



OBJETO: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

## ANEXO A - BRIEFING DE CAMPANHA

### 1 – SITUAÇÃO GERAL

#### 1.1 – APRESENTAÇÃO DA POTIGÁS

A Companhia Potiguar de Gás é a responsável exclusiva pela distribuição de gás natural canalizado no território do Rio Grande do Norte, conforme art. 25 da Constituição Federal de 1988, que concede aos estados o direito de exploração do serviço. Criada pela Lei Estadual nº 6.502, de 26 de novembro de 1993, e com início das operações em 8 de março de 1995 através de concessão estadual, a POTIGÁS começou a atuar primeiramente no segmento industrial. Depois de alguns anos, a Companhia expandiu as operações para o segmento veicular e, mais recentemente, para os segmentos comercial e residencial.

A empresa tem como função social a construção de infraestrutura para os municípios, possibilitando a instalação de empreendimentos que contribuem para o desenvolvimento econômico do estado através da geração de emprego, renda e impostos. Somente nos últimos três anos, foram investidos mais de R\$ 23 milhões, com recursos próprios, e construídos quase 50 mil metros de gasodutos.

A POTIGÁS está organizada na forma de uma sociedade de economia mista, que tem como sócios o Estado do Rio Grande do Norte, que detém 51% das ações, e a Petrobras Gás S/A (Gaspetro), que participa com 49% das ações. A empresa é administrada por um órgão colegiado (Conselho de Administração) e Diretoria Executiva, formados por membros eleitos em Assembleia Geral de Acionistas.

A empresa possui sede na capital e uma filial em Mossoró.

##### 1.1.1 – MISSÃO

Realizar a distribuição de gás natural no Estado do Rio Grande do Norte, de forma sustentável, visando promover o desenvolvimento do Estado e superar as expectativas dos seus clientes, colaboradores, fornecedores, acionistas e sociedade.

##### 1.1.2 – VISÃO 2021

Ser reconhecida pela sociedade potiguar por sua excelência na gestão do serviço de distribuição de gás natural e pela contribuição fundamental para o desenvolvimento socioeconômico do Estado do Rio Grande do Norte.

##### 1.1.3 – VALORES

**Ética e Transparência:** Nossos negócios, ações, compromissos e demais relações são conduzidos com honestidade, orientados por princípios éticos e desenvolvidos de forma transparente.

**Valorização e Respeito às Pessoas:** Valorizamos e reconhecemos pessoas e equipes com alto desempenho e fazemos do seu desenvolvimento profissional um diferencial da POTIGÁS, respeitando as diferenças, prezando pela não discriminação de qualquer tipo e pela igualdade de oportunidades.



**OBJETO: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**Respeito à Vida:** Buscamos garantir a segurança operacional no desempenho de nossas atividades, priorizando as questões de saúde, meio-ambiente e segurança.

**Compromisso com Resultados:** Buscamos continuamente a geração de valor para os nossos acionistas, clientes, colaboradores, fornecedores e sociedade, com foco em eficiência na aplicação dos recursos da POTIGÁS e otimização dos custos e resultados a curto, médio e longo prazos.

**Desenvolvimento Sustentável:** Objetivamos o sucesso dos negócios a longo prazo, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social e para um meio ambiente saudável nas comunidades onde atuamos.

**Integração:** Incentivamos a colaboração entre as pessoas dentro e fora de suas equipes, áreas e unidades, fortalecendo a visão integrada da POTIGÁS em suas ações e decisões.

**Criatividade e Inovação:** Buscamos incessantemente soluções inovadoras para a melhoria dos processos e ampliação dos nossos negócios, que contribuam para a superação dos objetivos estratégicos e geração de valor para os nossos acionistas, clientes, colaboradores, fornecedores e sociedade.

## 1.2 – GÁS NATURAL

O gás natural é um combustível fóssil que se encontra na natureza, normalmente em reservatórios profundos no solo, associado ou não ao petróleo. Resulta da degradação da matéria orgânica, fósseis de animais e plantas pré-históricas, sendo retirado da terra através de perfurações. Em seu estado natural é inodoro. No entanto, para garantir mais segurança aos usuários, o combustível é odorizado artificialmente para uma rápida percepção em caso de vazamento através da adição de mercaptano.

O gás natural canalizado destaca-se por seus inúmeros benefícios não somente para os clientes, mas para toda a sociedade. É distribuído por meio de gasodutos, o que proporciona mais segurança pois não precisa ser transportado por veículos, nem estocado. Além disso, por ser mais leve do que o ar, dissipa-se rapidamente em caso de vazamento.

Pode ser utilizado em indústrias, comércios como restaurantes, hotéis, padarias, shoppings, supermercados, hospitais, entre outros, além de condomínios e veículos. Ou seja, é versátil porque permite diversas aplicações, inclusive no mesmo estabelecimento. O gás natural canalizado ainda é distribuído 24 horas por dia, nos sete dias da semana, e o pagamento é realizado por meio de fatura somente após o consumo.

Outro ganho para a sociedade é que o gás natural possui a queima mais limpa entre os combustíveis fósseis, liberando menos monóxido de carbono para o meio ambiente. Já a economia, no comparativo com outros combustíveis, se configura em um dos principais benefícios para os clientes.

## 1.3 - SEGMENTOS DE ATUAÇÃO

A POTIGÁS atua em quatro segmentos: residencial, comercial, industrial e veicular. A empresa possui uma rede de gasodutos de mais de 400 mil metros distribuídos pelas cidades de Natal, Mossoró, Parnamirim, São Gonçalo do



**OBJETO: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Amarante, Macaíba e Goianinha. Atende 24.640 mil clientes nesses segmentos (até jun/19) com um consumo em torno de 300 mil metros cúbicos diários de gás natural.

### **1.3.1 – Segmento industrial**

O gás natural canalizado se configura como um grande diferencial competitivo para as indústrias. O produto pode substituir os mais variados tipos de combustíveis usados nesses estabelecimentos. Com uma queima limpa e uniforme, além de ser ecologicamente correto, contribui para uma maior competitividade e para a melhoria dos padrões ambientais.

O segmento ainda conta com um benefício único no Brasil, fornecido pelo Governo do Estado, através da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico (Sedec) e o Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente (Idema), que permite descontos na fatura das empresas que atendem aos requisitos do Programa RN Gás + com o objetivo de impulsionar a economia do Rio Grande do Norte através da geração de emprego e renda.

A POTIGÁS atende indústrias dos mais diversos setores como têxtil, alimentício, ceramista, salineiro e químico e nas mais variadas fases de produção. No total, são 34 clientes desse segmento, que se concentram principalmente nos Polos Industriais do estado e representam 45% do consumo de gás natural no Rio Grande do Norte.

O segmento industrial é particularmente diferente dos demais setores porque o seu crescimento está condicionado a atração de novas indústrias para o parque industrial do Rio Grande do Norte, o que é concretizado através de negociações diretamente com o Governo do Estado.

### **1.3.2 – Segmento comercial**

O segmento comercial é um dos que mais crescem na POTIGÁS em virtude da grande quantidade de benefícios para os clientes como o fornecimento contínuo, sem necessidade de controle de abastecimento e estocagem do produto, além do preço ser mais baixo do que outros combustíveis. Nesse segmento, a POTIGÁS atende mais de 500 clientes que representam hotéis, shoppings, hospitais, supermercados, lavanderias, clubes, escolas, clínicas, academias, padarias, restaurantes, lanchonetes, churrascarias, entre outros.

Nesses locais, o gás natural canalizado tem várias aplicações como: fritadeiras, máquinas de absorção, caldeiras, fornos, fogões, aquecedores de água, geradores de energia elétrica, ar-condicionado, refrigeradores com motores a gás, entre outros. Os comércios ainda podem utilizar o gás natural para geração de energia elétrica e economizar durante o horário de pico ou na falta do insumo. Esse segmento representa 4% do volume de gás natural no Rio Grande do Norte.

### **1.3.3 – Segmento residencial**

Outro segmento que cresceu significativamente nos últimos anos foi o residencial, tanto que a maioria dos clientes estão nesse setor. O gás natural canalizado permite um maior aproveitamento da área comum do



**OBJETO: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

condomínio pois dispensa o armazenamento do combustível. Por ser mais seguro, proporciona, inclusive, redução nas apólices.

Permite utilização tanto nas unidades autônomas, como na cozinha, banheiros e área de serviço dos apartamentos, como também nos espaços comuns como piscinas, churrasqueiras, saunas, área de lazer e até centrais de ar condicionado e de aquecimento.

A POTIGÁS atende mais de 24 mil clientes nesse segmento, situados em condomínios verticais dos municípios de Natal, Parnamirim, Mossoró e São Gonçalo do Amarante. O consumo de gás natural desse segmento representa 2% do voume total no estado.

#### **1.3.4 – Segmento veicular**

O Gás Natural Veicular (GNV) é uma das aplicações mais usuais do gás natural em virtude do seu rendimento: com um metro cúbico é possível percorrer mais quilômetros do que com um litro de gasolina ou etanol. Para se beneficiar do GNV é necessária uma adaptação dos motores com um kit de controle que torna o gás opcional, que deve ser feita em uma das oficinas credenciadas pelo Inmetro para garantia da segurança que o combustível oferece.

A POTIGÁS distribui GNV para 51 postos no Rio Grande do Norte, atingindo um público de mais de 50 mil motoristas no estado, o que representa 49% do consumo de gás natural no território potiguar. Com o avanço da tecnologia, os kits mais modernos de GNV, o de 5ª geração, já permite o uso do combustível sem perda de potência do motor do veículo.

Seguidas todas as normas de segurança, o GNV é ainda mais seguro que os demais combustíveis porque utiliza um sistema fechado de abastecimento, evitando possibilidades de combustão.

#### **1.4 – RESPONSABILIDADE SOCIAL – NATURAL COMO FAZER O BEM**

Como uma empresa socialmente responsável, a POTIGÁS entende que o sucesso empresarial deve ser acompanhado de uma contribuição efetiva para o desenvolvimento social, preservação dos valores artísticos e culturais e incentivo às iniciativas de educação, saúde e qualidade de vida do povo potiguar. Por esse motivo, a empresa seleciona, por meio de Edital de Seleção Pública, projetos que contribuam com o processo de consolidação da cidadania do norte-rio-grandense ao promover a educação, cultura, esporte, atividades sociais e de conscientização ambiental, como instrumento de inclusão social.

Para associar a imagem da POTIGÁS aos projetos selecionados por meio de edital, foi elaborado o Selo Social que destaca a própria logo da empresa como uma mão que apoia os projetos. O nome do Selo também remete ao produto e a importância do benefício concedido pela POTIGÁS para os projetos.

OBJETO: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA



## 1.5- INTERNET

A POTIGÁS mantém o site: [www.potigas.com.br](http://www.potigas.com.br) em que disponibiliza uma série de informações como rede, resultados, transparência e ainda serviços para os clientes através do Portal do Cliente. No local, é possível emitir faturas, checar consumo de gás, entre outros.

### 1.5.1 - Redes Sociais

A POTIGÁS mantém perfis em três redes sociais: Instagram (@potigasrn), Facebook (Potigas RN) e Twitter (@potigasrn). Nessas mídias, são divulgadas obras, benefícios do gás natural canalizado, notícias, entre outras informações. Ainda possui um canal no Youtube (Companhia Potiguar de Gás do Rio Grande do Norte) com vídeos de campanhas publicitárias e entrevistas.

## 2 – DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

A Companhia Potiguar de Gás possui um grande potencial de crescimento junto a todos os segmentos, necessitando realizar a divulgação de sua marca e serviço para expandir sua atuação nas localidades cobertas pela rede de gasodutos. Grande parte do público-alvo não sabe que necessita do gás natural canalizado e que o produto é a melhor opção dentre os combustíveis.



**OBJETO: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Em meio à crise econômica que o Brasil vem enfrentando nos últimos anos, a economia se mostra como um dos fatores determinantes na compra de bens e serviços. A previsão para o ano de 2020 é de que o preço do gás natural canalizado se torne ainda mais competitivo com a negociação de novos fornecedores da POTIGÁS. Dessa forma, abre uma oportunidade para que a empresa divulgue seu serviço, aumente suas vendas e cresça em todos os segmentos de atuação.

Além da economia buscada pelos consumidores, vem surgindo um perfil mais exigente na busca por diferenciais nos produtos que se tornam decisivos na compra ou prestação do serviço. Atributos como sustentabilidade é um dos principais que se configuram como determinante, especialmente para as novas gerações, porque agrega benefícios para a comunidade em geral. A POTIGÁS lida com um combustível de transição para energia limpa e renovável, o que se caracteriza como um atributo a ser destacado.

Com toda a evolução tecnológica atual, facilitar o dia-a-dia dos consumidores é uma das metas das empresas para se adaptarem ao novo e complexo mercado. A POTIGÁS distribui um produto que vai ao encontro da praticidade requerida pelos exigentes usuários porque dispensa armazenagem e controle do produto, proporciona ganho de espaço, é pago somente após o consumo e através de fatura. Mais um grande diferencial frente aos produtos concorrentes.

Para completar os principais benefícios do gás natural canalizado, há de se destacar ainda a segurança, elemento cada vez mais requisitado pelos consumidores em virtude de sua utilização dentro das unidades familiares ou empresas e indústrias. Como a composição do combustível é diferenciada, o gás natural agrega diversos elementos como a rápida dispersão e dispensa estocagem.

Esses atributos devem ser ressaltados em uma campanha institucional voltada para os quatro segmentos de atuação da empresa: comercial, residencial, veicular e industrial. Assim, o desafio da presente ação de comunicação consiste em divulgar o gás natural canalizado como um diferencial mercadológico despertando no público alvo o desejo de tornar-se cliente da POTIGÁS.

### **3- OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO**

Objetivo Geral:

Expandir a imagem da POTIGÁS no mercado de gás no Rio Grande do Norte e gerar, no público alvo, desejo de consumir o serviço.

Objetivos Específicos:

- a) Reforçar a imagem da POTIGÁS como indutora do desenvolvimento socioeconômico do Rio Grande do Norte;
- b) Ser uma marca reconhecida pelo público em geral como uma empresa que presta um serviço de excelência, do atendimento até a utilização do produto;
- c) Difundir os benefícios do gás natural canalizado, buscando atrair e reter clientes.

### **4 - PÚBLICOS-ALVO**



**OBJETO: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

a) Público Prioritário:

- Comerciantes de todos os segmentos
- Síndicos
- Empresários
- Motoristas de automóveis
- Sociedade em geral

b) Públicos Secundários:

- Empregados da POTIGÁS
- Fornecedores
- Formadores de opinião
- Governo
- Órgãos Reguladores
- Organizações da Sociedade Civil

## 5 - PRAÇA

Grande Natal e Mossoró, onde a rede de gasodutos da POTIGÁS pode atender novos clientes.

## 6 - PERÍODO

Primeiro semestre de 2020. A agência deverá indicar o período da campanha publicitária, de acordo com a sua estratégia de comunicação.

## 7 – VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

A licitante deverá utilizar como referencial a verba de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais) no cálculo da alocação dos valores para todas as etapas da campanha.

## 8 – PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Site da POTIGÁS – [www.potigas.com.br](http://www.potigas.com.br) – Contém informações sobre utilizações do gás natural canalizado e vantagens competitivas.

Site da ABEGÁS – [www.abegas.com.br](http://www.abegas.com.br) – Contém informações sobre o mercado de gás canalizado.

Manual de Identidade Visual da POTIGÁS – Disponível em: <https://www.potigas.com.br/sala-de-imprensa>

## 9 – RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

Público externo: Espera telefônica, site na internet ([www.potigas.com.br](http://www.potigas.com.br)), perfis POTIGÁS nas mídias sociais (Instagram, Facebook, Twitter e YouTube), material de merchandising distribuído em eventos, sete veículos da frota interna.



**OBJETO: SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Público interno: Papel de parede (computadores) e intranet.

## **10 – ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO**

Dentre as ações de comunicação da POTIGÁS nos últimos anos, com alguma relação ao desafio de comunicação proposta, destacam-se:

### **O gás de todo dia**

Em 2016, a POTIGÁS lançou a campanha “O gás de todo dia” para mostrar como a Potigás está presente no dia a dia dos potiguares, desde o pãozinho na padaria, passando pelo GNV, no fornecimento aos condomínios, até as produções das grandes indústrias.

A campanha mostrou as potiguares a excelência da POTIGÁS na execução dos seus serviços e sua importância para o desenvolvimento do Rio grande do Norte.

Acesse em: <https://www.youtube.com/watch?v=qyJXlftiz2A>

### **Presente em sua vida**

O conceito da presença da POTIGÁS e do gás natural canalizado na vida e no dia a dia dos potiguares também foi reforçado na campanha “Presente em sua vida”, lançada em 2017.

Acesse em: <https://www.youtube.com/watch?v=v9uqljOWPLw>

### **Energia que gera conforto e desenvolvimento**

Em 2018, a Potigás completou 25 anos e lançou uma campanha que trazia a POTIGÁS na visão dos clientes dos segmentos residencial, comercial, industrial e GNV. A ênfase na experiência do serviço prestado pela Companhia mostrou o uso do gás natural canalizado nas mais diversas aplicações.

Acesse em: [https://www.youtube.com/watch?v=1x\\_DpRqWYUs](https://www.youtube.com/watch?v=1x_DpRqWYUs)