



ICOMUNICACAO.COM.BR
BRASILIA-DF / SAO PAULO-SP

RELATOS



**RELATO DE AÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL
COMBATE À COVID-19 – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS
ESTADUAIS DE SANEAMENTO (AESBE)**

1. *lmw*

27

Cenário

A Associação Brasileira das Empresas Estaduais de Saneamento (Aesbe) representa 26 companhias de saneamento básico de todas as regiões do país. Suas associadas atendem a 4.030 municípios, responsáveis pelo abastecimento de água e do tratamento do esgotamento sanitário da população urbana brasileira. A Aesbe atua, ainda, na defesa da gestão regional do saneamento, por ser este o modelo que melhor atende aos interesses nacionais. A gestão regional propicia aos municípios menores e de baixa renda o acesso a água e esgotamento sanitário de qualidade, a preços módicos, por meio da economia de escala e do subsídio cruzado.

Em 2020, a pandemia do coronavírus afetou a sociedade de incontáveis maneiras. Além dos graves problemas de saúde relacionados à doença Covid-19, os prejuízos socioeconômicos fizeram com que milhões de famílias brasileiras enfrentassem dificuldades de renda. Dados da Aesbe mostraram que em abril, o setor de saneamento enfrentou um aumento da inadimplência, que, entre as companhias estaduais, chegou a 30% em alguns estados, atingindo uma média nacional de 21%.

Apesar disso, as companhias estaduais associadas da Aesbe reforçaram também seu senso de responsabilidade social. Muito antes de outros setores foram pioneiras em evitar os cortes no abastecimento por falta de pagamento, dada a essencialidade do serviço. Também facilitaram os processos de negociação e renegociação de dívidas, flexibilizando os percentuais destinados ao pagamento de entradas, aumentando o número de parcelas e permitindo operações pela internet, com aplicativos móveis ou não, para garantir a melhor possibilidade de negociação para os cidadãos.

E o mais importante, realizaram um grande esforço integrado para garantir que a água, vital para a higienização das mãos, não faltasse nesse momento de necessidade. Afinal, com mais pessoas em casa, os sistemas de abastecimento e coleta de esgoto registraram aumento exponencial no consumo. Por isso, as equipes responsáveis pela manutenção do abastecimento seguiram atuando, devidamente protegidas por equipamentos – EPIs.



28



Solução

A Aesbe precisava prestar contas à população sobre a atuação das companhias estaduais no combate a pandemia, no sentido de comprovar a importância do saneamento como serviço essencial para a sociedade. Para isso foi criada uma campanha de reforço da marca destacando o trabalho mencionado no item “cenário”.

A ação de comunicação digital focou em dialogar com a sociedade por meio de presença nas redes sociais da Aesbe: canal oficial do Facebook: <https://www.facebook.com/AesbeOficial/>; Instagram: <https://www.instagram.com/aesbeoficial/>; e no Portal da Associação na internet: <https://aesbe.org.br/>. Com a produção de um vídeo institucional, reportagens para o site da Aesbe, posts relacionados ao tema, gifs, releases para comunicação das ações para a imprensa e banners para veiculação em sites de notícias e outros.

A criação do slogan “as empresas estaduais de saneamento seguem trabalhando para garantir que a água, nosso bem mais precioso, chegue aos brasileiros” foi o passo inicial da campanha. A peça conceito, o vídeo de 60 segundos, traz números que mostram o alcance das companhias estaduais, a importância da higienização no combate ao coronavírus, as ações realizadas pelas empresas associadas, o compromisso de evitar o corte no abastecimento e encerra com o reforço do compromisso delas com a saúde dos brasileiros. Os posts trouxeram o desdobramento dessa mensagem, destacando separadamente as ações e tendo como *call to action* o direcionamento para a leitura da matéria completa no Portal da Aesbe e a exibição do vídeo institucional.

Resultados

A estratégia de mídia visou gerar visibilidade para as peças com a finalidade de alcançar o maior número de pessoas, gerar engajamento e visibilidade para o trabalho das companhias estaduais de saneamento. A utilização do Facebook, Instagram e Google GDN como players se mostrou acertada, em razão de sua capacidade de alcance, o que permitiu, por meio de acompanhamentos diários, a otimização dos esforços de mídia. Foram definidos como Indicador-chave de Performance – Key Performance Indicator (KPI) – o Custo por ml impressões (CPM); e o Custo por mil pessoas alcançadas (CPA). O investimento em mídia digital foi de R\$ 5.000,00. O período da campanha foi de 14 dias.

Handwritten signatures and initials in red and blue ink, including the number 29.

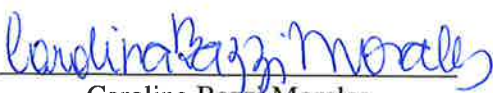
Os grandes números foram:



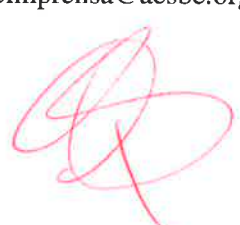

Em relação aos veículos, o alcance foi de:



Com investimento modesto e um alcance superior a cinco milhões de pessoas, mais de 15 mil visualizações do vídeo, e quase dois mil acessos na página, os resultados mostram que a campanha cumpriu seu principal objetivo: alcançar o maior número de pessoas para prestar contas sobre o trabalho das empresas estaduais de saneamento. Os custos unitários de CPM e CPA mostraram excelente performance, com destaque para os formatos de vídeo, caso do Instagram Stories que teve a maior quantidade de reprodução. Já o formato Facebook Stories, mesmo tendo menor número de visualizações, apresentou melhor taxa de visualização. O trabalho fez também com que o número de seguidores em todas as redes sociais aumentasse. O perfil do Instagram passou de 50 para 412 seguidores; e no Facebook de 835 para 1.248 curtidas na página. A campanha rendeu ainda veiculação em diversos telejornais e demais veículos de imprensa, que noticiaram a atuação das empresas de saneamento nos noticiários locais e nacionais. Esse retorno comprova que a sociedade teve ainda mais conhecimento sobre o inestimável papel dessas empresas na qualidade de vida e saúde dos brasileiros.


Carolina Bazzi Morales
Diretora de Relacionamento com Clientes
(61) 3208-1155
carolina.morales@icomunicacao.com.br


Cristina Valentino
Assessora de Comunicação Social
(61) 3022-9600
comunicacaoempressa@aesbe.org.br



4
30