

Plano de **Comunicação ANP** — 2025 —

Superintendência de Comunicação e
Relações Institucionais - SCI

AGOSTO DE 2025



anp
Agência Nacional
do Petróleo,
Gás Natural e Biocombustíveis

Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis

Diretor-Geral em Exercício

Bruno Conde Caselli

Diretores

Daniel Maia Vieira

Fernando Wandscheer de Moura Alves

Patrícia Baran (Diretora interina)

Symone Christine de Santana Araujo

SUMÁRIO

- 1. APRESENTAÇÃO**
- 2. A SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES INSTITUCIONAIS (SCI)**
 - 2.1 Atribuições da SCI
 - 2.2 Equipe e organograma
 - 2.3 Públicos de relacionamento
- 3. MAPA ESTRATÉGICO DA ANP**
- 4. CENÁRIO E DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO**
 - 4.1 Cenário
 - 4.2 Indicadores de desempenho e diagnóstico
 - 4.2.1 Imprensa
 - 4.2.2 Site da ANP
 - 4.2.3 Redes sociais
 - 4.2.4 Eventos da ANP
 - 4.2.5 Relações institucionais
 - 4.2.6 Comunicação interna
- 5. PLANEJAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO 2025**
 - 5.1 Atividades previstas pelas áreas da ANP em 2025
 - 5.2 Ações planejadas
 - 5.2.1 Mês do Consumidor 2025
 - 5.2.2 Vídeo institucional
 - 5.2.3 Videocast ANP
 - 5.2.4 Eventos da ANP
 - 5.2.5 Participação em eventos externos e relações institucionais
 - 5.2.6 Imprensa
 - 5.2.7 Treinamentos sobre comunicação para o público interno
 - 5.2.8 Newsletters
 - 5.2.9 Redes sociais
 - 5.2.10 Guia de Atuação da ANP nas Redes Sociais
 - 5.2.11 Publicações
 - 5.2.12 Comunicação interna
 - 5.2.13 Site da ANP
 - 5.2.14 Gestão de contratos

1. APRESENTAÇÃO

A Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) é a agência reguladora responsável por promover a regulação, a contratação e a fiscalização das atividades econômicas integrantes da indústria do petróleo, do gás natural e dos biocombustíveis. Vinculada ao Ministério de Minas e Energia, é a autarquia federal responsável pela execução da política nacional para esses setores, com foco na garantia do abastecimento de combustíveis e na defesa dos interesses dos consumidores.

Em seu Mapa Estratégico para o período 2025-2028, a ANP definiu como sua visão: “Ser reconhecida por promover, de forma transparente, responsiva, eficiente e isonômica, uma regulação que estimule a livre-iniciativa, a inovação, a competitividade e o desenvolvimento sustentável, reduzindo barreiras de entrada e custos de transação, e aprimorando a segurança operacional”. Para cumprir essa visão, a Comunicação possui um papel essencial, pois amplia a publicidade e a transparência dos atos da Agência. A “transparência” também aparece entre os valores da ANP para o período.

O Plano de Comunicação da ANP apresenta, anualmente, as ações previstas para o ano em curso, bem como indicadores de desempenho relacionados à Comunicação no ano anterior. A publicação é elaborada pela Superintendência de Comunicação e Relações Institucionais (SCI) em consonância com o Mapa Estratégico e outros instrumentos de planejamento e gestão da ANP.

O Plano de Comunicação atende à Lei Geral das Agências Reguladoras – Lei nº 13.848/ 2019, que trata da gestão, organização, processo decisório e controle social a ser observado pelas agências reguladoras federais do país. De acordo com essa norma, as agências devem implementar planos de comunicação voltados à divulgação, com caráter informativo e educativo, de suas atividades e dos direitos dos usuários perante a reguladora e as empresas que compõem o setor regulado.

O funcionamento da SCI, diretamente responsável por este Plano de Comunicação, trazendo suas atribuições e o mapeamento dos públicos com os quais a Agência se relaciona está detalhado na seção 2. A terceira seção aborda o Mapa Estratégico da ANP, com sua missão, visão, valores e objetivos. A quarta apresenta o cenário político-econômico-social atual do setor regulado e do país, bem como os indicadores de desempenho da comunicação da ANP em 2024. Já a quinta seção traz o planejamento das ações de comunicação para 2025, realçando os principais projetos e ações programadas, com base no Mapa Estratégico, nos indicadores de desempenho do ano anterior e nas demandas das demais áreas da Agência, bem como no cenário dos recursos financeiros de que a SCI necessita para a realização efetiva das atividades esperadas.

Excepcionalmente, o Plano de Comunicação foi publicado em agosto, informando todas as atividades que foram realizadas até esse mês.

2. A SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES INSTITUCIONAIS (SCI)

2.1 Atribuições da SCI

Compete à Superintendência de Comunicação e Relações Institucionais (SCI), de acordo com o Regimento Interno da ANP, publicado em 2020:

- Promover e zelar pela imagem institucional da ANP e divulgar suas competências e atuação;
- Promover a divulgação de informações sobre o setor do petróleo, gás natural e biocombustíveis;
- Gerir a marca ANP em todas as suas aplicações, assegurar a padronização visual do material informativo, técnico e promocional e coordenar sua produção;
- Elaborar, implementar e acompanhar o plano de comunicação da ANP, alinhado aos objetivos do Mapa Estratégico;
- Gerir os canais de comunicação internos e externos da ANP e assegurar a integração nas mensagens;
- Coordenar a interlocução com os veículos de comunicação e assessorar os porta-vozes em entrevistas;
- Disponibilizar, acompanhar e analisar o noticiário sobre a ANP e sobre o setor de petróleo, gás natural e biocombustíveis;
- Gerir a comunicação da ANP em situações de crise que envolvam a instituição e o setor;
- Coordenar a estrutura e a gestão do conteúdo do sítio da ANP na internet (www.gov.br/anp), bem como dos sítios interligados;
- Coordenar, desenvolver e executar a comunicação interna da ANP, incluindo a gestão da Intranet;
- Promover o planejamento e a realização de eventos de cunho institucional e técnico da ANP, de caracteres externo e interno;
- Apoiar a realização de audiências públicas e prover a infraestrutura e recursos necessários;
- Coordenar as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, e apoios institucionais;
- Coordenar o planejamento e a implementação das ações de relacionamento institucional no exterior para fins de promoção e atração de investimentos;
- Organizar missões, coordenar agenda e participação de dirigentes em eventos internacionais;
- Organizar visitas à ANP de delegações estrangeiras com objetivos de cooperação técnica, em articulação com o Ministério de Relações Exteriores.

2.2 Equipe e organograma

A SCI conta com 19 colaboradores, sendo eles servidores e terceirizados, e está dividida nas seguintes coordenações:

- **Coordenação de Imprensa e Redes Sociais** - responsável pelo relacionamento da ANP com a imprensa (incluindo respostas a demandas de jornalistas, agendamento e acompanhamento de entrevistas individuais e coletivas, treinamento de porta-vozes, entre outras atividades); elaboração e divulgação de comunicados à imprensa; monitoramento da exposição da Agência nos meios de comunicação; gestão dos perfis oficiais da ANP nas redes sociais; planos de comunicação para eventos e outras ações da ANP; campanhas nas redes sociais; e newsletter externa;
- **Design e Comunicação Interna** - responsável pela gestão da logomarca e do padrão visual da Agência, design para publicações impressas e digitais, elaboração de peças gráficas para redes sociais, gravação e edição de vídeos, além de identidade visual para eventos de médio e grande portes, incluindo estandes. Quanto à Comunicação Interna, a coordenação é responsável pelo planejamento, criação e execução das ações, campanhas e administração da Intranet, bem como dos demais canais internos (comunicados por e-mail; descanso de tela dos computadores; canais físicos no Escritório Central; newsletter interna Destaques da Semana);
- **Relações Institucionais e Gestão** – responsável pela participação da ANP, tanto em eventos nacionais, quanto nos internacionais, e pela análise dos pedidos de apoio institucional recebidos pela Agência. Também apoia a formação de parcerias com outras instituições públicas e países, e organiza missões e eventos internacionais. A coordenação é responsável pela gestão dos contratos e o planejamento financeiro, os processos para novas aquisições de materiais e serviços para a SCI e o apoio à superintendência nas demandas administrativas e financeiras.
- **Eventos** - responsável por todo o processo dos eventos, desde o planejamento até a sua realização no dia, passando por: projeto; contratações; montagem e desmontagem; roteiro; transmissão na internet; coordenação de recepcionistas, mestres de cerimônia e outros contratados; entre outras atividades necessárias. Acompanha ainda a montagem, a execução e o atendimento em estandes da ANP em feiras.
- **Coordenação de Sites** – responsável pela organização da estrutura, layout e gestão do conteúdo do Site da ANP (www.gov.br/anp) e da página das Rodadas de Licitações (www.gov.br/anp/pt-br/rodadas-anp). Faz a revisão, edição, atualização e publicação do conteúdo recebido das unidades organizacionais, além de elaborar conteúdo em forma de textos, infográficos e imagens.

A figura abaixo apresenta o organograma da SCI:

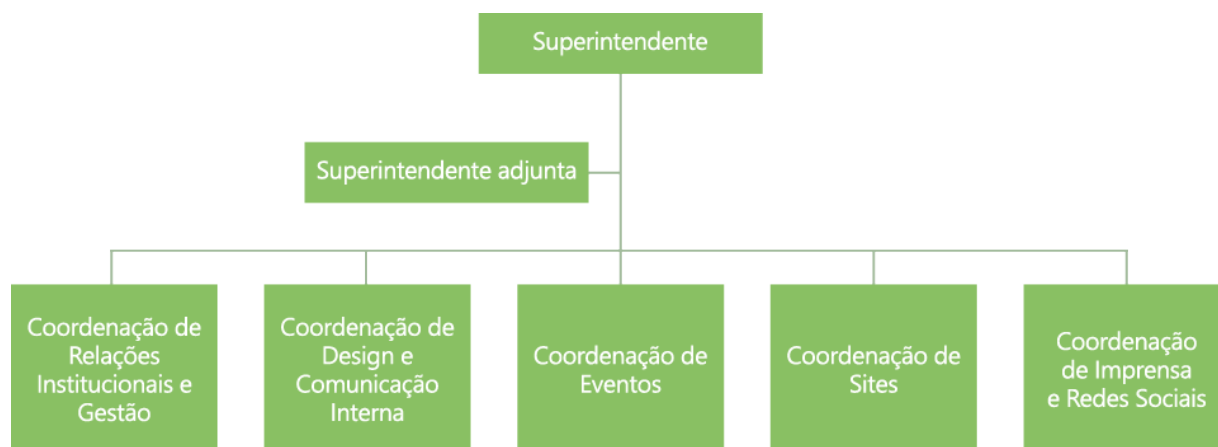


Figura 1. Organograma da SCI

A SCI conta com três contratos administrativos, relacionados aos serviços de comunicação corporativa, apoio para eventos e clipping. No caso do contrato de comunicação corporativa, são disponibilizados três profissionais terceirizados, que dão apoio exclusivamente à ANP, nas coordenações de Imprensa e Rede Sociais; Design e Comunicação Interna; e Sites.

2.3 Públicos de relacionamento

A ANP se relaciona com públicos que afetam ou podem ser afetados por sua atuação como reguladora do setor de petróleo, gás natural e biocombustíveis. Esse relacionamento se dá pelas diferentes unidades organizacionais que compõem a Agência. A SCI atua para que a comunicação da ANP com seus diferentes públicos seja sempre coerente com os objetivos estratégicos da Agência.

De forma resumida, os principais públicos de relacionamento da ANP são:

- **Público interno:** servidores (com ou sem vínculo efetivo, cedidos e requisitados), estagiários e prestadores de serviços terceirizados;
- **Público externo:** agentes regulados e associações que os representam; Poderes Executivos Federal, Estadual e Municipal; Poderes Legislativos Federal, Estadual e Municipal; Poder Judiciário; Ministérios Públicos; órgãos de controle; agências reguladoras federais, estaduais e municipais; demais instituições públicas; academia e institutos de pesquisa; imprensa; ONGs; consumidores de produtos regulados pela Agência; e sociedade em geral.

3. MAPA ESTRATÉGICO DA ANP

O atual Mapa Estratégico da ANP compreende o período 2025-2028 e representa visualmente a estratégia da instituição. O documento apresenta os desafios que a Agência precisa enfrentar para cumprir sua missão e realizar sua visão de futuro, bem como orienta a definição das iniciativas estratégicas – programas, projetos e ações – que serão levados adiante para se alcançarem os objetivos.

A missão da ANP, definida no Mapa Estratégico, é a de " Promover regulação eficiente e transparente, incentivando a inovação, a competitividade, a segurança operacional, a sustentabilidade ambiental, reduzindo barreiras de entrada e custos de transação e promovendo a diversificação da matriz energética em prol da sociedade brasileira". Alinhada a ela, consta também a visão da Agência, que é "Ser reconhecida por promover, de forma transparente, responsiva, eficiente e isonômica, uma regulação que estimule a livre-iniciativa, a inovação, a competitividade e o desenvolvimento sustentável, reduzindo barreiras de entrada e custos de transação, e aprimorando a segurança operacional". Por fim, a ANP apresenta como seus valores: cooperação; integridade; inovação; sustentabilidade; transparência; eficiência; e proatividade.

O Mapa Estratégico da ANP 2025-2028, que se encontra abaixo, na figura 2, traz ainda os objetivos estratégicos da instituição, divididos em três temas: "aprendizado e crescimento"; "processos internos"; e "resultados para a sociedade".



Figura 2. Mapa Estratégico ANP 2025-2028

4. CENÁRIO E DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO

A SCI utiliza, como base principal para a construção do planejamento das ações de comunicação, o Mapa Estratégico da ANP, reproduzido no capítulo anterior, que apresenta missão, visão, valores e objetivos da Agência. São considerados também outros instrumentos de gestão e planejamento, que trazem ações objetivas, como a Agenda Regulatória – ações regulatórias previstas para o período – e o Plano de Gestão Anual – que consolida ações, resultados e metas planejados pela instituição para o ano em questão.

É observado também, no planejamento da comunicação, o cenário sociopolítico e econômico envolvendo o setor regulado pela Agência e o país como um todo.

Outros vetores utilizados são os indicadores de desempenho das ações realizadas no ano anterior, que passam por uma análise crítica para verificar quais ações obtiveram os resultados esperados e quais precisam ser readequadas para o ano seguinte.

São utilizadas ainda, como base para o planejamento, as demandas das demais áreas da ANP que envolvem ações de comunicação.

A seguir serão apresentadas essas premissas e, na sessão seguinte, o planejamento das ações para 2025.

4.1 Cenário

Em 2025, são esperados desafios para a ANP relacionados ao cenário sociopolítico e econômico atual do país e do mundo. Um dos principais aspectos é a transição energética, em especial em um ano em que será realizada, no Brasil, a Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas (COP30).

Assim, um dos desafios da Comunicação será mostrar o posicionamento e as medidas da ANP relativas à transição energética, mostrando que o trabalho da Agência vai além da regulação do petróleo e os combustíveis fósseis.

Um aspecto importante nesse contexto é que, em 2024, a Agência recebeu as atribuições legais de regular o hidrogênio de baixa emissão de carbono – pela Lei nº 14.948/2024 – e as atividades de captura e armazenamento de carbono (CCS, na sigla em inglês) – pela Lei nº 14.993/2024, a chamada Lei do Combustível do Futuro. Elas se somam às responsabilidades anteriores de regulação dos biocombustíveis e de operacionalização do RenovaBio (Política Nacional dos Biocombustíveis). Além disso, a Lei do Combustível do Futuro também previu aumento do mandato de biocombustíveis em combustíveis fósseis, bem como incentivos aos combustíveis sustentáveis de aviação e ao diesel verde, produtos regulados pela Agência. Outra novidade foi a Lei nº 15.082/2024, que alterou regras relativas ao RenovaBio.

Mesmo antes das novas atribuições legais, a ANP já vinha se destacando, nos últimos anos, por seu papel na transição energética, considerando o contexto mundial de busca da transição para uma economia de baixo carbono. Para isso, vem incentivando investimentos de pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I) em projetos ligados à transição energética, eficiência energética e questões ambientais. Esse incentivo se dá por meio dos recursos regulados pela Agência oriundos da Cláusula de PD&I, presente nos contratos de exploração e produção de petróleo e gás (E&P), segundo a qual uma porcentagem do rendimento de campos de grande produção deve ser investida em projetos de PD&I.

Além das novas atribuições relacionadas à transição energética, também foi publicado, no ano passado, o Decreto nº 12.153/2024, que atribui à ANP novas competências na regulação do

mercado de gás natural. O decreto é resultado do Programa "Gás para Empregar" e altera o Decreto nº 10.712/2021, que, por sua vez, regulou a Nova Lei do Gás (Lei nº 14.134/2021).

O contexto de transição e as novas competências legais trazem desafios regulatórios para a ANP como um todo, mas, também, desafios relacionados à Comunicação. Entre eles, o de explicar, interna e externamente, de forma acessível, o que significam essas novas atividades sob a responsabilidade da Agência. Está prevista para 2025 a publicação da Agenda Regulatória da ANP para o período 2025-2026, que refletirá essa nova realidade. Essa Agenda passou, pela primeira vez, por consulta pública em 2024, para que reflita, ainda mais, as necessidades do mercado regulado e da sociedade como um todo.

Outros assuntos, além das novas questões regulatórias, podem ser apontados como destaques para a Comunicação da ANP em 2025. Entre eles, encontram-se: Dia do Consumidor (15 de março), que exige a elaboração de novas ações de comunicação a cada ano; novos ciclos da Oferta Permanente (principal modalidade atual de licitação de áreas para exploração e produção de petróleo e gás natural); nova fase do Programa de Formação em Recursos Humanos da ANP (PRH-ANP); continuidade do NAVE – Programa ANP de Empreendedorismo, lançado em 2024; entre outros.

Haverá ainda o trabalho de comunicar, interna e externamente, sobre o novo modelo de governança da ANP, que teve início em 2024 e cuja implementação se dará ao longo de 2025. O projeto tem início com a desvinculação das áreas técnicas (finalísticas) a Diretorias específicas, passando a estarem ligadas à Diretoria Colegiada como um todo. E evoluirá, em seguida, para uma reestruturação interna das áreas da Agência.

Por fim, esse cenário de aumento de atribuições, novos programas da ANP e temas a serem divulgados vem acompanhado de restrições orçamentárias. Em 2024, a Agência sofreu um grande corte orçamentário – para se ter dimensão, a autorização para despesas discricionárias caiu de R\$ 749 milhões em 2013 (valor corrigido pela inflação) para 134 milhões em 2024 (-82%). E a previsão é que, para 2025, as restrições se mantenham. Isso restringe a possibilidade de ações de comunicação, como eventos, peças gráficas, entre outras.

À questão orçamentária, soma-se também a restrição de recursos humanos, considerando que a Agência se encontra desde 2015 sem a realização de concursos (desde 2012, se considerarmos cargos de nível superior), o que impossibilita a reposição de força de trabalho.

Esse contexto indica que, em 2025, haverá muitos desafios de Comunicação. Ao longo do ano, a SCI pretende dar continuidade ao seu trabalho de informar a sociedade e dar transparência às ações e serviços da ANP, com foco no interesse público, por meio de seus canais oficiais, internos e externos, do relacionamento com a imprensa. Diante do cenário descrito, serão buscados sempre os melhores resultados considerando recursos já existentes, humanos e orçamentários, para que a comunicação seja sempre um fator de aumento da transparência das ações da Agência, em sintonia com o Mapa Estratégico da instituição.

4.2 Indicadores de desempenho e diagnóstico

A SCI utiliza indicadores de desempenho para identificar as ações que obtiveram resultados positivos e as que precisam ser readequadas e mantidas no ano seguinte. Os indicadores elaborados a partir das ações de 2024 estão listados abaixo.

É importante destacar que há redução entre as ações planejadas para 2024, no Plano de Comunicação publicado no início do ano passado, em relação às efetivamente realizadas, em função do corte orçamentário sofrido pela Agência, conforme descrito na seção 4.1. A redução de verbas levou a uma grande diminuição, em especial, no total de eventos realizados.

Além disso, não houve ciclos da Oferta Permanente em 2024 – cujas sessões públicas se caracterizam como os maiores eventos realizados pela Agência – pelo fato de os editais de licitação encontrarem-se suspensos, ao longo do ano, para aprimoramentos nas normas e nas áreas oferecidas.

4.2.1 Imprensa

Um dos indicadores são os comunicados à imprensa produzidos e publicados no site da ANP, também enviados diretamente aos jornalistas. Entre janeiro e dezembro de 2024, foi divulgado um total de 337 releases e atendidas 885 demandas da imprensa, como pedidos de informações, solicitações de entrevistas e esclarecimentos de dúvidas.

Esse trabalho resultou em um número expressivo de matérias na imprensa com menção à ANP em 2024: 58.715. A grande maioria delas (79,4%) de teor positivo e apenas 0,3 de teor negativo (os 20,3% restantes foram neutros). Houve um grande aumento das menções com relação a 2023 (quando foram 10.997), devido à alteração das ferramentas utilizadas no monitoramento e captura de matérias. Além do clipping contratado, em 2024 a ANP passou a contar com a ferramenta da

agência de comunicação licitada, que monitora um número maior de veículos online. Os contratos estão detalhados na seção 5.2.15.

Na avaliação da SCI, esses resultados demonstram sucesso do trabalho de relacionamento com a imprensa, tanto nas divulgações quanto nas ações reativas, ou seja, de resposta a demandas recebidas. Indicam, assim, que as ações devem ser mantidas nos mesmos padrões de 2024: transparência na comunicação dos assuntos relativos à ANP, em especial naqueles com potencial para geração de crises ou para atingir a imagem da Agência; e respostas rápidas, claras, objetivas e corretas aos jornalistas.

Tabela 1. Matérias na imprensa com menções à ANP em 2024			
Nº de matérias positivas	Nº de matérias neutras	Nº de matérias negativas	Total de matérias
46.612	11.944	159	58.715

Fonte: In.Pacto Comunicação

4.2.2 Site da ANP

O Site da ANP na internet tem o objetivo de dar transparência às ações da Agência, incluindo a divulgação de dados, legislação, documentos e demais informações sobre o setor de petróleo, gás natural e biocombustíveis.

O número de acessos ao Site da ANP é utilizado como indicador de desempenho e permite medir o resultado das ações voltadas a melhorar o conteúdo e a navegabilidade, bem como das ações de divulgação para estimular o acesso dos agentes regulados e da sociedade em geral.

Em 2024, o Site da ANP teve 4,5 milhões de visualizações, realizadas por 804,9 mil usuários únicos. Os usuários únicos representam, de modo geral, o número de pessoas que visitaram as páginas do Site. Contudo, são contabilizados a partir dos “números IPs”, ou seja, registros dos dispositivos utilizados (assim, se uma mesma pessoa acessar o site de dois dispositivos diferentes, será contabilizada duas vezes). Destaca-se ainda o número mínimo de 55.984 usuários recorrentes (ou seja, que visitam o site com frequência).

No ano de 2024, foram publicadas 121 novas páginas, sendo que o Site inteiro já soma 5,2 mil páginas, que são mantidas e atualizadas pela SCI.

Na avaliação da SCI, o expressivo número de acessos demonstra a qualidade do conteúdo do Site. E destaca que a estrutura e a navegação estão em processo de aprimoramento para facilitar a busca e o acesso às informações.

Está em curso um trabalho de revisão e edição do conteúdo, o que envolve aprimorar a linguagem utilizada no Site da ANP, tornando os textos mais acessíveis à sociedade, mas sem perder a característica técnica. Para tanto, considera-se o Design System do Governo Federal (GOV.BR), as diretrizes de UX Writing, a Linguagem Simples e Inclusiva, bem como as diretrizes de acessibilidade.

4.2.3 Redes sociais

A ANP possui perfis institucionais no Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram e YouTube. Em agosto de 2024, foi ainda criada a Showcase do NAVE – Programa de Empreendedorismo da ANP, ligada ao perfil da Agência no LinkedIn. “Páginas Showcase” são extensões de uma página do LinkedIn, criadas para destacar marcas ou iniciativas individuais, por exemplo. Neste caso, foi avaliado que seria relevante esse destaque para o novo programa da ANP destinado a startups.

Os perfis da ANP nas redes sociais são utilizados para a disseminação de informações sobre a Agência, regras do setor, orientações aos agentes econômicos e consumidores e divulgação de campanhas e materiais didáticos. A SCI também faz a moderação de comentários e responde às perguntas dos seguidores.

Os perfis institucionais da ANP fecharam o ano de 2024 com 93.747 seguidores no LinkedIn; 53.828 no X; 37.381 no Facebook; 24.767 no Instagram; e 1.490 na nova Showcase do NAVE.

Ao longo do ano, a ANP fez 2.169 publicações nessas redes, conforme detalhamento abaixo:

Tabela 2. Quantidade de posts nos perfis da ANP nas redes sociais em 2024					
LinkedIn	X*	Facebook	Instagram	Showcase NAVE	Total
476	829	360	476	28	2.169

**São contabilizadas separadamente as postagens em sequência de dois ou mais posts no X*

Fonte: Elaboração própria

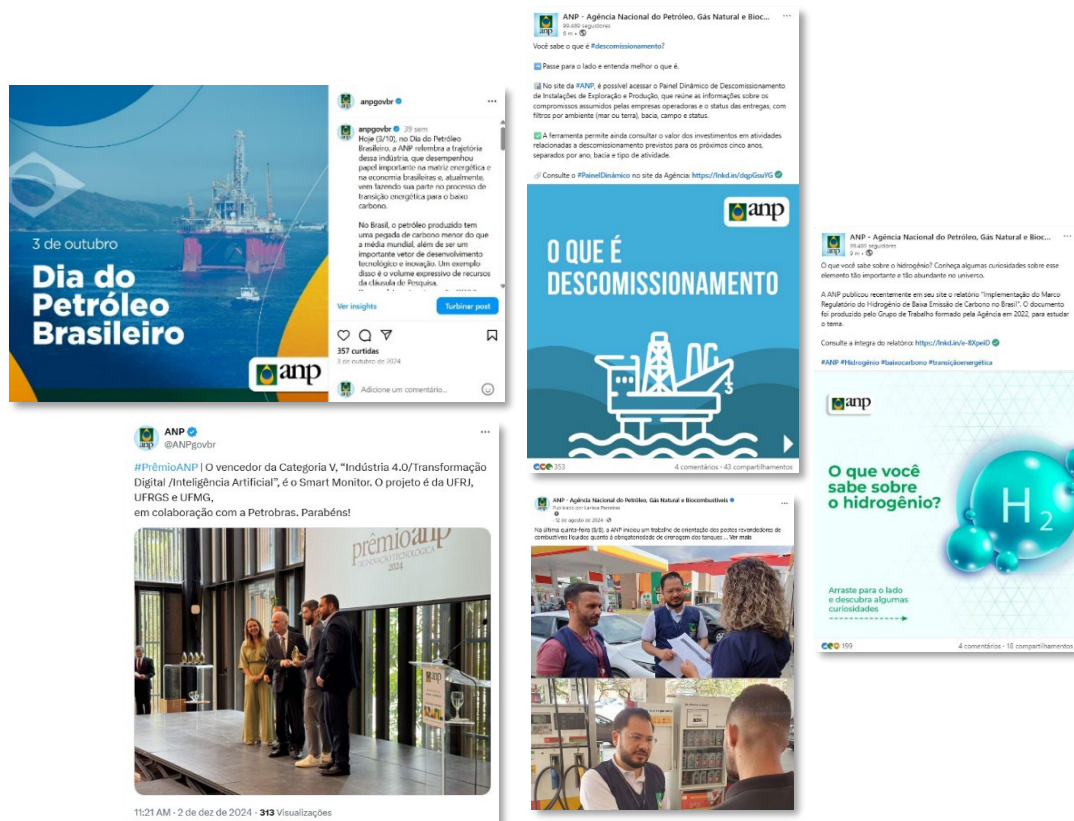


Figura 3. Exemplos de posts nas redes sociais em 2024

Por meio das redes sociais, também é possível medir o sentimento da sociedade relação à ANP, a partir do monitoramento das menções à Agência em postagens de terceiros. Em 2024, foram identificadas 11.497 postagens mencionando a ANP, que atingiram mais de 35 milhões de usuários. O sentimento nessas publicações foi majoritariamente positivo, com 5.351 menções, contra 2.605 neutras e 3.541 negativas, como mostra o gráfico abaixo:

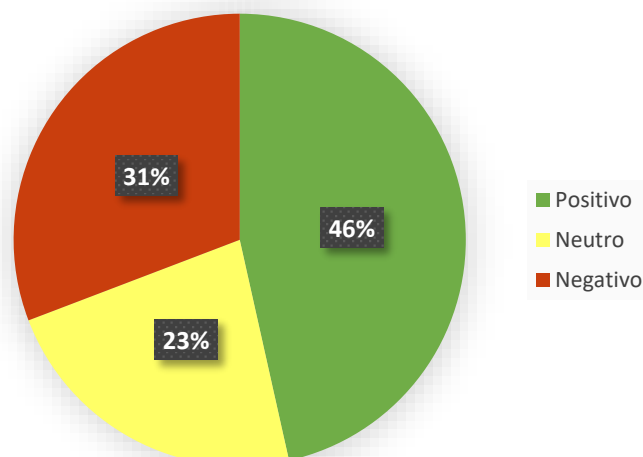


Figura 4. Gráfico de sentimento em relação à ANP nas redes sociais – 2024. **Fonte:** In.Pacto Comunicação

A ANP não conta com orçamento para publicidade ou impulsionamento de posts nas redes sociais. Assim, os resultados alcançados são fruto de divulgação orgânica, a partir de um planejamento que visa ao melhor aproveitamento possível dos algoritmos de cada plataforma, levando em consideração as particularidades dos públicos de cada rede. O aumento no número de seguidores nas redes sociais proprietárias, bem como o sentimento majoritariamente positivo demonstram a assertividade dessa estratégia, que será aprimorada em 2025.

Em 2024, além da divulgação das atividades da ANP de regulação e fiscalização do mercado regulado, foram elaboradas campanhas sobre outros temas. Destacam-se: Mês do Consumidor 2024; Dia Internacional da Mulher (que teve a publicação de quatro vídeos com participação de servidoras e colaboradoras da Agência); 25 anos do Programa de Formação em Recursos Humanos da ANP (PRH-ANP); lançamento do NAVE – Programa de empreendedorismo da ANP (inclusive com a criação de uma “showcase” no LinkedIn); orientações aos consumidores sobre o mercado de combustíveis; séries didáticas sobre os assuntos regulados pela ANP; e adesão a campanhas de conscientização da população, como Agosto Lilás e Outubro Rosa.

4.2.4 Eventos da ANP

Outro indicador das atividades realizadas pela SCI são os eventos, que visam aproximar a ANP não só dos agentes regulados, mas de toda a sociedade. Em 2024, foram executados 77 eventos, a grande maioria virtuais ou híbridos, por sua capacidade de democratizar o acesso a workshops, audiências públicas e outras iniciativas da Agência.

Tabela 3. Eventos realizados pela SCI em 2024	
Tipo de evento	Quantidade
Workshops, seminários e palestras	40
Audiências públicas	9
Prêmio ANP de Inovação Tecnológica	1
Reuniões da Diretoria Colegiada*	25
Participação em feira com estande	2
Total	77

**As reuniões da Diretoria Colegiada da ANP são tratadas aqui como eventos porque são transmitidas ao vivo, o que traz um caráter público aos encontros. A transmissão é realizada pela SCI, assim como ocorre com os demais eventos da ANP.*

Entre os destaques do ano, encontram-se: XII Seminário de Segurança Operacional e Meio Ambiente - SOMA (público de 150 pessoas nos dois dias do evento e mais de 2 mil visualizações das gravações no YouTube); 2º Fórum de Tecnologia e Inovação da ANP (público de 100 pessoas nos três dias do evento e mais de 1,4 mil visualizações das gravações no YouTube); Prêmio ANP de Inovação Tecnológica 2024 (200 convidados presenciais e 1,4 mil visualizações da transmissão); nove audiências públicas (transmissões somaram 3,3 mil visualizações); e 25 Reuniões de Diretoria (transmissões somaram mais de 14,6 mil visualizações).

Os dados de participação e visibilidade dos eventos promovidos pela ANP são um indicador do alcance do objetivo da Agência de se aproximar de seus públicos, trocar informações e experiências com outros órgãos públicos, mercado regulado e sociedade, e ser fonte de dados e conhecimento sobre o setor de petróleo, gás e biocombustíveis.



Figura 5. Eventos presenciais, híbridos e virtuais realizados pela ANP em 2024

4.2.5 Relações institucionais

Em 2024, foram realizadas ações de intercâmbio com oito países. O plano de trabalho do acordo com a ANPG (Agência Nacional de Petróleo, Gás e Biocombustíveis), órgão regulador de Angola, foi executado conforme planejado, e foi finalizada a minuta de um Protocolo de Intenções com a ANP de São Tomé e Príncipe, a ser assinado por ambas as instituições em 2025.

Foram realizadas reuniões presenciais e virtuais com representantes de órgãos de governo e empresas dos seguintes países: Canadá, França, Moçambique, China, Guiana e Índia, sobre temas afins ao setor regulado pela ANP. Em 2024, a colaboração com a CRE (Commission de Régulation de l'Énergie), órgão regulador da França, marcou o primeiro intercâmbio com instituições para benchmarking acerca do hidrogênio.

Também faz parte das ações de relações institucionais da ANP a presença em eventos promovidos por terceiros. Em 2024, a Agência participou, por meio de apoio institucional ou presença de dirigentes como palestrantes, de 27 eventos nacionais do setor regulado de alta relevância, como: ROG.e 2024, 37º Congresso da AIGLP (Associação Iberoamericana de Gas Liquefeito de Petróleo), Rio Innovation Week, 9ª Edição do Anuário do Petróleo no Rio 2024 – Firjan, 51º Congresso Brasileiro de Geologia, Gas Week, XVI Encontro de Revendedores de Combustíveis do Nordeste, entre outros.

A ANP realizou também seis missões ao exterior: Cera Week (EUA); Offshore Technology Conference (OTC) Houston (EUA); Global Energy Show (Canadá), Hyvolution Paris (França); 2nd Annual Lisbon Energy Summit & Exhibition (Portugal); e ARPEL Regional Conference Cartagena (Colômbia). Nessas missões, houve 23 reuniões com operadoras de petróleo e gás natural, órgãos reguladores e outras instituições para promover as oportunidades de investimento no Brasil, realizar benchmarking sobre melhores práticas do setor e reforçar cooperação institucional.

Foi ainda efetivada a celebração do novo acordo de cooperação com a Apex Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), cuja finalidade é promover a atração de investimentos privados para os setores de petróleo, gás natural, biocombustíveis, hidrogênio e transição energética.

As trocas com outras instituições e países, seja na figura de órgãos reguladores de energia, outras entidades governamentais ou empresas, demonstra a relevância da ANP nos cenários nacional e internacional. Assim, os dados sobre relações institucionais, reuniões e participação em eventos se caracterizam como importantes indicadores para o planejamento das ações de comunicação.



Figura 6. Algumas missões internacionais realizadas em 2024

4.2.6 Comunicação interna

Em 2024, as ações de Comunicação Interna desempenharam papel essencial na promoção da transparência das decisões da Diretoria, especialmente no que se refere ao projeto do Novo Modelo de Governança da Agência e ao Planejamento Estratégico Institucional 2025-2028. As iniciativas da área também foram decisivas na divulgação contínua das atividades regulatórias das diversas unidades organizacionais, bem como na comunicação da participação da ANP nos principais eventos dos setores regulados, com ênfase nos temas de transição energética e inovação.

Entre os assuntos divulgados ao longo do ano, destacaram-se o lançamento do Novo Programa de Gestão do Desempenho (Novo PGD) e as ações voltadas à temática da diversidade. Nesse contexto, foi lançada, em parceria com a Superintendência de Gestão de Pessoas e do

Conhecimento (SGP), a campanha Momento BEN Diverso, com a proposta de disseminar quinzenalmente conteúdos educativos sobre diversidade, equidade e inclusão. Ainda nessa frente, a Comunicação Interna apoiou a divulgação do movimento Sim, Elas Existem – ANP, iniciativa de servidoras da Agência voltada à promoção da equidade de gênero na ocupação de cargos de liderança.

Outras campanhas de relevância em 2024 incluíram o Mês do Profissional do Serviço Público e o Concurso Interno Inova ANP, ambas voltadas à valorização do trabalho e ao estímulo à inovação entre servidores e colaboradores da Agência

Em 2024, os comunicados por e-mail e a newsletter interna Destaques da Semana continuaram como principais canais de comunicação interna. No ano, foram enviados 228 e-mails informativos, incluindo cerca de 40 ações e campanhas, além de 48 edições da newsletter interna, Destaques da Semana.



Figura 7. Comunicados enviados por e-mail em 2024

Quanto à Intranet, foram publicadas 524 páginas ao longo do ano, incluindo notícias (a grande maioria), atualização e criação de páginas fixas com conteúdo voltado para os servidores. Foi recebida uma média de 37.100 visitas por mês, um incremento de 13,5% em relação à média de 2023. As visitas foram feitas por, em média, 1.076 usuários únicos por mês, 2,5% a mais que no ano anterior. Esse aumento indica que a estratégia utilizada apresentou resultados positivos, devendo ser mantida e aprimorada em 2025.



Figura 8. Trechos de páginas da Intranet e da newsletter interna

5. PLANEJAMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO 2025

Conforme já abordado, a SCI utiliza, como base para a construção do planejamento de comunicação da ANP, o Mapa Estratégico da Agência, indicadores de desempenho do ano anterior, que permitem a elaboração de um diagnóstico da situação atual; cenário sociopolítico e econômico; e demandas das demais áreas da ANP que envolvem ações de comunicação.

As três primeiras diretrizes foram apresentadas nas seções 3 e 4. Nesta seção, serão apresentadas as atividades previstas para 2025 pelas demais áreas da ANP (5.1) e as ações planejadas pela SCI para o ano (5.2).

5.1 Atividades previstas pelas áreas da ANP em 2025

Ao final de cada ano, a SCI consulta todas as áreas da ANP em relação às demandas previstas para o ano seguinte, com o objetivo de subsidiar o planejamento de comunicação. Para 2025, foram

indicadas cerca de 530 ações pelas demais áreas, contemplando principalmente eventos, missões ao exterior, acordos de cooperação, publicações e ações de divulgação interna e externa.

É importante ressaltar que se trata de uma estimativa, uma vez que fatores econômicos, operacionais ou decisórios podem impactar na realização ou não das demandas previstas.

5.2 Ações planejadas

Seguindo as diretrizes já informadas anteriormente, a SCI planejou uma série de ações de comunicação, descritas a seguir.

5.2.1 Mês do Consumidor 2025*

Anualmente, a ANP realiza, durante o mês de março, uma programação especial, pelo Dia do Consumidor, que é comemorado no dia 15 desse mês. Para 2025, estão previstas:

- Divulgação da operação ações especial de fiscalização;
- Divulgação de vídeos, cards e informações, nas redes sociais, com conteúdos voltados ao consumidor, tais como orientações para a compra de combustíveis, gás de cozinha e lubrificantes, dicas sobre direitos ao abastecer e esclarecimentos sobre o trabalho da Agência para a garantia do fornecimento de combustíveis de qualidade à população;
- Divulgação do Boletim Fiscalização do Abastecimento em Notícias, a ser lançado no mês, com a consolidação dos resultados das ações de fiscalização da ANP em 2024;
- Produção e divulgação do quarto episódio do Videocast ANP, com especialistas da Agência esclarecendo sobre mitos e verdades do mercado de abastecimento;
- Criação da página especial “Mês do Consumidor 2024”, no site da ANP, com os novos materiais produzidos ao longo do mês de março.

* AÇÕES REALIZADAS ATÉ 15 DE AGOSTO DE 2025

- *Divulgações relativas ao Mês do Consumidor 2025*

5.2.2 Vídeo institucional

A SCI planeja, para 2025, a elaboração de um vídeo institucional da ANP, que tem como objetivo apresentar a Agência, suas atribuições e estrutura à sociedade. Além de ficar disponível no Site e ser divulgado em redes sociais, a intenção é que a peça seja apresentada também nos eventos

realizados pela ANP. A ação estava inicialmente prevista para 2024, mas não pode ser realizada devido ao corte orçamentário mencionado na seção 4.1.

5.2.3 Videocast ANP

Também estão previstos para 2025 três novos episódios do Videocast ANP. O quarto episódio* está programado para março, com tema relacionado ao Mês do Consumidor, conforme mencionado na seção 5.2.1. Os demais temas serão escolhidos pela SCI de forma a divulgar ações da Agência de interesse para a sociedade.

Será mantido o formato, bem como o tom didático e, ao mesmo tempo, leve, adotado nas edições anteriores. Os episódios são inteiramente produzidos pela equipe da SCI, o que inclui a seleção do tema e dos convidados, pesquisa e criação do roteiro, a contratação do estúdio, a gravação, a edição e a divulgação.

* AÇÕES REALIZADAS ATÉ 15 DE AGOSTO DE 2025

- 4º episódio do Videocast ANP (tema relacionado ao Mês do Consumidor)

5.2.4 Eventos da ANP

No ano de 2025, estima-se a promoção, pela ANP, de aproximadamente 140 eventos internos e externos, em sua maioria, virtuais. Os principais serão:

- **Rodadas de licitações:*** são sessões públicas em que os blocos para exploração e produção de petróleo e gás são oferecidos em leilão para empresas interessadas. Atualmente, a principal modalidade de licitação é a Oferta Permanente, realizada em ciclos. Para que ocorra um ciclo, é necessário haver declarações de interesse de empresas nas áreas em oferta. Em 2025, estima-se a realização de pelo menos duas sessões públicas, uma para o regime de concessão e outra para o regime de partilha.
- **Prêmio ANP de Inovação Tecnológica:** a cerimônia tem como objetivo reconhecer e premiar projetos que utilizem recursos da Cláusula de PD&I, divididos entre várias categorias, além de personalidades do setor e da academia que tenham se destacado no ano. A previsão é de que a edição 2025 seja realizada no final do ano.
- **Audiências públicas:*** estão previstas 24 audiências públicas, virtuais ou híbridas, que fazem parte do processo de participação social nas decisões da ANP. Nas audiências, são apresentadas e debatidas com o público interessado novas regulamentações ou alterações nas vigentes, além de outras iniciativas da Agência.

- **Seminários, palestras e workshops:*** são eventos em que temas técnicos ou institucionais são discutidos com os participantes, entre especialistas, entidades de classes, instituições públicas, agentes regulados, servidores da ANP e/ou público em geral. Estão previstos 94 desses eventos em 2025.
- **Reuniões da Diretoria Colegiada:*** está prevista a realização de 24 reuniões da Diretoria Colegiada da ANP ao longo de 2025. Para conferir transparência às decisões, as reuniões são transmitidas ao vivo, no canal da ANP no YouTube, com infraestrutura semelhante à utilizada nas audiências públicas virtuais e híbridas, e amplamente divulgadas.

*** AÇÕES REALIZADAS ATÉ 15 DE AGOSTO DE 2025**

- *Sessão pública de apresentação de ofertas do 5º Ciclo da Oferta Permanente de Concessão*
- *Cinco audiências públicas das previstas para o ano*
- *20 seminários, palestras ou workshops*
- *13 reuniões de Diretoria Colegiada*

5.2.5 Participação em eventos externos e relações institucionais

Em 2025, está prevista a participação da ANP com apoio institucional* ou presença de dirigentes em cerca de 25 eventos nacionais realizados por terceiros, incluindo congressos, feiras e workshops, entre outros.

Estima-se também a participação em seis missões internacionais* relativas a eventos do setor regulado, entre as quais destacam-se: Cera Week (EUA); Offshore Technology Conference (OTC) Houston (EUA); Hyvolution (França); Adipecc (Emirados Árabes Unidos); e Gastech (Itália).

As ações de relações institucionais também envolverão o intercâmbio com outros países e acordos de cooperação. Para 2025, está programada a conclusão do Protocolo de Intenções com a ANP-STP, reguladora do setor de óleo e gás de São Tomé e Príncipe.

A ANP tem como previsão receber, no ano, cerca de quatro delegações estrangeiras* no Brasil, com interesse principalmente em biocombustíveis e transição energética.

*** AÇÕES REALIZADAS ATÉ 15 DE AGOSTO DE 2025**

- *31 apoios institucionais concedidos*
- *Participações em missões: congressos internacionais Hyvolution (janeiro) e CeraWeek (março)*
- *Delegações estrangeiras recebidas pela ANP: França (IFP Energies nouvelles - IFPEN), Inglaterra (Air BP), China (Tus Energy e Tsinghua University), e África (African Energy Chamber – virtual).*

5.2.6 Imprensa

Em 2025, será dada continuidade ao aprimoramento dos materiais de divulgação à imprensa sobre as atividades da ANP.

Terão destaque, na elaboração desses materiais, conteúdos sobre a Oferta Permanente*, uma vez que há previsão de realização de pelo menos dois ciclos no ano, um no regime de concessão e outro, no de partilha da produção. Será necessário esclarecer à imprensa como funciona a Oferta Permanente, as diferenças entre os dois regimes, divulgar as etapas das licitações e seus resultados.

Há ainda previsão de aumento das demandas de imprensa* a serem respondidas em 2025, na comparação com 2024, bem como do número de releases a serem divulgados. Isso se deve à estimativa da realização dos leilões da Oferta Permanente e a outros desafios que foram apontados na seção 4.1 (Cenário), como as novas atribuições regulatórias recebidas pela ANP relativas à transição energética, em especial a regulação do hidrogênio e do CCS, e às alterações no modelo de governança da Agência.

* AÇÕES REALIZADAS ATÉ 15 DE AGOSTO DE 2025

- *Divulgações sobre o 5º Ciclo da Oferta Permanente de Concessão*
- *696 pedidos de imprensa tratados e/ou respondidos*
- *251 releases divulgados*

5.2.7 Treinamentos sobre comunicação para o público interno

No ano de 2025, a SCI também prevê ministrar treinamentos ao público interno. O objetivo é aprimorar os fluxos de trabalho entre a SCI e as demais áreas, para: apuração de informações para releases e respostas à imprensa; organização de eventos; revisão e programação visual de publicações; divulgações de comunicação interna; publicações no Site; demandas de relações institucionais; e outras ações que se façam necessárias.

5.2.8 Newsletters

Para 2025, está prevista continuidade das newsletters externa (Notícias da Semana*) e interna (Destaques da Semana*).

Considerando a periodicidade das newsletters, que são semanais, a previsão é que sejam enviadas cerca de 50 edições de cada ao longo do ano.

*** AÇÕES REALIZADAS ATÉ 15 DE AGOSTO DE 2025**

- *Newsletter externa (Notícias da Semana) enviada semanalmente*
- *Newsletter interna (Destaques da Semana) enviada semanalmente*

5.2.9 Redes sociais

A SCI tem buscado, cada vez mais, investir em conteúdos exclusivos para redes sociais, além das divulgações factuais das ações realizadas pela ANP. O objetivo é esclarecer à população, de forma didática, aspectos do setor regulado e da atuação da Agência.

Nesse sentido, em 2025, a ANP vai continuar trabalhando para ampliar sua presença nessas redes. A intenção é utilizar cada vez mais recursos que proporcionem maior engajamento com os usuários, permitindo a transmissão das mensagens de forma didática, clara e atrativa.

Devido à receptividade, no LinkedIn, de posts sobre temas técnicos, está prevista a utilização dos recursos do perfil da ANP na plataforma para o envio de conteúdos em forma de newsletter. É uma forma de aprofundar, entre os assuntos abordados, os que mais despertarem o interesse dos seguidores.

Ainda no LinkedIn, devido à avaliação positiva sobre os resultados da página showcase do programa NAVE (conforme abordado no item 4.2.3), está prevista a criação de outra showcase, esta destinada ao Programa de Formação de Recursos Humanos (PRH-ANP)*, que, em 2025, entra em uma nova fase, com seleção de novos projetos.

Outro projeto previsto para 2025 é a criação de série mensal, com nome ainda a ser definido, que apresentará em vídeos curtos, de cerca de um minuto, os principais temas abordados no último mês. A intenção é mostrar, de forma consolidada, o trabalho da Agência e aproximá-lo da sociedade.

*** AÇÕES REALIZADAS ATÉ 15 DE AGOSTO DE 2025**

- *Página Showcase do PRH-ANP criada no LinkedIn*

5.2.10 Guia de Atuação da ANP nas Redes Sociais

Está planejada para 2025 a elaboração de um guia de atuação da ANP nas redes sociais, para explicar, por exemplo, tipos de assuntos a serem divulgados, responsáveis pela gestão dos perfis institucionais, entre outras diretrizes. O documento estará alinhado com a Política de Segurança da

Informação e Comunicações (Posic), o Mapa Estratégico da ANP e os demais instrumentos de planejamento e gestão da Agência.

5.2.11 Publicações

A SCI é responsável pela elaboração e/ou revisão dos conteúdos, diagramação, produção visual, elaboração de infográficos e ilustrações, e divulgação de publicações da ANP, que, nos últimos anos, têm sido essencialmente digitais.

Para 2025, estão previstos: novas edições do Relatório de Gestão ANP*; Relatório Anual de Exploração; Relatório Anual da Ouvidoria da ANP*; Boletim Trimestral do Mercado de Combustíveis*; Encarte de Consolidação da Produção Anual (publicado junto ao Boletim Mensal da Produção de Petróleo e Gás Natural de dezembro, trazendo os dados anuais)*; e atualização do folheto em inglês sobre “Oportunidades de investimento no setor de óleo e gás no Brasil” e a Oferta Permanente*. A maioria dessas publicações chega à SCI com o conteúdo original produzido pelas áreas internas. As periodicidades dessas publicações variam, podendo ser únicas, mensais, bimestrais, semestrais ou anuais.

Além das publicações recorrentes citadas acima, será lançada um novo material da SFI, o Boletim Anual de Fiscalização 2024.*

* AÇÕES REALIZADAS ATÉ 15 DE AGOSTO DE 2025

- Seis publicações diagramadas ou ajustadas visualmente

5.2.12 Comunicação interna

Em 2025, o principal assunto da comunicação interna deverá ser o projeto do Novo Modelo de Governança e Revisão da Estrutura Interna da Agência,* que já vem sendo realizado desde 2023 e que teve importantes avanços no final de 2024. No primeiro momento, será dado destaque à desvinculação das áreas finalísticas e seus desdobramentos, como a criação das figuras do Diretor-Relator e do Diretor de Referência. Durante todo o ano serão divulgadas as atualizações e novas etapas do projeto, buscando sempre dar transparência e propiciar a participação dos servidores.

Estão previstas ainda campanhas específicas relacionadas aos seguintes temas: Mês da Saúde (SGP);* diversidade, equidade e inclusão;* Plano de Governança em Privacidade - PGP/LGPD;* painéis dinâmicos; ações de integridade e ética;* conscientização sobre Política de Segurança da Informação

e Comunicações (Posic);* divulgação do conteúdo da Intranet,* com incentivo à participação das áreas na divulgação de atividades dos servidores; e divulgação dos serviços do ambulatório disponíveis aos servidores.

Além disso, serão realizadas as atualizações constantes em toda a Intranet,* principalmente na seção “Minha ANP”, onde estão disponíveis as informações de interesse para o dia a dia dos servidores, como as regras e instruções sobre o Programa de Gestão de Desempenho (PGD).*

O uso de descrição acessível de imagem – projeto “Para todos verem”,* que foi premiado internamente com o 3º lugar no concurso Inova ANP, na categoria Inovação Sustentável – seguirá sendo ampliado nos canais de comunicação interna, assim como o incentivo à interação na Intranet, por meio de comentários nas notícias; e ao aumento da valorização dos servidores nas divulgações internas.

*** AÇÕES REALIZADAS ATÉ 15 DE AGOSTO DE 2025**

- 21 ações e campanhas internas executadas
- 156 e-mails informativos enviados
- Média mensal de acessos à Intranet de 51.861
- 360 páginas publicadas na Intranet, além de atualizações, conforme demanda
- Atualização na Intranet sobre o Programa de Gestão de Desempenho (PGD)
- Descrição acessível de imagem nas campanhas internas (projeto “Para todos verem”)

5.2.13 Site da ANP

Em 2025, será mantido o trabalho de atualização constante* do Site principal da ANP (www.gov.br/anp) e da página das Rodadas de Licitações (www.gov.br/anp/pt-br/rodadas-anp), que apresenta conteúdos específicos sobre esses certames. Também será continuada a revisão para adequação do conteúdo do Site à Linguagem Simples e Inclusiva*, bem como melhora da acessibilidade e da navegação, tornando-a mais intuitiva. A SCI vai continuar investindo na curadoria do conteúdo e da arquitetura do Site, canal oficial da ANP.

Estão previstas ainda, para 2025, publicações de novas páginas demandadas pelas demais áreas de Agência, com destaque para os segmentos relacionados à transição energética. Em especial, a previsão de seções sobre Hidrogênio* e sobre CCS* (Captura e Armazenamento de Carbono).

*** AÇÕES REALIZADAS ATÉ 15 DE AGOSTO DE 2025**

- 2,6 milhões de visualizações, por 399.158 usuários ativos e 350.290 novos usuários
- 163.881 usuários recorrentes
- Atualizações no site principal da ANP e da página das Rodadas de Licitações
- Revisão para adequação do conteúdo do Site à Linguagem Simples e Inclusiva
- 78 novas páginas criadas, incluindo Hidrogênio e CCS

5.2.14 Gestão de contratos

A SCI gerencia os contratos de clipping jornalístico, de serviços de comunicação corporativa e de apoio a eventos. Em 2025, será finalizada a prorrogação do contrato da empresa prestadora de apoio aos eventos da ANP, processo iniciado em 2024, a relativa ao contrato de serviços de comunicação corporativa e a celebração de novo contrato do objeto remanescente do clipping, uma vez que a empresa atual informou que irá encerrar suas atividades.

Na tabela abaixo, são apresentados os valores desses contratos para seu período de vigência, ou seja, um ano. É importante destacar que, no caso do contrato de eventos e no de comunicação corporativa, o valor apresentado é o máximo permitido pelos contratos. Os serviços são demandados conforme a necessidade da SCI e obedecem ao planejamento orçamentário da Superintendência e à dotação orçamentária da ANP.

Contratos geridos pela SCI			
Objeto	Empresa licitada	Contrato	Valor do contrato
Organização de eventos	A&C Eventos	Nº 9.039/22	R\$ 4.017.193,78
Comunicação corporativa	In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital SS.	Nº 1.026/2024	R\$ 1.501.130,96
Serviço de clipping	I4 Processamento e Sistemas de Informações Ltda.	Nº 9.030/21	R\$ 104.279,08



anp
Agência Nacional
do Petróleo,
Gás Natural e Biocombustíveis