



Serviço Público Estadual

Processo nº E-12/003/665/2013

Data 11/11/2013 Fls. 218

Relator: 4131478

Governo do Estado do Rio de Janeiro
Secretaria de Estado da Casa Civil
Agência Reguladora de Energia e Saneamento Básico do Estado do Rio de Janeiro

Processo nº: E-12/003/665/2013
Data de autuação: 11/11/2013
Concessionária: PROLAGOS
Assunto: Promoção de Campanha Publicitária no sentido de desestimular a prática deletéria da ligação clandestina pela população.
Sessão Regulatória: 24 de maio de 2016.

RELATÓRIO

O presente processo foi aberto em decorrência da Deliberação AGENERSA nº 1804 de 20 de outubro de 2013¹ exarada no âmbito do Processo Regulatório E-12/003/253/2013, a qual, em seu art. 2º determina:

Art. 2º - Determinar que em até 60 (sessenta) dias a Concessionária elabore Campanha Publicitária no sentido de desestimular a prática deletéria da Ligação Clandestina pela população, informando esta AGENERSA, a qual, mediante processo regulatório, a analisará.

Foi examinada pelo CODIR na Sessão Regulatória de 28 de abril de 2015, sendo editada a Deliberação AGENERSA nº 2503/2015², publicada no DOERJ em 15/05/2015. Essa deliberação determina

¹ AGÊNCIA REGULADORA DE ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO DELIBERAÇÃO AGENERSA Nº. 1804 DE 30 DE OUTUBRO DE 2013

CONCESSIONÁRIA PROLAGOS - PROGRAMAS DE COMBATE A FRAUDES.

O CONSELHO-DIRETOR DA AGÊNCIA REGULADORA DE ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - AGENERSA, no uso de suas atribuições legais e regimentais, tendo em vista o que consta no Processo Regulatório nº. E-12/003.252/2013, por unanimidade, **DELIBERA:**

Art. 1º - Considerar satisfatórias as ações desenvolvidas pela Concessionária Prolagos no combate às fraudes.

Art. 2º - Determinar que em até 60 (sessenta) dias a Concessionária elabore Campanha Publicitária no sentido de desestimular a prática deletéria da Ligação Clandestina pela população, informando esta AGENERSA, a qual, mediante processo regulatório, a analisará.

Art. 3º - A presente Deliberação entrará em vigor na data de sua publicação.

Rio de Janeiro, 30 de outubro de 2013, JOSÉ BISMARCK VIANNA DE SOUZA, Conselheiro - Presidente - Relator, LUIGI EDUARDO TROISI, Conselheiro; MOACYR ALMEIDA FONSECA, Conselheiro; ROOSEVELT BRASIL FONSECA, Conselheiro; SILVIO CARLOS SANTOS FERREIRA, Conselheiro; MÁRIO FLÁVIO MOREIRA, Vogal.

² AGÊNCIA REGULADORA DE ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO DELIBERAÇÃO AGENERSA Nº 2503, DE 28 DE ABRIL DE 2015

CONCESSIONÁRIA PROLAGOS - PROMOÇÃO DE CAMPANHA PUBLICITÁRIA NO SENTIDO DE DESESTIMULAR A PRÁTICA DELETÉRIA DA LIGAÇÃO CLANDESTINA PELA POPULAÇÃO.

O CONSELHO-DIRETOR DA AGÊNCIA REGULADORA DE ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - AGENERSA, no uso de suas atribuições legais e regimentais, tendo em vista o que consta no Processo Regulatório nº E-12/003.665/2013, por unanimidade, **DELIBERA:**

Art. 1º - Acatar o pleito apresentado pela Concessionária Prolagos no sentido de inserir o custo com a Campanha objeto destes autos na rubrica 2.1.3 do Anexo I do III Termo Aditivo.

Art. 2º - Determinar que a Concessionária Prolagos apresente, em 30 (trinta) dias da data da publicação desta Deliberação, comprovação da realização da referida Campanha, incluindo folhetos promocionais, cronogramas de veiculação e demais materiais publicitários.

Art. 3º - Determinar que a Concessionária Prolagos apresente, em 30 (trinta) dias da data da publicação desta Deliberação, comprovação dos gastos, conforme composição de custos apresentada às fls. 59/60.

Art. 4º - Determinar que a Concessionária Prolagos apresente, em 30 (trinta) dias da data da publicação desta Deliberação, relatório de avaliação dos resultados do impacto da Campanha, conforme descrito no corpo deste voto.

Art. 5º - Esta Deliberação entrará em vigor a partir da data de sua publicação.

Conselheiro Luigi Eduardo Troisi - Processo nº E-12/003.665/2013

Página 1 de 7



o prazo de 30 dias a contar de sua publicação para que a Concessionária Prolagos apresente os seguintes documentos:

- comprovação da realização da Campanha Publicitária, incluindo folhetos promocionais, cronogramas de veiculação e demais materiais publicitários;
- comprovação dos gastos, conforme composição de custos apresentada às fls. 59/60;
- relatório de avaliação dos resultados do impacto da Campanha, conforme descrito no corpo do voto.

Os autos encontram-se agora em fase de verificação do cumprimento da Deliberação AGENERSA nº 2503/2015.

Em 02/07/2015³, a Concessionária solicitou dilação de “mais 30 dias, a partir da data de publicação da citada deliberação”. Através da Carta-PR/1047/2015⁴, os referidos documentos foram encaminhados à CASAN que solicitou, em duas ocasiões⁵, maiores esclarecimentos. Quedando-se a Concessionária inerte, este Gabinete⁶ assinou, através dos ofícios CODIR/LT nº 166 e 193/2015 de 31/08/2015 e 01/10/2015, respectivamente, novos prazos para a apresentação dos esclarecimentos. Em 21/10/2015, a Prolagos solicita dilação de prazo de 20 dias, a qual foi concedida.

Em 20/12/2015 a Concessionária Prolagos envia a Carta nº 2510⁷, através da qual apresenta as informações solicitadas. Ato contínuo, a CASAN apresenta a Nota Técnica nº 008/2016⁸, a qual analisa a matéria.

Quanto à Comprovação da Realização da Campanha (art. 2º da Deliberação 2503/2015), reproduzo os comentários feitos pela CASAN:

“Atividades realizadas pelo Departamento de Comunicação e Imagem:

- Prolagos lança campanha para regularização de ligação de água.

Durante todo o mês de maio os clientes que aderirem à campanha terão benefícios diferenciados. Com o objetivo de diminuir o número de fraudes no sistema de distribuição de água nos cinco municípios da Área de Concessão foi lançada a campanha “Gato! Na

Rio de Janeiro, 28 de abril de 2015. JOSÉ BISMARCK VIANNA DE SOUZA, Conselheiro-Presidente; LUIGI EDUARDO TROISI, Conselheiro-Relator; MOACYR ALMEIDA FONSECA, Conselheiro; ROOSEVELT BRASIL FONSECA, Conselheiro; SILYIO CARLOS SANTOS FERREIRA, Conselheiro.

³ Através da Carta-PR/1052/2015, fl. 120.

⁴ Fls. 123 a 155.

⁵ Ofícios CASAN nº 80 e 84/2015, fls. 156 e 161.

⁶ Fls. 165 e 169.

⁷ Fls. 182 a 196.

⁸ Fls. 197 a 203.

[assinatura]



minha casa não!" Para os clientes que aderissem à campanha foram oferecidos benefícios, tais como: anistia de juros e multas, condições especiais de negociação de débitos e não haver registro de ocorrência policial pelo furto de água;

- Gato de água: Prejuízo para Todos

A Prolagos informa sobre uma entrevista ao vivo realizada na Rede Globo com o Gestor Comercial da Concessionária, Sr. Justino Bruneili sobre essa campanha ressaltando sobre os grandes prejuízos causados pela prática das ligações clandestinas, destacando que desde março de 2012, quando a área foi criada, foram registradas 8.068 fraudes em instalações de água em imóveis residenciais e comerciais da área de concessão, acrescentando que os consumidores que tivessem interesse em aderir à campanha poderiam entrar em contato com o SAC da Prolagos ou com as lojas de atendimento da Concessionária.

- Divulgação da Campanha:

A Prolagos apresentou diversos modelos (outdoor e banner) que foram expostos nos municípios da área de Concessão e, a grade informativa da veiculação, no mês de maio, por rádios da área, sobre a divulgação da campanha (auto denúncia)."

No que diz respeito ao cumprimento ao art. 3º da Deliberação, comprovação de gastos, são estas as observações feitas pela Câmara Técnica:

Relatório de Comprovação de Despesas com Publicidade

AÇÃO 1- Campanha "Auto Denúncia"- Total: R\$ 17.504,85 (dezesete mil quinhentos e quatro reais e oitenta e cinco centavos)

AÇÃO II - eiculação Rádios Campanha Auto Denúncia - Total: R\$ 17.501,00 (dezesete mil quinhentos e um reais)

AÇÃO III - Campanha Denúncia - Total: 11.477,84 (onze mil quatrocentos e setenta e sete reais e oitenta e quatro centavos)

AÇÃO IV - Veiculação Rádios Denúncia - Total: R\$ 26.371,77. (vinte e séi mil trezentos e setenta e um reais e setenta e sete centavos)

AÇÃO V Campanha de Fiscalização - Total: R\$24.565,55 (vinte e quatro mil quinhentos e sessenta e cinco reais e cinqüenta cinco centavos)



AÇÃO VI- Painel LED JVA (selo de qualidade) - Total: R\$ 5.179,00 (cinco mil cento e setenta e nove reais)

AÇÃO VII - Campanha Ambiente-se - Total: R\$ 9.999,95 (nove mil novecentos e noventa e nove reais e quarenta e cinco centavos)

Total Geral: R\$ 112.600,00 (cento e doze mil e seiscentos reais)"

Acrescenta a CASAN que pediu maiores esclarecimentos no que diz respeito à "Campanha Ambiente-se" inserida na Ação VII. A Concessionária esclareceu que "A Campanha Ambiente-se apenas foi informada na descrição de despesas na Campanha Publicitária de Combate a Fraudes a título de conhecimento, tendo em vista que na nota fiscal emitida pelo prestador de serviços foi incluído o valor da Campanha Publicitária e da Campanha Ambiente-se. No entanto, para cumprimento da comprovação financeira deve ser excluído os gastos da Campanha Ambiente-se, no valor de R\$ 9.999,95 já que não faz parte do escopo da Deliberação AGENERSA nº 2503/2015" (sic).

Assim a CASAN avalia os resultados do Impacto da Campanha:

"Os resultados da campanha foram mensurados através da comparação entre os casos de denúncia registrados nos canais de atendimento da empresa (internet, telefônico e personalizado) comparados com o histórico da empresa no período em que não houve este tipo de ação:

- Média mensal/total de casos de irregularidade comprovados antes da ação de comunicação: 449.
- Média mensal/total de casos de irregularidade comprovados depois da ação de comunicação: 465
- Incremento de casos de irregularidade comprovados em função da ação: 197 .
- Total de casos detectados e corrigidos por ação da campanha: 5.579
- Volume de água recuperado (perda) por consequência da ação: 4.641.636 m³."

Esclarece ainda a CASAN os seguintes pontos sobre o impacto da Campanha:

- "Os meses considerados para a obtenção das médias mensais totais de casos comprovados ANTES e DEPOIS da ação de comunicação: mai/2013 a abr/2014 (ANTES) e mai/2014 a abr/2015 (DEPOIS);



- O incremento dos casos de irregularidade comprovados em função da ação foi de 197, que é o resultado de 5.579 notificações emitidas DEPOIS, menos 5.382 notificações emitidas ANTES;
- O volume de 4.641.636 m³ corresponde ao volume perdido por 13.149 fraudes estimadas no período DEPOIS, das quais, como foi citado acima, 5.579 foram notificadas;
- Corrigindo a informação inicialmente apresentada o volume recuperado foi de 69.843 m³ e não 4.641.636 m³.
- A título de ilustração a Prolagos apresenta a evolução de consumo medido de nove ligações que tiveram fraudes detectadas e fotos de ligações clandestinas que foram identificadas e retiradas;
- Apresenta a Memória de Cálculo de volume recuperado, correspondendo a 29,54 m³ de consumo médio por fraude."

Em suas conclusões a CASAN entende que "Prolagos apresentou a Campanha Publicitária de Combate a Fraudes com bom desenvolvimento, notadamente, nos itens:

- "Atividades realizadas pelo Departamento de Comunicação e Imagem, lançando a campanha para regularização de ligação de água, com o título "Gato! Na minha casa não!", oferecendo benefícios aos clientes que aderissem à campanha;
- Divulgação da Campanha, através de apresentação de palestras, exposição de diversos modelos (outdoor e banner) que foram mostrados nos municípios, da área de Concessão e a veiculação, no mês de maio, por rádios da área;
- Relatório de Comprovação de Despesas com Publicidade informando os custos de cada uma das seis Ações.

Observação: Nesse item cabe informar que a AÇÃO VII sob o título Ambiente-se foi relacionada equivocadamente, uma vez que não faz parte do escopo da Deliberação AGENERSA nº 2503/2015 tendo o seu valor de R\$ 9.999,95 sido deduzido do total informado (R\$ 112.600,00) que passou a ser de R\$ 102.00,05;

- Relatório de Avaliação dos Resultados do Impacto da Campanha, em que foram comparados os períodos mai/2013 a abr/2014 e mai/2014 a abr/2015, respectivamente, ANTES e DEPOIS da comunicação da Campanha. Foi registrado o incremento dos casos de irregularidade comprovados em função da ação foi de 197, que é o resultado de 5.579 notificações emitidas DEPOIS, menos 382 notificações emitidas ANTES, e o volume recuperado de água foi de 69843 m³.



No entendimento da CASAN a Prolagos atendeu aos Art. 2º e 3º da Deliberação no 2503/2015, cabendo observar que embora os trabalhos tenham sido apresentados com qualidade e bem diversificados, os resultados obtidos não representaram o esperado, contabilizando, em um ano, apenas 197 de incremento de irregularidades.

Com o objetivo de se atingir resultados, mais expressivos, acredita-se que novas formas de condução 'dessa matéria devam ser adotadas, sugerindo-se a participação do Ministério Público, das Delegacias Policiais e das Prefeituras Municipais da Área de Concessão, juntamente com a Concessionária, nas ações de combate às fraudes.

Nada mais havendo a expor esta Câmara de Saneamento encerra a presente Nota Técnica ficando à disposição para prestar quaisquer esclarecimentos adicionais que se fizerem necessários."

A CAPET, através de despacho, entende que "a Concessionária, em cumprimento ao Artigo 3º da Deliberação 2503/15, enviou a Carta nº1047/2013, às folhas 154, informando a contratação da empresa "Ana Carolina Santana" para a execução de serviços de criação e produção de material publicitário (inseridos nas folhas 137 a 152), no valor de R\$ 112.600,00 (cento e dois mil e seiscentos reais), conforme Nota Fiscal nº 52. Pela Carta no 1406/15, às folhas 159, informa que foi expurgado o valor de R\$ 9.999,95 (nove mil, novecentos e noventa e nove reais e noventa e cinco centavos), "Campanha Ambienta-se", por não fazer parte da campanha de combate às fraudes. Então, o valor empregado passa a R\$ 102.600,05 (cento e dois mil, seiscentos reais e cinco centavos), que, levado à data-base de dezembro de 2008, atinge a importância de R\$ 78.123,35 (setenta e oito mil, cento e vinte e três reais e trinta e cinco centavos), inserido, com sobras, no, montante de R\$ 1.488.000,00 (um milhão e quatrocentos e oitenta e oito mil reais), aliº aprovado".

Continua a Câmara Técnica esclarecendo que "o Plano de Educação Ambiental está elencado no fluxo de caixa aprovado para a II Revisão Quinquenal, rubrica 2.1.3., conforme Deliberação nº 638/2010. Sendo assim, esta Câmara Técnica entende que os esclarecimentos prestados são pertinentes, pela natureza da operação, e que o custo da Campanha Publicitária possui vinculação a verbas já inseridas no OPEX da

⁹ Plano de Educação Ambiental elencado no fluxo de caixa aprovado para a II Revisão Quinquenal, rubrica 2.1.3., conforme Deliberação nº 638/2010.



Serviço Público Estadual

Processo nº E-12/003.665/2013

Data 11 / 11 / 2013 Fls.: 224

Assinatura: 4431478-1

Governo do Estado do Rio de Janeiro
Secretaria de Estado da Casa Civil
Agência Reguladora de Energia e Saneamento Básico do Estado do Rio de Janeiro

Prolagos, não havendo comprometimento ao equilíbrio financeiro pactuado na II Revisão Quinquenal, conforme dispositivo contratual”.

A Procuradoria da AGENERSA “com base no pronunciamento da Câmara Técnica de Saneamento, opinou por considerar cumprida a Deliberação AGENERSA/CD nº 2503/2015”.

É o relatório.

Luigi Troisi
Conselheiro Relator



Processo nº: E-12/003/665/2013
 Data de autuação: 11/11/2013
 Concessionária: PROLAGOS
 Assunto: Promoção de Campanha Publicitária no sentido de desestimular a prática deletéria da ligação clandestina pela população.
 Sessão Regulatória: 24 de maio de 2016.

VOTO

O presente processo foi aberto em decorrência da Deliberação AGENERSA nº 1804 de 20 de outubro de 2013¹ exarada no âmbito do Processo Regulatório E-12/003/253/2013, a qual, em seu art. 2º determina:

Art. 2º - Determinar que em até 60 (sessenta) dias a Concessionária elabore Campanha Publicitária no sentido de desestimular a prática deletéria da Ligação Clandestina pela população, informando esta AGENERSA, a qual, mediante processo regulatório, a analisará.

Foi examinada pelo CODIR na Sessão Regulatória de 28 de abril de 2015, sendo editada a Deliberação AGENERSA nº 2503/2015², publicada no DOERJ em 15/05/2015. Os autos encontram-se

**1 AGÊNCIA REGULADORA DE ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
 DELIBERAÇÃO AGENERSA Nº. 1804 DE 30 DE OUTUBRO DE 2013**

CONCESSIONÁRIA PROLAGOS - PROGRAMAS DE COMBATE A FRAUDES.

O CONSELHO-DIRETOR DA AGÊNCIA REGULADORA DE ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - AGENERSA, no uso de suas atribuições legais e regimentais, tendo em vista o que consta no Processo Regulatório nº E-12/003.252/2013, por unanimidade, **DELIBERA:**

Art. 1º - Considerar satisfatórias as ações desenvolvidas pela Concessionária Prolagos no combate às fraudes.

Art. 2º - Determinar que em até 60 (sessenta) dias a Concessionária elabore Campanha Publicitária no sentido de desestimular a prática deletéria da Ligação Clandestina pela população, informando esta AGENERSA, a qual, mediante processo regulatório, a analisará.

Art. 3º - A presente Deliberação entrará em vigor na data de sua publicação.

Rio de Janeiro, 30 de outubro de 2013, JOSÉ BISMARCK VIANNA DE SOUZA, Conselheiro - Presidente - Relator; LUIGI EDUARDO TROISI, Conselheiro; MOACYR ALMEIDA FONSECA, Conselheiro; ROOSEVELT BRASIL FONSECA, Conselheiro; SILVIO CARLOS SANTOS FERREIRA, Conselheiro; MÁRIO FLÁVIO MOREIRA, Vogal.

**2 AGÊNCIA REGULADORA DE ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
 DELIBERAÇÃO AGENERSA Nº 2503, DE 28 DE ABRIL DE 2015**

CONCESSIONÁRIA PROLAGOS - PROMOÇÃO DE CAMPANHA PUBLICITÁRIA NO SENTIDO DE DESESTIMULAR A PRÁTICA DELETÉRIA DA LIGAÇÃO CLANDESTINA PELA POPULAÇÃO.

O CONSELHO-DIRETOR DA AGÊNCIA REGULADORA DE ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - AGENERSA, no uso de suas atribuições legais e regimentais, tendo em vista o que consta no Processo Regulatório nº E-12/003.665/2013, por unanimidade, **DELIBERA:**

Art. 1º - Acatar o pleito apresentado pela Concessionária Prolagos no sentido de inserir o custo com a Campanha objeto destes autos na rubrica 2.1.3 do Anexo I do III Termo Aditivo.

Art. 2º - Determinar que a Concessionária Prolagos apresente, em 30 (trinta) dias da data da publicação desta Deliberação, comprovação da realização da referida Campanha, incluindo folhetos promocionais, cronogramas de veiculação e demais materiais publicitários.

Art. 3º - Determinar que a Concessionária Prolagos apresente, em 30 (trinta) dias da data da publicação desta Deliberação, comprovação dos gastos, conforme composição de custos apresentada às fls. 59/60.

Art. 4º - Determinar que a Concessionária Prolagos apresente, em 30 (trinta) dias da data da publicação desta Deliberação, relatório de avaliação dos resultados do impacto da Campanha, conforme descrito no corpo deste voto.

Art. 5º - Esta Deliberação entrará em vigor a partir da data de sua publicação.



agora em fase de verificação do cumprimento dessa deliberação que assina o prazo de 30 dias a contar de sua publicação para que a Concessionária Prolagos apresente os seguintes documentos:

- comprovação da realização da Campanha Publicitária, incluindo folhetos promocionais, cronogramas de veiculação e demais materiais publicitários;
- comprovação dos gastos, conforme composição de custos apresentada às fls. 59/60;
- relatório de avaliação dos resultados do impacto da Campanha, conforme descrito no corpo do voto.

Em 02/07/2015³, ou seja, 15 dias após terminado o prazo para apresentação da comprovação, a Concessionária solicitou dilação de “*mais 30 dias, a partir da data de publicação da citada deliberação*”. Desta forma, o novo termo *ad quem* é 15/07/2015. Através da Carta-PR/1047/2015⁴, os referidos documentos foram encaminhados à CASAN que solicitou, em duas ocasiões⁵, maiores esclarecimentos.

Ocorre que a Concessionária ficou-se inerte, tendo sido necessária a intervenção deste Gabinete⁶ através dos ofícios CODIR/LT nº 166 e 193/2015 de 31/08/2015 e 01/10/2015. Em 21/10/2015, a Prolagos solicita dilação de prazo de 20 dias, a qual foi concedida.

Em 20/12/2015, novamente de forma intempestiva, a Concessionária Prolagos envia a Carta nº 2510⁷, através da qual apresenta as informações solicitadas. Ato contínuo, a CASAN apresenta a Nota Técnica nº 008/2016⁸, que analisa a matéria.

Quanto à Comprovação da Realização da Campanha (art. 2º da Deliberação 2503/2015), a CASAN aponta a realização das seguintes atividades:

“Atividades realizadas pelo Departamento de Comunicação e Imagem:

- Prolagos lança campanha para regularização de ligação de água.
- Gato de água: Prejuízo para Todos
- Divulgação da Campanha:

Rio de Janeiro, 28 de abril de 2015. JOSÉ BISMARCK VIANNA DE SOUZA, Conselheiro-Presidente; LUIGI EDUARDO TROISI, Conselheiro-Relator, MOACYR ALMEIDA FONSECA, Conselheiro; ROOSEVELT BRASIL FONSECA, Conselheiro; SILVIO CARLOS SANTOS FERREIRA, Conselheiro.

³ Através da Carta-PR/1052/2015, fl. 120.

⁴ Fls. 123 a 155, de 10/07/2015.

⁵ Ofícios CASAN nº 80 e 84/2015, fls. 156 e 161.

⁶ Fls. 165 e 169.

⁷ Fls. 182 a 196.

⁸ Fls. 197 a 203.



No que diz respeito ao cumprimento ao art. 3º da Deliberação, comprovação de gastos, são estas as observações feitas pela Câmara Técnica:

Relatório de Comprovação de Despesas com Publicidade

AÇÃO I - Campanha "Auto Denúncia" - Total: R\$ 17.504,85 (dezesete mil quinhentos e quatro reais e oitenta e cinco centavos)

AÇÃO II - Veiculação Rádios Campanha Auto Denúncia - Total: R\$ 17.501,00 (dezesete mil quinhentos e um reais)

AÇÃO III - Campanha Denúncia - Total: R\$ 11.477,84 (onze mil quatrocentos e setenta e sete reais e oitenta e quatro centavos)

AÇÃO IV - Veiculação Rádios Denúncia - Total: R\$ 26.371,77. (vinte e seis mil trezentos e setenta e um reais e setenta e sete centavos)

AÇÃO V Campanha de Fiscalização - Total: R\$ 24.565,55 (vinte e quatro mil quinhentos e sessenta e cinco reais e cinquenta e cinco centavos)

AÇÃO VI - Painel LED JVA (selo de qualidade) - Total: R\$ 5.179,00 (cinco mil cento e setenta e nove reais)

AÇÃO VII - Campanha Ambiente-se - Total: R\$ 9.999,95 (nove mil novecentos e noventa e nove reais e quarenta e cinco centavos)

Total Geral: R\$ 112.600,00 (cento e doze mil e seiscentos reais)"

Elucida a CASAN que, de acordo com a Concessionária, devem ser deduzidos R\$ 9.999,95 na Ação VII acima, uma vez que, inobstante constar na nota fiscal apresentada, não faz parte da campanha objeto do presente processo. Acrescenta que "os resultados da campanha foram mensurados através da comparação entre os casos de denúncia registrados nos canais de atendimento da empresa (internet, telefônico e personalizado) comparados com o histórico da empresa no período em que não houve este tipo de ação:

- Média mensal/total de casos de irregularidade comprovados antes da ação de comunicação: 449
- Média mensal/total de casos de irregularidade comprovados depois da ação de comunicação: 465

Esclarece ainda a CASAN os seguintes pontos sobre o impacto da Campanha:



- “Os meses considerados para a obtenção das médias mensais totais de casos comprovados ANTES e DEPOIS da ação de comunicação: mai/2013 a abr/2014 (ANTES) e mai/2014 a abr/2015 (DEPOIS);
- O incremento dos casos de irregularidade comprovados em função da ação foi de 197, que é o resultado de 5.579 notificações emitidas DEPOIS, menos 5.382 notificações emitidas ANTES;
- O volume de 4.641.636 m³ corresponde ao volume perdido por 13.149 fraudes estimadas no período DEPOIS, das quais, como foi citado acima, 5.579 foram notificadas;
- Corrigindo a informação inicialmente apresentada o volume recuperado foi de 69.843 m³ e não 4.641.636 m³.
- A título de ilustração a Prolagos apresenta a evolução de consumo medido de nove ligações que tiveram fraudes detectadas e fotos de ligações clandestinas que foram identificadas e retiradas;
- Apresenta a Memória de Cálculo de volume recuperado, correspondendo a 29,54 m³ de consumo médio por fraude.”

Em suas conclusões a Câmara Técnica sustenta que “no entendimento da CASAN a Prolagos atendeu aos Art. 2º e 3º da Deliberação no 2503/2015, cabendo observar que embora os trabalhos tenham sido apresentados com qualidade e bem diversificados, os resultados obtidos não representaram o esperado, contabilizando, em um ano, apenas 197 de incremento de irregularidades”.

Salienta que “com o objetivo de se atingir resultados, mais expressivos, acredita-se que novas formas de condução dessa matéria devam ser adotadas, sugerindo-se a participação do Ministério Público, das Delegacias Policiais e das Prefeituras Municipais da Área de Concessão, juntamente com a Concessionária, nas ações de combate às fraudes”.

A CAPET, através de despacho, entende que “a Concessionária, em cumprimento ao Artigo 3º da Deliberação 2503/15, enviou a Carta nº1047/2013, às folhas 154, informando a contratação da empresa “Ana Carolina Santana” para a execução de serviços de criação e produção de material publicitário (inseridos nas folhas 137 a 152), no valor de R\$ 112.600,00 (cento e dois mil e seiscentos reais), conforme Nota Fiscal nº 52. Pela Carta no 1406/15, às folhas 159, informa que foi expurgado o valor de R\$ 9.999,95 (nove mil, novecentos e noventa e nove reais e noventa e cinco centavos), “Campanha Ambienta-se”, por não fazer parte da campanha de combate às fraudes. Então, o valor empregado passa a R\$ 102.600,05 (cento e dois mil, seiscentos reais e cinco centavos), que, levado à data-base de dezembro de 2008, atinge a



importância de R\$ 78.123,35 (setenta e oito mil, cento e vinte e três reais e trinta e cinco centavos), inserido, com sobras, no, montante de R\$ 1.488.000,00 (um milhão e quatrocentos e oitenta e oito mil reais), ali aprovado”.

Continua a Câmara Técnica esclarecendo que “o Plano de Educação Ambiental está elencado no fluxo de caixa aprovado para a II Revisão Quinquenal, rubrica 2.1.3., conforme Deliberação nº 638/2010. Sendo assim, esta Câmara Técnica entende que os esclarecimentos prestados são pertinentes, pela natureza da operação, e que o custo da Campanha Publicitária possui vinculação a verbas já inseridas no OPEX da Prolagos, não havendo comprometimento ao equilíbrio financeiro pactuado na II Revisão Quinquenal, conforme dispositivo contratual”.

A Procuradoria da AGENERSA “com base no pronunciamento da Câmara Técnica de Saneamento, opino por considerar cumprida a Deliberação AGENERSA/CD nº 2503/2015”.

Através do Of. AGENERSA/CODIR/LT nº 049/2016, foi assinado prazo para a apresentação de Razões Finais, as quais não foram recebidas até a presente data.

Compulsando os autos, pude notar que, foram implementadas ações por parte da Concessionária Prolagos, contando inclusive com entrevista ao vivo em rede de televisão, veiculação em rádio e outdoors. Ocorre que, inobstante os esforços empregados pela Concessionária Prolagos, o resultado alcançado não pode ser considerado satisfatório. Digo isso, porque em decorrência da Campanha foram feitas, no período entre maio/2014 e abril/2015, 5.579 notificações, ressalte-se que 197 a mais que no período anterior.

Fato é que, a própria Concessionária estima existirem em sua área de concessão um total de 13.149 fraudes, com um volume de perda correspondente a 4.641.636 m³. Depreende-se, pois, que as ações implementadas atingiram menos de 50% do total estimado de ligações clandestinas na área de concessão.

É cediço que a Prolagos, por vezes, encontra dificuldades para vencer a resistência dos fraudadores, seja por reincidência desses após o corte, seja pelo impedimento de acesso às chamadas “áreas de risco”. Nesse sentido, a própria CASAN tece sugestões, que devem, por óbvio, ser de iniciativa da Concessionária, que necessita, ainda, buscar de forma criativa e inovadora soluções que alcancem o maior número possível de fraudadores, com o objetivo de realizar uma campanha eficaz.



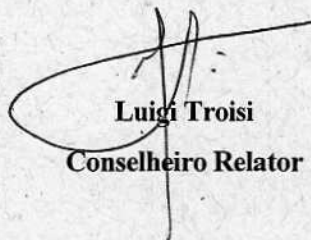
Pelo exposto e tendo em vista os pareceres da CASAN, CAPET e Procuradoria da AGENERSA, opino por considerar cumpridos os arts. 2º, 3º e 4º da Deliberação AGENERSA/CD nº 2503/2015.

Cumpre ainda salientar que em mais de uma oportunidade a Concessionária falhou em cumprir os prazos determinados por esta Agência Reguladora, pelo que faz jus à penalidade imposta pela IN 007/2009, art. 24, I, "g", pelo descumprimento da Cláusula 19ª, §1º, "F".

Isso posto, proponho ao Conselho Diretor:

- Pelo que consta dos autos, considerar cumpridos os arts. 2º, 3º e 4º da Deliberação AGENERSA/CD no 2503/2015, ressaltando que a Concessionária Prolagos deverá envidar esforços para aumentar o índice de eficácia das próximas Campanhas.
- Aplicar à Concessionária Prolagos a penalidade de advertência imposta pela IN 007/2009, art. 24, I, "g", pelo descumprimento da Cláusula 19ª, §1º, "F" devido à intempestividade na apresentação de informações requeridas pela AGENERSA.
- Determinar que a SECEX, em conjunto com a CASAN, proceda a lavratura do correspondente auto de infração, nos termos na Instrução Normativa CODIR nº 007/2009.
- Encerrar o presente Processo.

É o voto.


Luigi Troisi
Conselheiro Relator



Governo do Estado do Rio de Janeiro
Secretaria de Estado da Casa Civil

Agência Reguladora de Energia e Saneamento Básico do Estado do Rio de Janeiro

DELIBERAÇÃO AGENERSA Nº 2896

Serviço Público Estadual

Processo nº E-12/003/665/2013

Data 11/11/2013 Fls.: 231

~~Assinatura~~ 1478-1

, DE 24 DE MAIO DE 2016.

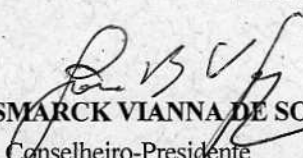
CONCESSIONÁRIA PROLAGOS – Promoção de Campanha Publicitária no sentido de desestimular a prática deletéria da ligação clandestina pela população.

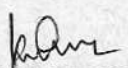
O CONSELHO-DIRETOR DA AGÊNCIA REGULADORA DE ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - AGENERSA, no uso de suas atribuições legais e regimentais, tendo em vista o que consta no Processo Regulatório nº E-12/003/665/2013, por unanimidade,

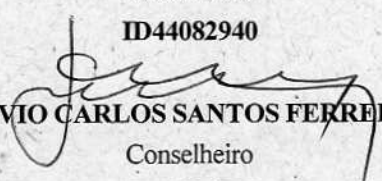
DELIBERA:

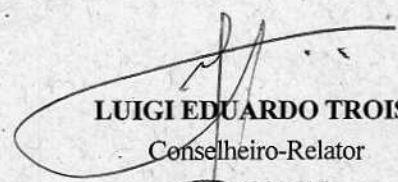
- Art. 1º** - Pelo que consta dos autos, considerar cumpridos os arts. 2º, 3º e 4º da Deliberação AGENERSA/CD no 2503/2015, ressaltando que a Concessionária Prolagos deverá envidar esforços para aumentar o índice de eficácia das próximas Campanhas.
- Art. 2º** - Aplicar à Concessionária Prolagos a penalidade de advertência imposta pela IN 007/2009, art. 24, I, "g", pelo descumprimento da Cláusula 19ª, §1º, "f" devido à intempestividade na apresentação de informações requeridas pela AGENERSA.
- Art. 3º** - Determinar que a SECEX, em conjunto com a CASAN, proceda a lavratura do correspondente auto de infração, nos termos na Instrução Normativa CODIR no 007/2009.
- Art. 4º** - Encerrar o presente Processo.
- Art. 5º** - Esta Deliberação entrará em vigor a partir da data de sua publicação.

Rio de Janeiro, 24 de maio de 2016.


JOSÉ BISMARCK VIANNA DE SOUZA
Conselheiro-Presidente
ID 44089767


ROOSEVELT BRASIL FONSECA
Conselheiro
ID44082940


SILVIO CARLOS SANTOS FERREIRA
Conselheiro
ID39234738


LUIGI EDUARDO TROISI
Conselheiro-Relator
ID 44299605


MOACYR ALMEIDA FONSECA
Conselheiro
ID 43568076


ADRIANA MIGUEL SAAD
VOGAL