

A close-up, horizontal view of numerous parallel steel reinforcement bars (rebar) stacked together. The bars have a characteristic twisted, ribbed texture and are a greyish-blue color with some yellowish-orange rust spots. A bright yellow rectangular box is superimposed over the center of the image, containing the text 'FUTUROS DE AÇO' in bold, dark blue, sans-serif capital letters.

FUTUROS DE AÇO

EQUIPE



Bruno Petinelli
UFRGS

[linkedin.com/in/brunospetinelli](https://www.linkedin.com/in/brunospetinelli)

petinellibruno@gmail.com

+55 51 98062-1205



Guilherme Rolin
UFRGS

[linkedin.com/in/guilhermerolin](https://www.linkedin.com/in/guilhermerolin)

guilhermerolin@hotmail.com

+55 51 98142-3429



Mariana Fraga
UFRGS

[linkedin.com/in/mariana-fraga-dias](https://www.linkedin.com/in/mariana-fraga-dias)

fragamariana00@gmail.com

+55 51 98162-3232



Renata Rodeghiero
UFRGS

[linkedin.com/in/renata-rodeghiero](https://www.linkedin.com/in/renata-rodeghiero)

renata.rodeghierop@gmail.com

+55 51 99783-3707



Denise Avancini Alves
Orientadora UFRGS

[linkedin.com/in/denise-avancini](https://www.linkedin.com/in/denise-avancini)

denise.avancini@ufrgs.br

+55 51 99109-8801



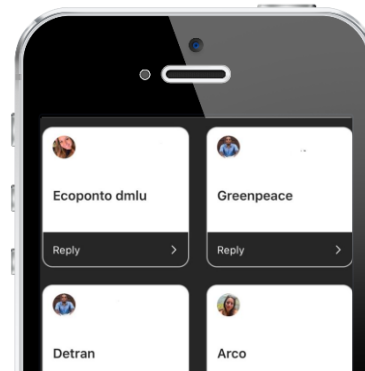
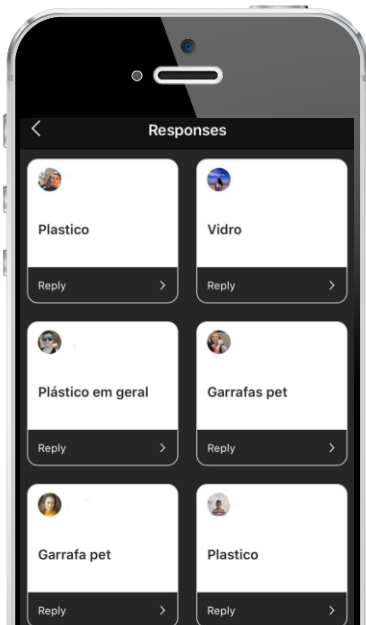
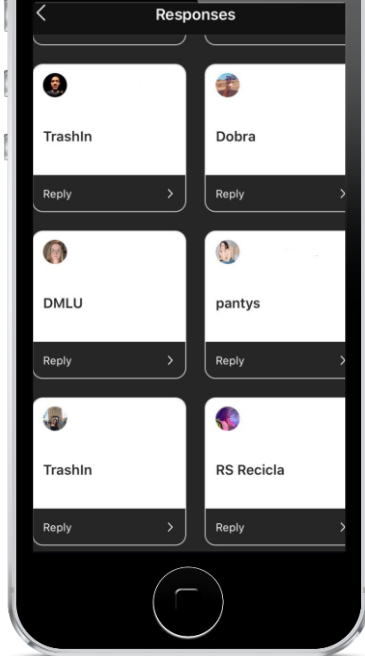
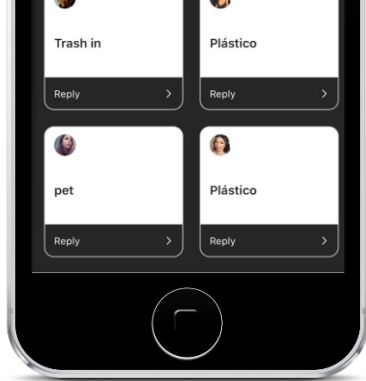
DESAFIO

Como comunicar que a Gerdau
é a maior recicladora de aço da América Latina?

DESIGN THINKING

A metodologia utilizada na criação do plano de comunicação foi baseada no Design Thinking, uma abordagem **centrada no aspecto humano** que busca **solucionar problemas** e **ajudar pessoas e organizações** a serem mais inovadoras.





Qual o primeiro material reciclável que vem a sua cabeça?



Quando você pensa em reciclagem, qual a primeira empresa vem a sua cabeça?



OBJETIVOS



RESSIGNIFICAR

a presença do aço no dia a dia;



HUMANIZAR

a cadeia de valor do aço;



TRANSFORMAR

comportamentos para a fundação
de um futuro sustentável;



PROTAGONIZAR

a Gerdau como marca
referência em reciclagem.

An aerial photograph of a large crowd gathered on a wide street. The crowd is spread across multiple lanes, with some people sitting on the ground and others standing. There are colorful tents and structures visible in the background. The overall scene suggests a large-scale public event or festival.

MENSAGEM

É possível **TRANSFORMAR** o **FUTURO**
através do **AÇO**

PÚBLICOS



SOCIEDADE EM GERAL:

integra os mais diferentes níveis de educação e esferas sociais.



COLABORADORES:

agentes de transformação e principais embaixadores da marca.



IMPRENSA:

formadores de opinião, ajudam a divulgar a mensagem passando credibilidade.



AGENTES PÚBLICOS:

atores fundamentais na criação de políticas públicas.



FORNECEDORES:

importantes para reforçar o desenvolvimento e a sustentabilidade.

PILARES



PERCEÇÃO DE VALOR

do aço e a
responsabilidade
individual para o
bem coletivo



ENGAJAMENTO SOCIAL

em ações que
ajudarão a
transformar o
futuro



TRANSFORMAÇÃO CULTURAL

para mudança de
comportamentos



FUTUROS DE AÇO



GERDAU

**TRANSFORMAÇÃO
DE DENTRO
PARA FORA**



#Eu transformo Gerdau

Ações em canais de comunicação interna para divulgar a campanha **#EuTransformoGerdau**.

Por meio de mídia **indoor** (cartazes e painéis na parte interna e externa das fábricas), TV corporativa, e-mail marketing e podcasts veicularemos uma **série de conteúdos** que levarão os colaboradores a **refletir** sobre a **relevância** da reciclagem do aço para o meio ambiente, dados e **metas de reciclagem** da **Gerdau** e a importância de cada colaborador na transformação de uma sociedade mais sustentável.





#Eu transformo Gerdau



Os colaboradores serão convidados a mostrar, através de **vídeos** curtos e fotos, onde identificam a **presença** do **aço** no seu **dia a dia**. Com o material enviado será feito um **vídeo institucional** para a campanha.



SELO REF.AÇO

Criação de um **selo** de **reconhecimento** que visa engajar **fornecedores** parceiros a ter um melhor desempenho no incentivo e prática de ações de **desenvolvimento sustentável** em suas comunidades.

Através de patrocínio de ações propostas pelos sucateiros a Gerdau busca **umentar o poder e a responsabilidade** de um futuro sustentável dentro da cadeia.





MOBILIÁRIO URBANO

Inserções de mídia em mobiliário urbano (aeroportos, bancas de jornais, pontos de ônibus, relógios digitais urbanos, estações de metrô, etc) de grandes cidades do **Brasil** com a imagem de um item **obsoleto** de **aço** (guarda-chuvas, cadeira de praia, cadeira, geladeira, etc), a pergunta: **“E agora o que eu FAÇO?”** e um QR Code.



O **QR code** presente nas peças irão direcionar para o hotsite da campanha **Futuros de Aço** onde em uma página os usuários irão encontrar um número misterioso. A ação não será assinada pela Gerdau e possui o intuito de gerar buzz sobre os anúncios.



**E AGORA,
O QUE EU FAÇO?**





INTERVENÇÕES URBANAS

Intervenções urbanas nas capitais Porto Alegre, São Paulo, Salvador, Goiânia e Belém, colocando objetos do cotidiano de forma **super dimensionada** em áreas de grande circulação de pessoas.

O objetivo desta ação de ativação é **gerar buzz** e **curiosidade** para as pessoas sobre produtos em sua casa que são grandes sucatas mas que não receberam um descarte adequado.



7 2 1 4 2 1 5

7 2 1 4 2 1 5

RECICLÔMETRO DO AÇO



RECICLÔMETRO DO AÇO

Criação de um **contador de toneladas** de **aço reciclado** pela **Gerdau** que será veiculado nas inserções urbanas **projetadas** nos prédios das principais avenidas e estará sempre disponível no **Hotsite**.

O atingimento da meta ilustrada no **Reciclômetro do Aço** será **celebrada** com o **lançamento** de vídeos de **websérie**.



GO

RECICLÔMETRO
DO AÇO

7 2 1 4 2 1 5



PESSOAS DE AÇO

Criação de uma **websérie** de 5 episódios evidenciando **personagens** que atuam na **cadeia** de **reciclagem** do **aço**.

A websérie se chamará “**Pessoas de Aço**” e contará as histórias **reais** de catadores de sucata nas 5 regiões do Brasil.

Em episódio de até 3 minutos explicaremos através de relatos e **storytelling** a jornada de reciclagem de itens de aço que transformam-se em **objetos de valor** para os personagens.





PESSOAS DE AÇO

Por exemplo, a história de **José**, que atua há 25 anos como **catador** em uma cooperativa de reciclagem de uma **comunidade vizinha** à Gerdau em Minas Gerais.

José é casado e têm 3 filhas, uma delas com dificuldade de locomoção, e o único **sustento** da família vem do trabalho como **catador de sucata**.

José vê o **valor** do seu **trabalho** ser **ressignificado** ao perceber que o material que ele recolheu foi transformado em uma **cadeira de rodas, doada** pela **Gerdau**, para sua filha.



CATADOR HÁ
25 ANOS
EM UMA
COMUNIDADE
VIZINHA À
GERDAU EM
MINAS GERAIS

100%
DO SEU SUSTENTO
VEM DO TRABALHO
DE RECICLAGEM

PESSOAS DE AÇO

POR JOSÉ SILVA

JOSÉ, QUE ATUA HÁ 25 ANOS COMO CATADOR EM UMA COOPERATIVA DE RECICLAGEM DE UMA COMUNIDADE VIZINHA À GERDAU EM MINAS GERAIS. JOSÉ É CASADO E TEM 3 FILHAS, UMA DELAS COM DIFICULDADE DE LOCOMOÇÃO, E O ÚNICO SUSTENTO DA FAMÍLIA VEM DO TRABALHO COMO CATADOR DE SUCATA. JOSÉ VÊ O VALOR DO SEU TRABALHO SER TRANSFORMADO AO PERCEBER QUE O MATERIAL QUE ELE RECOLHEU FOI TRANSFORMADO EM UMA CADEIRA DE RODAS, DOADA PELA GERDAU, PARA SUA FILHA.





APONTE A CÂMERA DO SEU CELULAR

<https://sites.google.com/view/futurosdeaco/p%C3%A1gina-inicial>



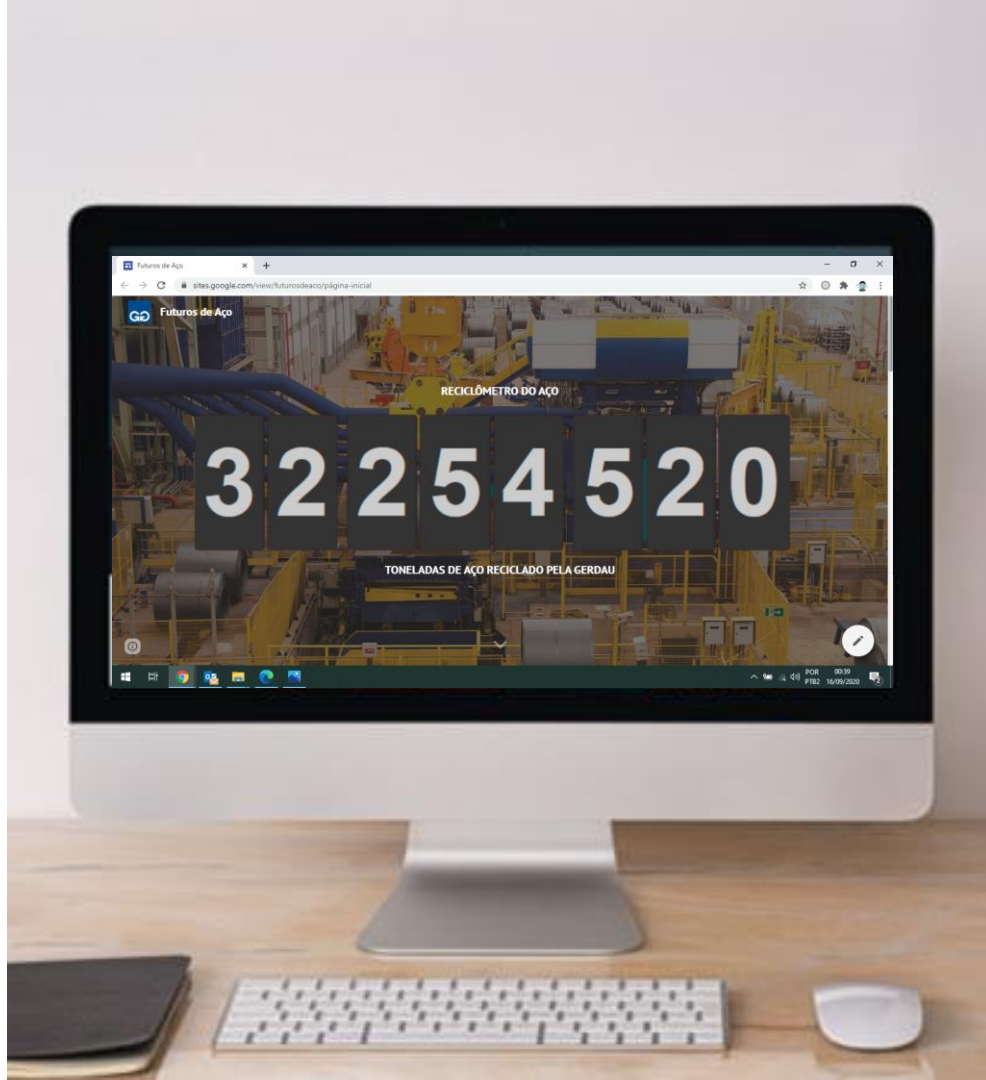
HOTSITE

Criação de um **site** que será o **ponto focal** da campanha **Futuros de Aço** e que mostrará ao público o papel da Gerdau como maior **recicladora** de aço da América Latina.

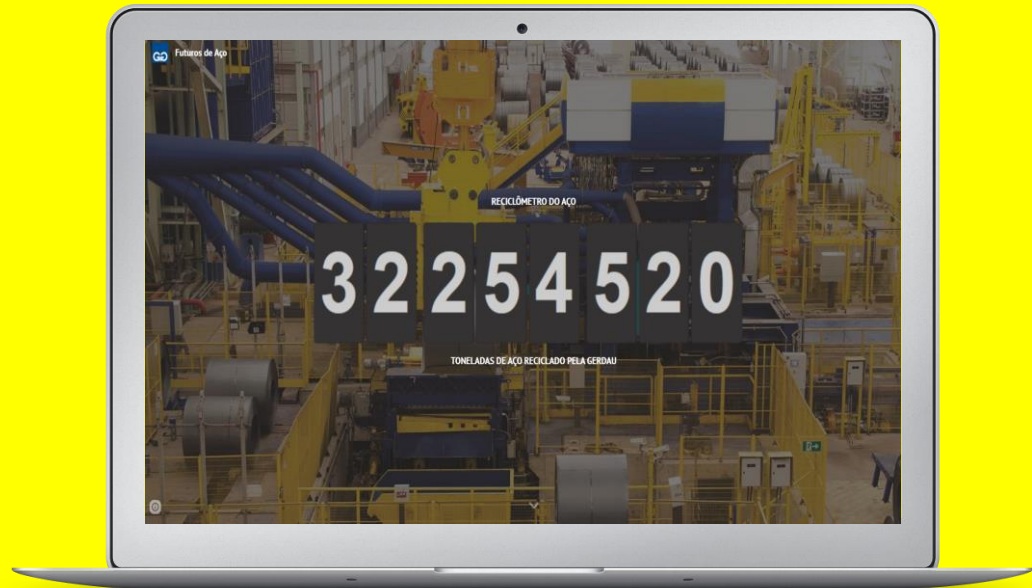
O **hotsite** funcionará como uma **plataforma** de **conteúdos** sobre a reciclagem do aço, curiosidades e **atores importantes** do processo. Além de conter os desdobramentos da ação do **Reciclômetro do Aço** e acesso aos episódios completos da série **Pessoas de Aço**.



APONTE A CÂMERA DO SEU CELULAR
[https://sites.google.com/view/futurosdeaco
/p%C3%A1gina-inicial](https://sites.google.com/view/futurosdeaco/p%C3%A1gina-inicial)



DESKTOP



MOBILE



APONTE A CÂMERA DO SEU CELULAR

<https://sites.google.com/view/futurosdeaco>

[/p%C3%A1gina-inicial](#)



HOTSITE

Através do **hotsite** serão disponibilizados materiais para a **imprensa** com informações sobre a **reciclagem do aço** para:

- Oportunidades de pauta e de releases;
- Sugestões de entrevistas e artigos de opinião com especialistas no tema de sustentabilidade.



APONTE A CÂMERA DO SEU CELULAR

<https://sites.google.com/view/futurosdeaco/p%C3%A1gina-inicial>



DIA DO FUTURO

Realização de um **evento-experiência**, em **Ouro Branco** (MG), direcionado a **jornalistas**. Serão convidados jornalistas do Brasil todo para dar mais **visibilidade** e **esclarecimentos** sobre o tema de **futuros sustentáveis**.





DIA DO FUTURO

No primeiro momento, acontecerá a fala do convidado André Trigueiro, **jornalista e referência** na área e será uma oportunidade para esclarecer dúvidas sobre a ação **Futuros de Aço** desenvolvida pela **Gerdau**.

No segundo momento, acontecerá uma **visita** à **Usina Ouro Branco**, onde a **Gerdau** utiliza matéria prima alternativa para a produção de aço, de modo que os jornalistas tenham a percepção de **valor** do **aço** para a sociedade.

O objetivo do evento é **trazer** para o **debate** assuntos de **interesse** e **aproximar** a **imprensa** da visão e das ações da **Gerdau**.





#EuJáFui

Criação de **agendas** com **agentes públicos** para a fomentação de parcerias público privadas. Através do contato com **prefeituras** municipais, buscar o incentivo de ações que visem a utilização de espaços públicos, como praças, para criação **Espaços Gerdau de Lazer e Bem-Estar** para a população.

Estes espaços (pracinhas e academias ao ar livre) serão construídos a partir de **aço reciclado** e possuirão a identificação **#EuJáFui** em que através de um **QR code** as pessoas poderão ter acesso a informações sobre a **origem** e o que era antes de sua transformação.





PRESENÇA DIGITAL

Geração de conteúdo nas redes sociais, visando engajamento nos múltiplos canais.

Impulsioneamento do conteúdo nas redes de display do **Google** e **Facebook Ads** em duas ondas acompanhando.

Prevê-se duas ondas de impulsioneamentos. A primeira para ativação da campanha e a segunda para sustentação da mesma.





PRESENÇA DIGITAL

CANAL	f	Instagram	YouTube	Twitter	in
Ações	Conteúdo Orgânico Patrocínio de Publicações; Impulsioneamento dos episódios da Websérie.	Conteúdo Orgânico; Patrocínio de Publicações.	Construir humanização de marca através da Websérie ; Impulsioneamento de Anúncios.	Impulsioneamento de conteúdo direcionado ao Hotsite	Geração de conteúdo
Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> - Resignificar - Humanizar - Protagonizar 	<ul style="list-style-type: none"> - Resignificar - Humanizar - Protagonizar 	<ul style="list-style-type: none"> - Humanizar 	<ul style="list-style-type: none"> - Resignificar 	<ul style="list-style-type: none"> - Protagonizar
Públicos	Sociedade Colaboradores	Sociedade Colaboradores	Sociedade Colaboradores	Sociedade	Clientes Colaboradores Imprensa Sociedade (marca empregadora)



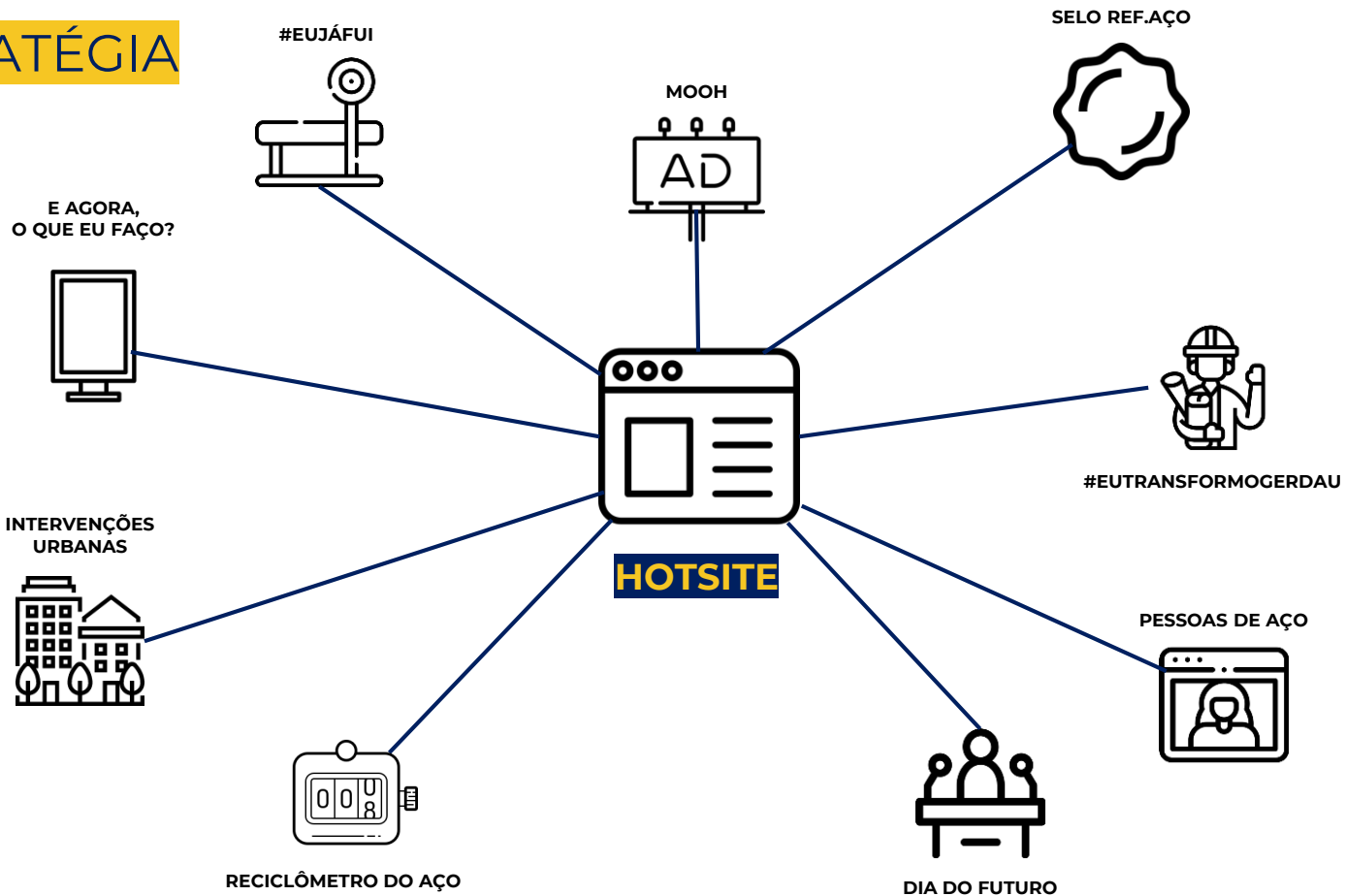
MÍDIA OUT OF HOME

O uso de **mídias out of home** (MOOH) permitirá que a campanha tenha um maior **alcance**, principalmente em grandes **centros urbanos**, dando ênfase a mensagem:

“A Gerdau é a maior recicladora de aço da América Latina”.



ESTRATÉGIA



MENSURAÇÃO

RESSIGNIFICAR

HUMANIZAR

TRANSFORMAR

PROTAGONIZAR



Mídia espontânea

Clipping

Acessos ao site

Social listening

Taxa de cliques

Indicadores do Ref.Aço

Brand Equity

Visualizações da websérie

Recall de marca

An aerial photograph of a city intersection. A diamond-shaped dashed white line is overlaid on the road, centered on the intersection. Several cars are visible on the roads. The text "FUTUROS DE AÇO" is written in large, bold, yellow letters across the center of the image.

FUTUROS DE AÇO



Empoderar
PESSOAS que
constroem
O FUTURO.

OBRIQADO!