

### 3.2 Case: Defesa do projeto complementar

#### Case de Sucesso: CESAN – A Companhia que Faz Bem

A campanha da CESAN foi um verdadeiro sucesso ao reposicionar a marca como uma companhia essencial, moderna e próxima da população capixaba. A estratégia adotada teve como ponto de partida a construção de um posicionamento institucional claro, afetivo e engajador: **“CESAN. A companhia que faz bem.”** — um conceito que reforça o impacto positivo da empresa na saúde, meio ambiente, economia e qualidade de vida dos capixabas.

Com uma abordagem segmentada e complementar, o plano de mídia respeitou as realidades distintas entre municípios atendidos e não atendidos pela CESAN. Nos locais já contemplados com os serviços, o foco foi no fortalecimento da marca e valorização dos avanços em saneamento. Já nos municípios ainda não atendidos, a campanha teve caráter educativo e institucional, despertando interesse e confiança na companhia.

A campanha ganhou ainda mais força com a participação do canal **Manual do Mundo**, uma das maiores plataformas de ciência e educação do país. Com vídeos didáticos, criativos e contextualizados para o Espírito Santo, o canal se tornou um grande aliado na missão de conscientizar a população sobre a importância do saneamento básico e dos serviços prestados pela CESAN.

O plano de mídia foi robusto, integrado e multicanal, com presença marcante em:

- **TV e rádio:** comerciais e jingles institucionais veiculados com alta frequência;
- **Merchandising e conteúdo editorial:** inserções em programas locais para reforço técnico e institucional;
- **Mídia digital:** ações segmentadas com vídeos, carrosséis, filtros interativos, mídia programática e Google Ads;
- **Mídia exterior:** forte presença visual em painéis digitais, empenas, mobiliário urbano e outdoors.

Como diferencial de engajamento, foi criado o movimento **#EmBoaCompanhia**, que convidou a população a compartilhar atitudes de cuidado com a água e o meio ambiente. A mobilização gerou conexão emocional, senso de pertencimento e amplificação orgânica da mensagem.

Essa abordagem inovadora e afetuosa resultou em um case completo de comunicação institucional. Reposicionou a CESAN de forma estratégica, aumentou sua relevância, consolidou sua imagem como agente de transformação e fortaleceu a confiança da população na empresa. Um trabalho de comunicação pública que deixou um legado positivo para o Espírito Santo.