma.

A estratégia prevê campanhas com início em março, combinando ações pontuais de maior impacto com iniciativas permanentes (educação regulatória contínua), a fim de manter constância temática e previsibilidade institucional ao longo do ano.

Quadro síntese

Campanha	Objetivo	Período	Formatos
Energia com Responsabilidade	orientar reclamação qualificada e reduzir ruídos	março (e reforços trimestrais)	reels, cards, release, rádio/TV
Direitos do Usuário – Água e Esgoto	integrar fiscalização ao conteúdo orientativo	abril a novembro	reels, cartilhas, site, releases
Campanha permanente educativa (persona feminina negra)	série contínua de educação regulatória	março a dezembro	reels semanais, quizzes, cards
AGRESPI na Comunidade – Rural Disperso	alcançar interior e zonas vulneráveis	junho a agosto	rádio comunitária, cartilhas, blitz

8. Orçamento 2026 (estimativa-base)

A execução do Plano de Comunicação 2026 exige previsão orçamentária mínima para garantir regularidade de entregas, produção de materiais de utilidade pública, padronização institucional e suporte técnico para cobertura de agendas externas e fiscalizações previstas nos Planos Anuais de Fiscalização (PAFs). Considerando o perfil da equipe (gerência + estagiária), a lógica adotada para 2026 é de orçamento enxuto, priorizando ações de alto impacto público e baixo custo, com foco em educação regulatória, relacionamento com imprensa e estrutura mínima de produção de conteúdo em campo.

Dessa forma, propõe-se orçamento-base estimado de R\$ 52.000, valor mais compatível com a capacidade operacional e com uma estratégia de comunicação pública centrada em ações orgânicas, registros institucionais e produção interna.

8.1 Produção de materiais educativos e campanhas (cidadania regulatória) — R\$ 20.000

Destina-se à produção de materiais de utilidade pública vinculados às campanhas prioritárias do plano, especialmente “Energia com Responsabilidade”, “Direitos do Usuário – Água e Esgoto” e ações no interior (Rural Disperso). São peças voltadas ao cidadão, com linguagem simples, podendo circular tanto em meio impresso quanto digital.

Previsões:

- impressão de cartilhas educativas (direitos do usuário, canais oficiais, ouvidoria): R\$ 8.000
- folders informativos e panfletos para blitz/regiões fiscalizadas: R\$ 4.000
- banners/roll-ups institucionais para agendas externas e ações em campo: R\$ 3.000
- identidade visual de campanhas e materiais gráficos (produção e finalização): R\$ 5.000

8. Orçamento 2026 (estimativa-base)

A execução do Plano de Comunicação 2026 exige previsão orçamentária mínima para garantir regularidade de entregas, produção de materiais de utilidade pública, padronização institucional e suporte técnico para cobertura de agendas externas e fiscalizações previstas nos Planos Anuais de Fiscalização (PAFs). Considerando o perfil da equipe (gerência + estagiária), a lógica adotada para 2026 é de orçamento enxuto, priorizando ações de alto impacto público e baixo custo, com foco em educação regulatória, relacionamento com imprensa e estrutura mínima de produção de conteúdo em campo.

Dessa forma, propõe-se orçamento-base estimado de R\$ 52.000, valor mais compatível com a capacidade operacional e com uma estratégia de comunicação pública centrada em ações orgânicas, registros institucionais e produção interna.

8.1 Produção de materiais educativos e campanhas (cidadania regulatória) — R\$ 20.000

Destina-se à produção de materiais de utilidade pública vinculados às campanhas prioritárias do plano, especialmente “Energia com Responsabilidade”, “Direitos do Usuário – Água e Esgoto” e ações no interior (Rural Disperso). São peças voltadas ao cidadão, com linguagem simples, podendo circular tanto em meio impresso quanto digital.

Previsões:

- impressão de cartilhas educativas (direitos do usuário, canais oficiais, ouvidoria): R\$ 8.000
- folders informativos e panfletos para blitz/regiões fiscalizadas: R\$ 4.000
- banners/roll-ups institucionais para agendas externas e ações em campo: R\$ 3.000
- identidade visual de campanhas e materiais gráficos (produção e finalização): R\$ 5.000

8. Orçamento 2026 (estimativa-base)

8.2 Media kits e assessoria de imprensa (estrutura de relacionamento) — R\$ 12.000

Em 2026, a AGRESPI prevê a produção de media kits institucionais voltados ao fortalecimento do relacionamento com parceiros e à padronização da representação institucional da Agência em agendas estratégicas, como encontros interinstitucionais, reuniões com entidades reguladoras, visitas técnicas, fóruns setoriais e ações integradas previstas nos eixos do plano. Os kits não possuem caráter promocional, mas sim finalidade institucional e de comunicação pública, contribuindo para consolidar identidade, posicionamento e vínculo com públicos estratégicos.

Os kits serão compostos por brindes úteis e de fácil circulação, com identidade visual padronizada da AGRESPI, destinados prioritariamente a órgãos parceiros, gestores públicos, representantes institucionais e atores estratégicos do setor regulado.

Itens previstos:

- carregadores portáteis (power bank) personalizados;
- ecobags personalizadas;
- porta-copos personalizados;
- porta-cartões personalizados;
- bottons e pins com identidade institucional.

Estimativa de composição e custos (lotes):

- carregadores portáteis (lote institucional controlado): R\$ 6.000
- ecobags (lote médio): R\$ 2.500
- porta-cartões + porta-copos (itens de apoio): R\$ 2.000
- bottons e pins (lote alto, baixo custo unitário): R\$ 1.500

8. Orçamento 2026 (estimativa-base)

8.3 Equipamentos e estrutura mínima de trabalho (conteúdo em campo) — R\$ 13.000

Em 2026, a AGRESPI prevê a produção de media kits institucionais voltados ao fortalecimento do relacionamento com parceiros e à padronização da representação institucional da Agência em agendas estratégicas, como encontros interinstitucionais, reuniões com entidades reguladoras, visitas técnicas, fóruns setoriais e ações integradas previstas nos eixos do plano. Os kits não possuem caráter promocional, mas sim finalidade institucional e de comunicação pública, contribuindo para consolidar identidade, posicionamento e vínculo com públicos estratégicos.

Os kits serão compostos por brindes úteis e de fácil circulação, com identidade visual padronizada da AGRESPI, destinados prioritariamente a órgãos parceiros, gestores públicos, representantes institucionais e atores estratégicos do setor regulado.

Itens previstos:

- carregadores portáteis (power bank) personalizados;
- ecobags personalizadas;
- porta-copos personalizados;
- porta-cartões personalizados;
- bottons e pins com identidade institucional.

Estimativa de composição e custos (lotes):

- carregadores portáteis (lote institucional controlado): R\$ 6.000
- ecobags (lote médio): R\$ 2.500
- porta-cartões + porta-copos (itens de apoio): R\$ 2.000
- bottons e pins (lote alto, baixo custo unitário): R\$ 1.500

8.4 Comunicação interna e endomarketing (ações simbólicas) — R\$ 7.000

Prevê ações de baixo custo, com foco em pertencimento, reconhecimento e campanhas internas institucionais, sem despesas com alimentos e celebrações.

Previsões:

- brindes simbólicos padronizados (aniversariantes e reconhecimentos institucionais): R\$ 2.500
- peças e materiais para campanhas internas (Outubro Rosa, Novembro Azul etc.): R\$ 2.000
- registro e comunicação interna de ações e entregas (materiais gráficos/impressos): R\$ 2.500

9. Indicadores e metas

A definição de indicadores e metas para 2026 cumpre papel central dentro do Plano Estratégico de Comunicação, pois é por meio deles que a AGRESPI consegue mensurar resultados, comprovar entregas e fortalecer a transparência ativa perante a sociedade, os órgãos de controle e parceiros institucionais. Assim como no Plano 2025, os indicadores adotados para 2026 seguem lógica objetiva, com metas anuais claras e verificáveis, garantindo condições de acompanhamento contínuo e ajustes táticos quando necessário.

A proposta mantém a coerência com o modelo de monitoramento já utilizado pela Gerência de Comunicação no exercício anterior, mas aprimora a organização da mensuração, especialmente nos eixos de imprensa tradicional e reposicionamento institucional no LinkedIn.

Em 2026, o primeiro indicador prioritário refere-se ao crescimento da presença institucional nas redes sociais, com foco em fortalecimento de comunidade e aumento do alcance orgânico. Para o Instagram, estabelece-se como meta o crescimento mínimo de 30% no número de seguidores até dezembro de 2026, considerando o avanço observado no exercício anterior e o potencial de ampliação proporcionado pela consolidação do formato Reels, cobertura recorrente em Stories e campanhas educativas planejadas. Para o LinkedIn, por sua vez, define-se como meta um crescimento mínimo de 50% até dezembro de 2026, consolidando o canal como eixo estratégico de reputação técnica, governança e articulação institucional. A mensuração será feita por meio dos relatórios nativos das plataformas (Instagram Insights e LinkedIn Analytics), com consolidação em planilha-padrão e registro mensal no banco de evidências.

O segundo indicador estruturante consiste na capacidade de interiorização e territorialidade da comunicação, entendida como a presença do conteúdo institucional nas regiões e municípios atendidos pelas fiscalizações e agendas técnicas. Embora a execução esteja diretamente vinculada aos cronogramas e Planos Anuais de Fiscalização (PAFs), a comunicação passa a adotar como meta para 2026 que 100% das fiscalizações externas e viagens técnicas previstas gerem entregáveis de comunicação institucional, especialmente com cobertura mínima nos canais digitais, garantindo rastreabilidade pública das ações. Esse indicador é particularmente relevante por fortalecer a narrativa de “regulação em campo”, dar visibilidade à atuação territorial da Agência e ampliar a percepção de impacto real na vida do usuário, especialmente no interior do estado.

9. Indicadores e metas

O terceiro indicador corresponde à imprensa tradicional e mídia espontânea, eixo que será aprimorado em 2026 para garantir maior previsibilidade e presença contínua da AGRESPI no noticiário. A meta anual definida é alcançar pelo menos 80 inserções de mídia espontânea ao longo do ano, incluindo rádio, televisão, portais e jornalismo impresso/digital. Além do total anual, estabelece-se também uma meta mínima de 7 inserções por mês, como padrão de regularidade institucional e redução de sazonalidade na exposição pública. A comprovação será realizada via clipping (links, capturas de tela e arquivos), com categorização por tipo de veículo e por tema.

O quarto indicador está relacionado à produção de materiais educativos e ações de educomunicação, que permanecem como entrega essencial da comunicação pública regulatória, pois contribuem diretamente para orientar reclamações qualificadas, reduzir ruídos e ampliar o conhecimento da população sobre direitos e deveres nos serviços regulados. Para 2026, estabelece-se como meta mínima a entrega de 6 materiais educativos ao longo do ano, incluindo cartilhas digitais, folders, cards de orientação, peças para blitz educativa e materiais voltados ao público rural e/ou de baixa conectividade.

Por fim, para assegurar governança do próprio Plano e consolidar uma cultura de evidência, define-se como indicador transversal o monitoramento sistemático e elaboração de relatórios periódicos. Em 2026, a Gerência de Comunicação deverá consolidar o acompanhamento por meio de relatórios regulares, garantindo a produção de balanços trimestrais (Instagram + LinkedIn + imprensa tradicional), bem como relatório anual final consolidado, contemplando indicadores, principais resultados do exercício, registros comprobatórios e recomendações para o ciclo seguinte.

10. Disposições Finais

O presente Plano Estratégico de Comunicação Institucional, Educativa e Digital da Agência de Regulação dos Serviços Públicos Delegados do Estado do Piauí – AGRESPI, para o exercício de 2026, consolida não apenas o cumprimento do dever legal previsto no Art. 35-D da Lei nº 7.049/2017 (com redação dada pela Lei nº 7.763/2022), mas também reafirma o papel estratégico da comunicação pública enquanto instrumento permanente de transparência, orientação social e fortalecimento da cidadania regulatória.

Ao reconhecer a comunicação como parte estruturante da atividade regulatória, a Agência estabelece para 2026 diretrizes operacionais voltadas à ampliação da presença institucional nos territórios, qualificação dos canais de atendimento e denúncia, tradução cidadã de temas técnicos e fortalecimento da confiança pública nos serviços regulados.

A execução do Plano ocorrerá de forma integrada, com ações digitais, educativas, institucionais e de imprensa tradicional, alinhadas às agendas de fiscalização e às prioridades regulatórias do período. Para garantir efetividade, o Plano será acompanhado por indicadores e metas objetivas, mecanismos de monitoramento contínuo e sistematização de evidências, permitindo ajustes táticos conforme o contexto e a dinâmica institucional.

Com a aprovação pelas instâncias competentes, este instrumento orientará a atuação da Gerência de Comunicação em 2026, devendo ser periodicamente revisado e atualizado para assegurar aderência às demandas sociais e institucionais, aos cenários críticos (como crises climáticas e ruídos setoriais) e à evolução das práticas contemporâneas de comunicação pública e relacionamento com a sociedade.

**AGÊNCIA DE REGULAÇÃO
DOS SERVIÇOS PÚBLICOS
DELEGADOS DO PIAUÍ - AGRESPI**



**GOVERNO DO
PIAUÍ**
AQUI TEM TRABALHO.
AQUI TEM FUTURO.



@agrespiapiaui



Linkedin/AGRESPI



<https://www.youtube.com/@agrespiaui>



<https://portal.pi.gov.br/agrespi/>



Agência de Regulação de Serviços Públicos Delegados do Piauí -
Rua Jaicós, 1435 - Ilhotas - CEP: 64.014-060 - Teresina/PI
Whatsapp: 86 99520-4096 - ouvidoria@agrespi.pi.gov.br