

## 01 - Desenvolvimento de mercado de gás natural para segmentos residenciais que demandam soluções energéticas integradas.

Marcos Aurélio Martins Moisés

Gas Natural Fenosa em São Paulo (GNF em SP)

**Resumo** – Identificar o potencial de mercado em Sorocaba para a expansão do gás natural às classes que apresentam maior demanda energética no segmento residencial, identificando quais são suas reais necessidades, características e o perfil de instalações desse público, permitindo à empresa o posterior desenvolvimento de soluções energéticas adequadas às classes definidas, aumentando sua penetração nesse segmento.

Palavras-chave: expansão; investimentos; gás natural; soluções energéticas; residencial e instalações.

### Introdução

O projeto propõe o desenvolvimento de um estudo minucioso e tecnicamente embasado que visa a análise, por amostragem, de um segmento de potenciais consumidores residenciais específico, permitindo à Gas Natural Fenosa em São Paulo, posteriormente, o desenvolvimento de ações estratégicas apropriadas e assertivas para penetração bem-sucedida nesse segmento, no qual a empresa ainda não atua fortemente.



### Resultados

Os resultados esperados foram alcançados. O projeto atingiu milhares de famílias, levando informação sobre o gás natural e suas aplicações. Após, itinerou por vários eventos, em diferentes cidades, atingindo outras milhares de pessoas.





### Justificativa de Inclusão do Projeto no Programa Anual:

Pesquisa anteriormente realizada pela Gas Natural Fenosa, em sua região de atuação, identificou que a população apresenta resistência à experimentação do produto gás natural, que por desconhecimento da energia, ou por receio quanto à segurança. O projeto foi, então, elaborado, com a missão de demonstrar, de forma instigante e participativa, o que é o gás natural, de onde vem, onde pode ser utilizado e as vantagens que oferece.

### Metas e Objetivos:

#### Para o usuário

Oferecer soluções energéticas mais adequadas e interessantes a uma classe específica de consumidores.

#### Para a Concessionária

Identificar o potencial da demanda pelo energético numa classe diferenciada de consumidores;

Conquistar novos mercados;

Rentabilizar investimentos já realizados (saturação de redes);

Expandir, ainda mais, a utilização do gás natural na região Sul do estado de São Paulo.

### Duração do projeto:

Início em 2006, sem previsão de término.

### Custos financeiros:

Itens	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Gasto previsto
Pesquisa de mercado													60.000,00
Novas tecnologias de uso													10.000,00
Casa modelo ou show room													50.000,00
Comunicação													40.000,00
<b>Total</b>													<b>160.000,00</b>

### Fases do projeto:

O projeto compreende 3 etapas:

#### 1) Pesquisa de mercado potencial

Será realizada uma pesquisa junto ao mercado potencial, com o objetivo de identificar o seu perfil, o grau de interesse desse público, suas

necessidades, seus desejos e o perfil de suas instalações.

A realização de pesquisas é fundamental para o conhecimento correto do público desejado e assegura a empresa que as decisões referentes ao desenvolvimento e a implantação de soluções sejam realizadas de forma assertiva e bem-sucedida.

A pesquisa obedecerá aos critérios científicos, técnicos e operacionais cabíveis ao processo, de forma a evitar qualquer distorção nos resultados finais do mesmo e a manter a sua integridade.

Para esta fase, a empresa contará com a parceria do Instituto de Engenharia e da empresa Hora H, especializada na realização de pesquisas de marketing e engenharia.

#### 2) Desenvolvimento de soluções estratégicas para o mercado potencial

As informações identificadas na pesquisa embasarão o desenvolvimento de soluções estratégicas direcionadas à classe pré-definida. Para isso, deverá ser identificado no mercado atual de produtos e soluções disponíveis para o setor gasista aqueles/as que mais se adequam às necessidades e anseios do mercado analisado. Posteriormente, deverá ser desenvolvido ao público definido um conjunto de soluções atrativas e apropriadas, de forma a despertar o interesse dessa classe pelo uso do gás natural.

Para exemplificar a proposta e torná-la mais tangível aos clientes potenciais, será elaborada e desenvolvida uma "casa modelo itinerante", contemplando as soluções mais adequadas oferecidas para as instalações desse perfil de consumidores. A casa será disponibilizada nas regiões potenciais para a venda do produto e permanecerá aberta ao público para visitas, disponibilizando consultores especializados para prestar ao visitante todo o suporte de informações necessário.

#### 3) Comunicação

Toda a parte de comunicação do projeto e das estratégias elaboradas ficará a cargo da Gas Natural São Paulo Sul, que deverá encontrar a melhor forma de posicionar no mercado as soluções elaboradas, os melhores canais de venda e toda a infraestrutura de mídia necessária para a exposição das ações realizadas e da marca da empresa, objetivando alcançar e despertar o interesse desse público específico.

### Metodologia:

A metodologia proposta subdivide-se em:

- Identificação do público potencial e das regiões onde este está situado na cidade de Sorocaba.
- Desenvolvimento, aplicação, tabulação e análise de pesquisa.
- Identificação de soluções adequadas no mercado para atender às necessidades e aos anseios identificados na pesquisa.
- Elaboração da “Casa Modelo Itinerante”, contemplando as soluções propostas para o mercado.
- Elaboração e aprovação de planejamento de comunicação mercadológica para a divulgação do projeto ao mercado.
- Divulgação do projeto.