

3.3 Case Resultados Complementar

A campanha da CESAN, veiculada em abril de 2024, apresentou resultados expressivos que demonstram a eficácia da estratégia multicanal adotada e o impacto direto na visibilidade institucional da companhia. Em apenas 1 mês, a mídia conseguiu ampla cobertura no Espírito Santo, com presença maciça no meio offline, superando metas e promovendo engajamento genuíno com a população.

Resumo dos Principais Indicadores

INDICADOR	RESULTADO OBTIDO
Inserções em TV	337 inserções
Inserções em Rádio	1.173 inserções
Alcance na TV*	72,2% da população capixaba
Impactos TV*	2.962.336,138
Alcance no Rádio*	44% da população capixaba
Cobertura diária Rádio*	1.804.937,76
Total de impactos estimados (TV + Rádio)*	4.771.273,89
MOOH (outdoor duplo, tótems de led dentro de ambientes de consumo – shopping, empena e mobiliário urbano digital)	Sem aferição comprovada

*Os resultados obtidos pela campanha são, na realidade, ainda mais significativos do que os números aqui apresentados. No entanto, por limitações de aferição, os dados oficiais disponíveis referem-se exclusivamente à Região Metropolitana da Grande Vitória (RMGV), conforme mensuração realizada pelo Ibope. Isso significa que o alcance e o impacto em outras regiões do Espírito Santo, onde também houve veiculação, não estão integralmente contabilizados nos índices divulgados.

O alcance da população capixaba demonstra que a campanha impactou os públicos múltiplas vezes, consolidando o conceito “CESAN. A companhia que faz bem.” de forma recorrente e eficaz. O resultado revela uma construção de marca sólida, emocional e memorável.

O sucesso dessa campanha reside não apenas nos números expressivos, mas na capacidade de gerar conexão com a população, promover educação sobre o saneamento e fortalecer a reputação institucional da CESAN. A estratégia integrada e sensível ao contexto capixaba consolidou este projeto como um exemplo de excelência em comunicação pública.