

ANEXO DESPACHO Nº 11, DE 26 DE JANEIRO 2015  
PLANO ANUAL DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA AGÊNCIA REGULADORA DE  
ÁGUAS, ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO DISTRITO FEDERAL – ADASA  
EXERCÍCIO 2015

## 1.0 - DA ESTRATÉGIA

A estratégia de comunicação a ser desenvolvida durante o ano de 2015 atenderá as ações, eventos e campanhas publicitárias que priorizarão a divulgação dos serviços com benefícios de interesse da sociedade, enfocando 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 ações que contribuam para a contínua conscientização da sociedade sobre a importância da preservação e sustentabilidade do meio ambiente no tocante a recursos hídricos, da racionalização de seu uso e as melhorias orientadas para a qualidade da água e dos serviços públicos prestados à população do Distrito Federal. No plano de responsabilidade social, desenvolver ações informativas e educativas, 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 inserções na mídia de caráter legal, tais como audiências públicas, editais, atos normativos etc., e de realização de campanhas específicas de utilidade pública, ou institucional, focadas no fortalecimento da imagem da ADASA e nas demandas de serviços, tanto em situações normais como em períodos críticos, a fim de disseminar informações, divulgar planos e ações orientativas à sociedade, bem como a prestação de contas dos atos da Agência e pesquisas dos resultados das ações de publicidade. O Plano também contempla a participação da ADASA em eventos promovidos por organismos nacionais e internacionais vinculadas às competências da ADASA.

## 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 e divulgar ações e projetos para a sustentabilidade dos recursos hídricos, energia, saneamento básico e do meio ambiente; além de participação em eventos temáticos programados por entidades associativas pertinentes à responsabilidades e competências da ADASA.

2.2. CAMPANHAS DE UTILIDADE PÚBLICA– ações informativas e educativas orientadas para recursos hídricos, em especial para o uso racional da água (superficial e subterrânea), cadastramento de usuários dos recursos hídricos, hidrometração individualizada, Comitês e Agências de Bacias, educação sanitária vinculado ao saneamento básico, modicidade tarifária, projetos especiais para promover ações sociais em escolas e comunidade, eventos comemorativos como o Dia Mundial da Água, Lago Limpo e outros de interesse ou de apoio 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. Fonte: 151. Valor R\$ 1.850.000,00;

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: 150, Valor R\$: 1.450.000,00.

#### 4.0 – PREVISÃO DE DESPESAS

A previsão orçamentária para os serviços de publicidade no ano de 2015 é de R\$ 3.300.000,00 (três milhões e trezentos mil reais), a serem distribuídos da 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, utilidade pública e em eventos. Despesa estimada: 50%.

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

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, stands, decoração de fachadas, sinalização interna, montagem de estandes, cenários, palcos, arquibancadas, traduções para outros idiomas, e demais serviços. Despesa estimada: 30%.

##### 4.5 - UTILIDADE PÚBLICA

4.6. PRODUÇÃO – criação e elaboração de peças publicitárias (filmes, documentários, cartilhas, livros, 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. Despesa estimada: 50%.

4.7. VEICULAÇÃO – mídia televisiva, radiofônica, impressa e eletrônica para as campanhas institucionais e de utilidade pública, além da publicidade legal. 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: 30%.

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