



ArcelorMittal

Prêmio Jatobá 2025

Prêmio Mulher 3ª edição



Prêmio Mulher ArcelorMittal

Inspiração para mudar o mundo.

Perfil da organização e contexto histórico

A ArcelorMittal Aços Planos faz parte do Grupo ArcelorMittal, líder mundial do setor de aço, e da ArcelorMittal Brasil, maior produtora de aço no país, com capacidade instalada superior a 15,5 milhões de toneladas/ano. A empresa possui unidades industriais em oito estados brasileiros (Ceará, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, São Paulo e Santa Catarina) e emprega diretamente 20 mil pessoas.

Tem como foco de atuação atender aos setores mais exigentes da indústria com aços de alta qualidade e soluções inovadoras, mantendo o compromisso com o desenvolvimento sustentável.

A empresa é destaque também pelo seu compromisso com o desenvolvimento social, econômico e ambiental das regiões onde atua. Ao longo de sua história, construiu um relacionamento sólido com os diversos stakeholders, incluindo público interno, comunidades, organizações civis, órgãos públicos, demais empresas e cidadãos em geral.

Estratégia de valorização da Diversidade e da Inclusão

Esse processo de melhoria contínua na gestão da Responsabilidade Social é fortalecido com sua integração ao Grupo ArcelorMittal que defende, globalmente, valores corporativos voltados a uma atuação ativa em favor de uma sociedade mais justa, com equidade de oportunidades de inclusão e respeito à diversidade.

Na questão de igualdade de gênero, cabe ressaltar a postura de vanguarda adotada pela ArcelorMittal quando, em julho de 2000, sua

unidade localizada no Espírito Santo contratou as primeiras mulheres para atuar na área operacional em horário de turno, abrindo caminho para a diversidade do público interno, dentro do setor de produção de aço, tradicionalmente focado no público masculino.

Com essa iniciativa, a empresa, uma das maiores e mais bem avaliadas empregadoras do setor no país, contribuiu para estimular mais mulheres a desenvolverem estudos e carreiras na siderurgia. Internamente, a ação foi acompanhada de investimentos tanto em infraestrutura como na cultura corporativa, que impulsionaram a valorização do trabalho das mulheres no setor de aço. Ao longo dos anos, essa postura foi sendo reforçada não só com o crescimento da participação feminina no público interno, mas também com ações direcionadas à promoção da igualdade de gênero na sociedade como um todo.

É nesse contexto e em alinhamento aos princípios e valores do Grupo ArcelorMittal, como aqueles preconizados na Política de Diversidade e Inclusão, que, em 2019, foi criado o Prêmio Mulheres do Amanhã, voltado a reconhecer mulheres à frente de iniciativas relevantes para a construção de um mundo melhor.

A premiação inédita teve uma grande receptividade junto ao público-alvo – mulheres que desenvolvem projetos e empreendimentos no Espírito Santo – registrando a participação de 89 projetos nas três categorias – Empresa Privada, Poder Público e Terceiros Setor. Ao mesmo tempo, por meio da campanha de comunicação desenvolvida para divulgar a premiação, o tema alcançou a população em geral, criando a

oportunidade para um debate positivo sobre o papel desempenhado pelas mulheres. O público interno acompanhou o desenvolvimento do prêmio, o que beneficiou o senso de orgulho e pertencimento dentro e fora da empresa.

Por fim, essa visibilidade reforçou a posição da marca ArcelorMittal como aliada na defesa da inclusão e da diversidade como fatores fundamentais do desenvolvimento sustentável.

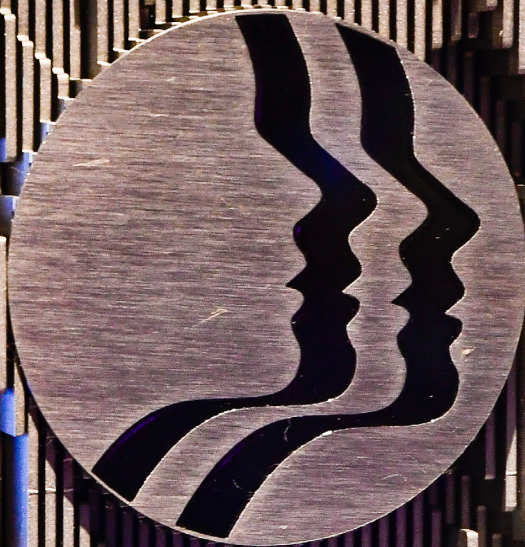
Os bons resultados dessa primeira iniciativa impulsionaram a decisão da empresa de fortalecer a premiação como estratégia de investimento da marca para alavancar os valores da Diversidade e da Inclusão, junto a todos os públicos de interesse, reforçando o compromisso em contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

A segunda edição da premiação ocorreu no biênio 2021/2022, com mudanças estruturais alinhadas aos princípios e valores da ArcelorMittal.

O nome foi modificado para Prêmio Mulher, ajustando o foco à valorização do trabalho desenvolvido por mulheres que geram resultados positivos concretos para a sociedade. A abrangência foi ampliada para Santa Catarina, estado que sedia a unidade Vega, e foi definido que a premiação ocorreria a cada dois anos. Outras três novas categorias foram criadas: Imprensa, Academia e Público Interno, o que levou a um aumento significativo na participação e também no número de finalistas e premiadas.

A segunda edição recebeu 297 inscrições, tendo 37 finalistas e 13 vencedoras e, no total, estima-se que as ações de assessoria de imprensa e publicidade alcançaram 13 milhões de impactos.





Prêmio Mulher ArcelorMittal 2024
Terceiro Setor - Espírito Santo



Prêmio Mulher 3ª Edição

Ao estruturar a terceira edição do Prêmio Mulher, a ArcelorMittal buscou expandir ainda mais sua abrangência incorporando ao público-alvo as mulheres do Ceará, estado no qual se localiza a unidade de Pecém, junto com as do Espírito Santo e de Santa Catarina.

A iniciativa manteve seu alinhamento aos princípios e valores estabelecidos em sua Política de Diversidade & Inclusão, assim como nas políticas de Integridade e Responsabilidade Social.

O objetivo principal continuou focado na valorização da ação inovadora de mulheres, com idade a partir de 18 anos, cisgêneras e transgêneras, em diferentes frentes de atuação. As inscrições foram abertas para as seis categorias: Empresa Privada, Poder Público, Terceiro Setor, Imprensa, Academia e Público Interno.

Premiação valoriza o conhecimento

Um dos diferenciais do Prêmio Mulher, desde a primeira edição, é na forma de reconhecimento, que inclui, para todas as finalistas, a oportunidade de participar de um curso, reforçando o Conhecimento como valor central para a ArcelorMittal.



Estratégia de Comunicação

Objetivos

A elaboração da estratégia de comunicação do Prêmio Mulher 3ª Edição levou em consideração os seguintes objetivos:

Divulgar a premiação para o público-alvo, ou seja, mulheres com atuação de destaque nas categorias definidas no Ceará, no Espírito Santo e em Santa Catarina, incentivando a participação destas no Prêmio.

Atrair a atenção do público em geral para a premiação, de forma a ressaltar o compromisso da ArcelorMittal com a diversidade e a inclusão, tendo como foco a igualdade de gênero e a valorização da atuação da mulher na sociedade.

Estimular o debate sobre Diversidade e Inclusão, colocando em evidência o papel protagonista das mulheres nos diferentes segmentos.

Destacar a Sustentabilidade, a Qualidade, a Liderança e a Segurança como valores inegociáveis do Grupo ArcelorMittal, apresentando o Prêmio como uma das ações promovidas para alavancar esses valores.

Dar visibilidade às ações empreendidas por mulheres, fortalecendo seus projetos e inspirando a participação cada vez mais efetiva do público feminino na transformação da sociedade.

Comunicação para fortalecer a cultura inclusiva

Toda a divulgação do Prêmio Mulher 3ª Edição ressaltou as linhas principais de sua constituição que fortalecem a cultura inclusiva em toda a sociedade:

Propósito - valorizar e estimular as ações de mulheres que buscam construir um mundo melhor.

Compromisso - reconhecer e capacitar as empreendedoras do setor privado e do terceiro setor, gestoras públicas, jornalistas, acadêmicas e empregadas da ArcelorMittal que atuam pela transformação social.

Avaliação - realizada por uma banca composta por representantes dos setores público e privado, de entidades de classe e da ArcelorMittal, tem como critérios de avaliação: criatividade, sustentabilidade, impacto, qualidade, clareza do material apresentado e potencial de transformação.

Reconhecimento e estímulo - mais do que reconhecer e valorizar o trabalho desenvolvido, o Prêmio Mulher busca estimular as mulheres a darem continuidade às ações de transformação social. Para alcançar esse objetivo, além da premiação para a primeira colocada em cada categoria, todas as finalistas ganham a oportunidade de participar de um curso de capacitação focado em empreendedorismo, liderança e inovação ministrado nas unidades da ArcelorMittal em cada estado participante.

Símbolo - as vencedoras de todas as edições do Prêmio Mulher recebem um pingente em ouro exclusivo, com design inspirado no troféu.

Diversidade & Inclusão - alinhada aos princípios e valores da ArcelorMittal, sobretudo à sua "Política de Diversidade & Inclusão, o Prêmio Mulher reforça o compromisso da empresa com a formação de uma sociedade mais justa, que valoriza a diversidade e a equidade, unindo-se a outras ações nessa área, que incluem a participação em iniciativas da sociedade, tais como, o Fórum de Empoderamento Feminino e a Coalizão Empresarial para Equidade de Raça e Gênero.

Desenvolvimento da Estratégia

Para alcançar os objetivos de comunicação do evento, estratégia de divulgação foi desenvolvida em três etapas, incluindo ações de realização de eventos, campanha publicitária e assessoria de imprensa, com direcionamentos para comunicação interna e externa. O desenvolvimento dessa estratégia aconteceu no período entre novembro de 2023 e maio de 2024.

1ª Etapa – Divulgação e realização do evento de lançamento

A ArcelorMittal tem como princípio iniciar todas as suas ações de comunicação com o público interno, independentemente do tema. Portanto, a primeira fase dessa etapa foi a realização de uma campanha de comunicação sobre o evento de lançamento do Prêmio Mulher 3ª Edição, utilizando todos os canais internos, tais como: boletim semanal de notícias (BIN), e-mails, descanso de tela, outdoors, entre outros.

Dessa forma, os empregados diretos e indiretos receberam as informações em primeira mão, passando a ser multiplicadores bem informados sobre o assunto.

Para o público externo, com o objetivo de atrair a atenção para o evento de lançamento, a campanha usou a mídia de massa (TV, rádio e internet), de forma a alcançar o maior impacto inicial possível. A intenção era não só atrair e estimular a inscrição das potenciais candidatas ao Prêmio, mas também ampliar a circulação do assunto entre as pessoas que conhecem mulheres inspiradoras e seus projetos.

Ao mesmo tempo, por meio de publicações nas redes sociais, a divulgação buscou atrair a participação do público no evento, mostrando as atrações e a forma de acesso à transmissão virtual.

Desde o primeiro dia desta etapa, a campanha contou com uma landing page exclusiva do Prêmio Mulher 3ª edição, hospedada no site da ArcelorMittal Brasil, trazendo informações sobre o evento de lançamento. Todas as peças digitais eram direcionadas por meio de link para essa página, impulsionando a interação do público em busca de informações completas sobre o evento.

O trabalho de assessoria de imprensa alavancou a visibilidade do evento por meio da distribuição de press-releases com textos informativos e notas de divulgação para os veículos de imprensa dos dos três estados: Ceará, Espírito Santo e Santa Catarina.

O evento de lançamento foi organizado como peça central de divulgação do Prêmio Mulher 3ª Edição. Realizado simultaneamente nas capitais dos três estados envolvidos na premiação, foi aberto à participação do público, por meio de inscrição gratuita na transmissão via Internet.

A gravação do evento ficou disponível posteriormente no canal do YouTube da empresa, possibilitando ampliar o público.



2ª Etapa – Divulgação das informações completas sobre o Prêmio Mulher 3ª Edição com foco em estimular as inscrições

A primeira ação de comunicação dessa etapa foi a transformação da landing page, com a retirada do conteúdo sobre o evento de lançamento e a inserção de conteúdo completo sobre o Prêmio: histórico do ano anterior, regulamento, premiação, principais perguntas e link para inscrição. Todas as peças digitais dessa etapa da campanha, tanto internas como externas, direcionavam o público para essa landing page.

Entre as ações dessa etapa, foram publicadas matérias nos veículos direcionados ao público interno com o objetivo de estimular a inscrição das empregadas nas três unidades participantes (Pecém, Tubarão e Vega).

O foco, agora, era chamar atenção para inscrições, por meio da divulgação de diversos conteúdos, tais como: falar do Prêmio e da última edição, das novas categorias, do objetivo do Prêmio e seus diferenciais, além de informar sobre a assessoria disponibilizada para ajudar quem tivesse dúvida na hora da inscrição.

3ª Etapa – Divulgação das finalistas, do evento de premiação e das vencedoras do Prêmio Mulher 3ª Edição

Nessa etapa, o trabalho de comunicação teve como foco central divulgar e cobrir o evento de premiação, dando visibilidade a finalistas e vencedoras.

Realizado no dia 22 de maio, o evento contou com a presença das 77 finalistas dos três estados, além de convidados da empresa. Durante a cerimônia, o CEO da ArcelorMittal Aços Planos América

Latina, Jorge Oliveira, enfatizou a importância da premiação para promover a igualdade de oportunidades e valorizar o protagonismo feminino.

Após o evento, novamente a landing page foi atualizada passando a divulgar todas as finalistas e flashes do evento com fotos.

Fotos e vídeos da cerimônia de premiação ilustraram posts nas redes sociais da empresa durante e após o evento, aumentando o engajamento e a visibilidade. O evento teve cobertura pelas Redes Sociais (Instagram) da ArcelorMittal Tubarão, com fotos e vídeos transmitidos direto da cerimônia. Além disso, posts das vencedoras eram colocados simultaneamente ao anúncio realizado no palco do evento.





Prêmio Mulher
ArcelorMittal



ArcelorMittal

Inspiração para
mudar o mundo



Evidências e Resultados totalizados

A realização do Prêmio Mulher 3ª Edição obteve uma grande repercussão em todos os meios, dando visibilidade à marca ArcelorMittal e ao seu compromisso com a promoção da diversidade e da inclusão, com foco estratégico na valorização do papel das mulheres na sociedade.

Reconhecer e divulgar o trabalho inovador desenvolvido por mulheres em diferentes segmentos, foi outro objetivo central da estratégia de marketing plenamente alcançado. A repercussão das diferentes etapas de trabalho, garantiu espaço nas mídias tradicionais e digitais, ampliando o conhecimento da população sobre os projetos desenvolvidos e o protagonismo das finalistas e vencedoras do Prêmio.



498

projetos inscritos
nos três estados
(CE, ES, SC)



77

finalistas

29

vencedoras
nos três estados,
entre autoras
e coautoras



Investimento na estratégia de comunicação

O desenvolvimento e a execução da estratégia de comunicação para o Prêmio Mulher 3ª edição envolveu investimentos em:

Assessoria de imprensa;
Marketing institucional;
Custos de logística e transporte;
Mídias digitais e landing page;
Campanha publicitária.

A ArcelorMittal também utilizou recursos próprios internos e externos, tais como os canais de comunicação para empregados e as redes sociais.