

ANEXO DESPACHO Nº. , DE DE 2013.  
PLANO ANUAL DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA AGÊNCIA REGULADORA DE  
ÁGUAS, ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO DISTRITO FEDERAL – ADASA  
EXERCÍCIO 2013.

## 1.0 - DA ESTRATÉGIA

A estratégia de comunicação a ser desenvolvida durante o ano de 2013 atenderá as ações, eventos e campanhas publicitárias que priorizarão a divulgação dos serviços e benefícios de interesse da sociedade quanto à regulação e fiscalização dos recursos hídricos, serviços públicos de energia (gás canalizado), e saneamento básico, envolvendo o abastecimento de água, esgotamento sanitário, limpeza e manejo de resíduos sólidos, drenagem e manejo de águas pluviais. A proposta é desenvolver projetos e ações que contribuam para a contínua conscientização da sociedade sobre a importância da preservação do meio ambiente no tocante a recursos hídricos, da racionalização de seu uso e as melhorias orientadas para a sustentabilidade e qualidade da água e dos serviços públicos prestados à população do Distrito Federal. No plano de responsabilidade social, desenvolver ações e divulgar informações ao público, em especial junto a escolas e comunidades, para formar uma consciência de sustentabilidade do meio ambiente relativo às competências da ADASA.

O Plano Anual de Publicidade prevê produções para inserções na mídia de caráter legal, tais como audiências públicas, editais, atos normativos etc., e de realização campanhas específicas de utilidade pública, ou institucional, focadas em necessidades de fortalecer a imagem da ADASA, educativas para criar culturas de bons hábitos e de situações contingenciais, a fim de disseminar informações orientativas à sociedade, bem como a prestação de contas dos atos da Agência.

## 2.0 - TEMAS DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

2.1. CAMPANHA INSTITUCIONAL – reforçar a imagem da ADASA no seu papel de agente regulador junto aos agentes de mercado, governo, atores e usuários de recursos hídricos e dos serviços públicos regulados pela Agência;

2.2. CAMPANHAS DE UTILIDADE PÚBLICA – ações educativas orientadas para o uso racional da água (superficial e subterrânea), recadastramento de usuários dos recursos hídricos, hidrometração individualizada, comitês de bacias, educação sanitária de saneamento básico, eventos comemorativos como o dia mundial da água, lago limpo e outros de apoio ou de interesse da Agência.

## 3.0 - DA PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA

3.1. Programa de Trabalho: 04.131.6006.8505.8703 – Publicidade Institucional da Agência Reguladora de Águas, Energia e Saneamento Básico do Distrito Federal – ADASA. Fontes: 114 e 151. Valor R\$: 1.320.000,00.

3.2. Programa de Trabalho: 04.131.6006.8505.8691 - Publicidade de Utilidade Pública da Agência Reguladora de Águas, Energia e Saneamento Básico Do Distrito Federal – ADASA. Fontes: 114, 150 e 151, Valor R\$: 1.720.000,00.

#### 4.0 – PREVISÃO DE DESPESAS

A previsão orçamentária para os serviços de publicidade no ano de 2013 é de R\$ 3.040.000,00 (três milhões e quarenta mil reais), a serem distribuídos nos programas de trabalhos específicos na seguinte proporção:

##### 4.1 - INSTITUCIONAL

4.2. PRODUÇÃO – criação e elaboração de peças publicitárias (filmes, documentários, material para a internet, spots para rádio, painel, anúncios, busdoor, taxidoor, outdoor, frontlight, banner, faixas, cartazes, folhetos, folders, etc.) para serem utilizados nas campanhas institucionais e de utilidade pública, publicação de livros, monografias, coletâneas de leis, aquisição de material de consumo para elaboração de peças publicitária, de propaganda e promoções. Despesa estimada: 40%.

4.3. VEICULAÇÃO – mídia televisiva, radiofônica, impressa e eletrônica para as campanhas institucionais e de utilidade pública, além da publicidade legal de meio ambiente. Despesa estimada: 40%.

4.4. SERVIÇOS DE TERCEIROS – brindes promocionais, distribuição de peças, ilustrações, expedição de mala direta, desenvolvimento de pesquisa de mercado (produtos, serviços e de opinião), projetos especiais, apoio a eventos, decoração de fachadas, sinalização interna, montagem de estandes, cenários, palcos, arquibancadas, traduções para outros idiomas, e demais serviços. Despesa estimada: 20%.

##### 4.5 - UTILIDADE PÚBLICA

4.6. PRODUÇÃO – criação e elaboração de peças publicitárias (filmes, documentários, material para a internet, spots para rádio, painel, anúncios, busdoor, taxidoor, outdoor, frontlight, banner, faixas, cartazes, folhetos, folders, etc.) para serem utilizados nas campanhas institucionais e de utilidade pública, publicação de livros, monografias, coletâneas de leis, aquisição de material de consumo para elaboração de peças publicitária, de propaganda e promoções. Despesa estimada: 60%.

4.7. VEICULAÇÃO – mídia televisiva, radiofônica, impressa e eletrônica para as campanhas institucionais e de utilidade pública, além da publicidade legal de meio ambiente. Despesa estimada: 20%.

4.8. SERVIÇOS DE TERCEIROS – brindes promocionais, distribuição de peças, ilustrações, expedição de mala direta, desenvolvimento de pesquisa de mercado (produtos, serviços e de opinião), projetos especiais, apoio a eventos, decoração de fachadas, sinalização interna, montagem de estandes, cenários, palcos, arquibancadas, traduções para outros idiomas, e demais serviços. Despesa estimada: 20%.

**CARLOS PINHEIRO DOS SANTOS BASTOS NETO**  
**Coordenador da Comissão de Execução do Contrato**