



PRÊMIO UNIVERSITÁRIO  
**ABERJE**

8ª EDIÇÃO - 2017  
DESAFIO SABESP



## DESAFIO SABES

### 8ª EDIÇÃO DO PRÊMIO UNIVERSITÁRIO ABERJE

O Prêmio Universitário Aberje chega a seu sétimo ano propondo um tema bastante atual para o trabalho dos estudantes universitários. Nesta edição, vocês devem conceber um projeto de comunicação que tem como tema a água, usando uma grande variedade de informações, muita criatividade e capacidade de utilização da linguagem. Estudantes de graduação de todo o Brasil podem participar montando equipes que precisam ter no mínimo dois e no máximo cinco pessoas, com pelo menos um aluno de cursos de comunicação. O grupo que produzir o projeto mais adequado ao desafio será premiado com 10 mil reais. O segundo lugar leva cinco mil reais e o terceiro três mil reais. Mãos à obra!

#### **O conceito**

O custo da água e seu real valor para toda a sociedade.

#### **A disponibilidade de água**

Todos sabem que a água é um recurso natural importantíssimo e finito. No entanto, estamos tão acostumados a contar com a água jorrando todas as vezes que abrimos as torneiras, que normalmente damos pouco valor a esse líquido fundamental para a vida no nosso planeta. No entanto, segundo dados do Ministério do Meio Ambiente (MMA), menos de 3% da água da Terra é doce e quase dois terços dessa (68,9%) encontram-se congeladas. Além disso, boa parte dessa água é subterrânea (29,9%), mais difícil de ser utilizada, e uma porcentagem ainda compõe a umidade do solo (0,9%). Portanto, a quantidade de água que sobra (0,3%) para a utilização humana no dia-a-dia (responsável por cerca de 10% do consumo no Brasil), na agricultura e pecuária (83% do consumo), na indústria (7% do consumo) é bastante pequena.

Segundo relatórios divulgados pela Organização das Nações Unidas, no último século, o uso da água cresceu a uma taxa duas vezes maior do que a população. A tendência é que até 2025 o gasto aumente em 50% em países em desenvolvimento e em 18% nos desenvolvidos. Mas hoje, de acordo com a Organização Mundial de Saúde, 1,1 bilhão de pessoas ainda vivem sem acesso à água potável e 2,6 bilhões sem saneamento básico. Para piorar a situação, a previsão é que até 2025, cerca de dois milhões de seres humanos estejam habitando regiões com absoluta escassez desse líquido e que, em 2050, mais de 45% da população mundial estará vivendo em países que não conseguirão garantir a cota mínima diária de 50 litros por dia por pessoa.

O Brasil, país rico nesse bem, tem 13,7% da água doce superficial do planeta. No entanto, a disponibilidade varia de uma região para outra. Segundo dados do MMA, mais de 73% da água doce disponível no país encontra-se na bacia amazônica, que abriga menos de 5% da população brasileira. Além disso, as reservas de água potável do país estão diminuindo por causa do aumento do consumo, do desperdício e da poluição por esgotos domésticos e resíduos tóxicos da indústria e da agricultura.

#### **O custo da água. Por que precisamos de uma reestruturação tarifária?**

Como vimos, a água é um bem essencial, mas finito e que, por isso, a cada dia fica mais valioso. A tarifa cobrada hoje pelos serviços de saneamento básico e ambiental compreende

todo o ciclo da água, desde a presença nos reservatórios, o tratamento, a distribuição, a coleta e o tratamento do esgoto. Cada um desses itens tem o seu preço e é cobrado igualmente de todos os consumidores.

Para postergar a necessidade de ampliar a oferta e assim buscar água cada vez mais longe dos centros urbanos que serve, a Sabesp precisa ampliar seus investimentos no ciclo da água e no controle de perdas. Segundo um estudo da Sabesp, uma das alternativas para aumentar essa capacidade de investimentos seria a implantação de um novo modelo de cobrança pela água. Por esse modelo, a água custaria menos para os setores produtivos, para o setor público e para os clientes residenciais que tiverem direito à tarifa social.

A reestruturação tarifária possibilitaria uma cobrança mais justa para cada uso específico da água e traria mudanças que consideram os custos envolvidos na prestação do serviço e na demanda. Ou seja, as tarifas subiriam ou cairiam de acordo com a necessidade, a demanda e a oferta de cada região no período determinado.

Além disso, a reestruturação tornaria a conta mais justa, já que possibilitaria a cobrança da quantidade exata de metros cúbicos consumidos, eliminando a tarifa básica praticada hoje, que impõe o pagamento mínimo de dez metros cúbicos. Essa mudança pode causar uma transformação nos hábitos de consumo, aumentando a consciência do uso e tornando mais eficaz a utilização racional da água, o que contribuiria para a economia e a preservação desse bem precioso e vital para a vida.

Atualmente a estrutura tarifária da Sabesp constitui-se de um conjunto de tarifas e regras aplicadas ao faturamento da Companhia em que os usuários são classificados nas categorias divididas em residencial, comercial, industrial e pública. Para as categorias mencionadas existem tabelas com os valores estabelecidos para o consumo de até 10 m<sup>3</sup>, de 11 a 20 m<sup>3</sup>, de 21 a 50 m<sup>3</sup> e acima de 50 m<sup>3</sup>, exceto para as tarifas residencial social e residencial favelas que possuem 5 faixas de consumo, isto é, até 10 m<sup>3</sup>, de 11 a 20 m<sup>3</sup>, de 21 a 30 m<sup>3</sup>, 31 a 50 m<sup>3</sup> e acima de 50 m<sup>3</sup>.

A Sabesp possui tarifas diferenciadas para a população com menor poder aquisitivo e as entidades assistenciais sem fins lucrativos, desde que observadas as condições de elegibilidade publicadas e acatadas por órgão regulador.

O consumo mínimo consiste em um instrumento de tarifação que permite a cobrança de um preço fixo para o primeiro bloco de consumo até determinada faixa de volume em metros cúbicos. Nesse instrumento, o volume mínimo faturável é cobrado mensalmente do consumidor independente se há consumo ou não. Para os grandes consumidores e para os municípios em que a Sabesp fornece água ao atacado e disponibiliza tratamento dos esgotos por eles coletados, também há tabelas tarifárias próprias.

## **Objetivo do desafio**

Os participantes precisam desenvolver uma proposta de estratégia de marketing e comunicação que faça ressoar o tema **“O custo da água e seu real valor para toda a sociedade”**. A proposta deve apresentar uma solução criativa de identidade visual que agregue valor à marca da Sabesp, além de uma proposta de estratégia de marketing bem estruturada que considere os impactos sobre a marca de uma possível reestruturação tarifária para os serviços de água e esgoto, entendendo que a ideia sugere a cobrança de tarifas diferenciadas e mais justas para cada segmento da sociedade, mas pode, em um primeiro momento gerar reação dos consumidores.

Por isso, a proposta dos estudantes deve considerar quais atributos precisam ser trabalhados e de que maneira para que os clientes da Sabesp tenham consciência do real valor da água para toda a sociedade e percebam que a mudança tarifária trará uma cobrança mais racional e justa para todos.

## **Ferramentas**

O projeto pode utilizar todas as ferramentas de comunicação disponíveis:

- Publicidade *online* e *offline*
- Relações públicas
- Marketing de conteúdo
- Assessoria de imprensa
- Internet e redes sociais
- Eventos
- Patrocínios
- Aplicativos e outros *gadgets* digitais
- Neuromarketing
- Branded content
- Designthink

## **Públicos impactados**

A comunicação do projeto deve ser endereçada principalmente aos seguintes públicos:

- Comunidade local
- Formadores de opinião locais e nacionais
- Imprensa local e nacional
- Sociedade em geral
- Órgãos Públicos
- Formadores de opinião
- ONGs

## **Informações sobre a empresa**

A SABESP atende a mais de 360 municípios no Estado de São Paulo, distribuídos em 16 unidades regionais – Superintendências. A maioria dos 41,6 milhões de habitantes do Estado vive em grandes centros urbanos, com destaque para três regiões metropolitanas: Baixada

Santista, Campinas e São Paulo. A SABESP presta serviços a cidades destas três regiões, especialmente na RMSP e na Baixada Santista.

### **Os objetivos institucionais e Empresariais da Sabesp e a atuação da Comunicação.**

#### **Valores Éticos Respeito à sociedade e ao cliente**

Oferecer produtos e serviços com qualidade e com tarifas adequadas.

#### **Respeito ao meio ambiente**

Promover o desenvolvimento sustentável, a educação e a consciência ambiental, zelar pela proteção, preservação e recuperação dos recursos hídricos e do meio ambiente, para as presentes e futuras gerações.

#### **Respeito às pessoas**

Promover a equidade de oportunidades, respeito participação por meio da comunicação e da integração.

#### **Integridade**

Agir com justiça, legalidade, coerência, transparência, ética e honestidade em todas as práticas e decisões.

#### **Competência**

Atuar com profissionalismo, agilidade, eficácia, garantindo a qualidade de processos, serviços e produtos. Valorizar os conhecimentos compartilhados, pro-atividade, criatividade, inovação, simplicidade e flexibilidade na busca de soluções.

#### **Cidadania**

Atuar com consciência cidadã e responsabilidade na promoção do bem público.

#### **A Sabesp tem como Missão**

“Prestar serviços de saneamento, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida e do meio ambiente”.

#### **A Sabesp tem como Visão**

Ser referência mundial na prestação de serviços de saneamento, de forma sustentável, competitiva e inovadora, com foco no cliente.

#### **Diretrizes Estratégicas**

1. Segurança Hídrica: Garantir a disponibilidade hídrica para sua área de atuação.
2. Excelência na Prestação dos Serviços: Assegurar qualidade na gestão dos serviços e produtos disponibilizados.
3. Sustentabilidade: Promover o crescimento da Sabesp com equilíbrio econômico-financeiro de forma ambientalmente correta e socialmente justa.

4. Integração e Relacionamentos: Ser proativo no relacionamento com as partes interessadas, promovendo integração, governabilidade e autonomia na gestão.
5. Inovação e Tecnologia: Estimular a criação, adoção e difusão de soluções com foco na geração de valor.
6. Valorização das Pessoas: Estimular o crescimento profissional por meio de oportunidades e reconhecimento, elevando a satisfação e o bem-estar, buscando o comprometimento e a produtividade no trabalho.
7. Ampliação do Tratamento de Esgoto: Avançar na implantação de estruturas de coleta e tratamento de esgoto, com viabilidade técnica e econômica, contribuindo para a universalização.

#### **Atribuições da Unidade de Comunicação da Sabesp**

- estimular o fluxo de informações uniforme para toda a empresa e aferir os resultados;
- coordenar Planos Globais de Comunicação;
- orientar e apoiar as unidades descentralizadas na execução das atividades de Comunicação;
- apoiar o Plano de Marketing da Sabesp com ações de comunicação para alcançar os objetivos mercadológicos da empresa;
- zelar pela identidade corporativa da empresa;
- coordenar promoções e eventos estratégicos;
- estreitar relacionamento com públicos estratégicos;
- respeitar e fazer cumprir as orientações e determinações do Sistema de Comunicação (SICOM) do Governo do Estado de São Paulo;
- coordenar publicações institucionais;
- desenvolver relacionamento com a Imprensa, contato com redações de veículos de comunicação, acompanhamento de entrevistas da Presidência e da Alta Administração.

#### **A Política Institucional da Sabesp tem por:**

##### **FINALIDADE:**

- ✓ Estabelecer princípios e criar condições para:
- ✓ Dotar a Empresa de um Processo de Comunicação Empresarial proativo, ágil, transparente, criativo e consistente com sua Missão e Visão;
- ✓ Promover constantemente a imagem da Empresa junto aos públicos internos e externos;  
e
- ✓ Desenvolver e implantar canais e mecanismos de comunicação que permitam a percepção e a ação antecipadas em relação aos temas e questões de interesse dos públicos internos e externos.

## **POLÍTICA:**

1. A SABESP entende por Comunicação como a “informação compreendida e assimilada”.
2. Os princípios que norteiam o Processo de Comunicação Empresarial da SABESP são os seguintes:

- ✓ transparência, verdade e responsabilidade;
- ✓ ênfase no esclarecimento, orientação e cidadania;
- ✓ objetividade, simplicidade e criatividade;
- ✓ planejamento, antecipação e pró-atividade;
- ✓ participação (as informações circulam nos grupos);
- ✓ foco nos resultados;
- ✓ utilização da tecnologia da informação como diferencial; e
- ✓ consideração da distinção entre as ações do Governo e ações de natureza empresarial.

### **Fontes de pesquisa**

Além do conjunto de informações e objetivos já explanados, podem ser consultadas ainda diversas informações sobre a Sabesp no site: [www.sabesp.com.br](http://www.sabesp.com.br)

### **Relatório de Sustentabilidade 2015**

[http://site.sabesp.com.br/site/uploads/file/sociedade\\_meioamb/RS\\_2015\\_28032016.pdf](http://site.sabesp.com.br/site/uploads/file/sociedade_meioamb/RS_2015_28032016.pdf)  
[http://site.sabesp.com.br/site/uploads/file/sociedade\\_meioamb/relatorio\\_sustentabilidade\\_2016.pdf](http://site.sabesp.com.br/site/uploads/file/sociedade_meioamb/relatorio_sustentabilidade_2016.pdf)

Os participantes do desafio podem encontrar informações sobre a Sabesp e sobre a percepção de valor que os clientes atribuem aos serviços prestados pela empresa, através das pesquisas de satisfação em todas as regiões atendidas pela Sabesp:

<http://site.sabesp.com.br/site/interna/Municipio.aspx?secaoId=18&id=607>

### **Perfil**

<http://site.sabesp.com.br/site/interna/Default.aspx?secaoId=505>

### **Marca**

<http://site.sabesp.com.br/site/interna/Default.aspx?secaoId=239>

### **Relação com Investidores**

<http://www.sabesp.com.br/Calandraweb/CalandraRedirect/?temp=0&proj=investidoresnovo&pub=T&db=>

### **Estrutura tarifária da Sabesp nos municípios**

<http://site.sabesp.com.br/site/interna/Default.aspx?secaoId=183>

### **Ministério do Meio Ambiente**

[http://www.mma.gov.br/estruturas/secex\\_consumo/arquivos/3%20-%20mcs\\_agua.pdf](http://www.mma.gov.br/estruturas/secex_consumo/arquivos/3%20-%20mcs_agua.pdf)