



Eldorado Brasil

a comunidade EldLovers para além da fábrica

Como a NOVA PR desenvolveu uma comunicação digital voltada para a consolidação da imagem da empresa como um dos principais players do setor de celulose, reforçando, por meio de histórias de pessoas reais, a credibilidade da companhia para profissionais, talentos e comunidades.

novaPR



O Cliente

A Eldorado Brasil é uma das maiores produtoras de celulose do mundo, com uma operação integrada que une tecnologia de ponta, gestão florestal sustentável e geração própria de energia renovável. Com sede em São Paulo e fábrica em Três Lagoas (MS), a empresa transforma florestas de eucalipto cultivadas em celulose de alta qualidade, exportada para os principais mercados globais. Controlada pela J&F Investimentos, acumula o recorde de 1,8 milhão de celulose exportada.



As plataformas

A empresa está presente nas principais redes sociais, tendo o Instagram, Facebook, YouTube e LinkedIn como foco de comunicação institucional e como marca empregadora. Com mais de 420 mil seguidores, os perfis da companhia são os principais canais de comunicação externa, trazendo conteúdos que reforçam seus diferenciais, uma vez que a empresa atua com produto commodity, e contribuem para a atração de talentos em um mercado altamente competitivo.

Case



→ O desafio

Assumimos a gestão de todas as redes sociais da Eldorado Brasil no segundo semestre de 2024, com o objetivo de fortalecer a presença digital da empresa e posicioná-la como referência em inovação, sustentabilidade e práticas de excelência no setor de celulose.

Desde então, reforçamos o alinhamento com os pilares estratégicos da companhia e iniciamos a construção da imagem de uma marca empregadora mais atrativa, com foco na ampliação do alcance nacional e na atração de talentos operacionais fora do Mato Grosso do Sul - estado que abriga a fábrica da empresa e de seus principais concorrentes, o que resulta na saturação do mercado em relação à disponibilidade de mão de obra.



Planejamento

A estratégia de redes sociais foi estruturada para fortalecer o posicionamento institucional da Eldorado Brasil e ampliar sua visibilidade como marca empregadora.



Conteúdo estratégico



Um calendário editorial guiou a produção com foco nos pilares Institucional, Pessoas, Inovação, Sustentabilidade e Mercado (exclusivo no LinkedIn). Essa divisão garantiu coerência e alinhamento entre comunicação orgânica e reputação.

Posicionamento institucional



As publicações destacaram tecnologia, eficiência, práticas sustentáveis e protagonismo industrial. A participação em trends ampliou o alcance das mensagens e aproximou a marca de diferentes públicos.

Marca empregadora



Foram desenvolvidos conteúdos para reforçar a imagem da empresa como empregadora e ampliar o alcance das vagas operacionais fora do Mato Grosso do Sul, utilizando linguagem clara e adequada ao público-alvo.

Fortalecimento da comunidade

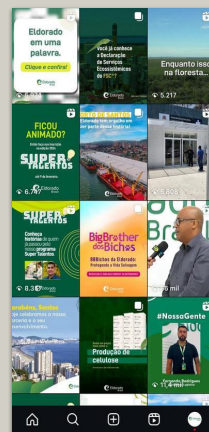


O SAC 2.0 foi estruturado para responder dúvidas com agilidade, estimular o diálogo e consolidar uma comunidade ativa em torno da companhia.

Estratégia

Além da revisão de conteúdo, algumas ações apoiaram a estratégia de reforço de colchão reputacional da Eldorado Brasil no ambiente digital. Entre elas, se destacam:

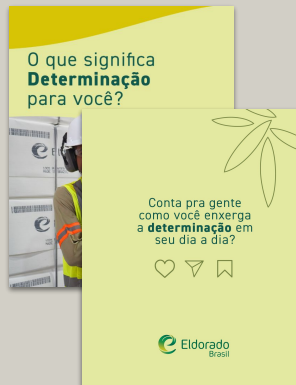
- A revisão da identidade visual, com um mockup de peças baseado no brandguide, com o intuito de trazer mais harmonia ao feed e reforçar o posicionamento da marca.
- Otimização dos formatos, criação de espaços para interação com a audiência e utilização de técnicas de SEO.
- Contar histórias de pessoas que estão por trás da operação do negócio.



Antes



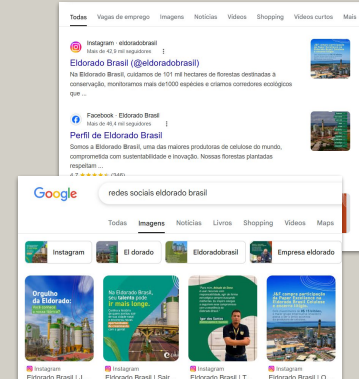
Depois



Uso de perguntas para diálogo com a audiência aumentou interações.



Uso de boas práticas das redes ampliou alcance e retenção do público.



Técnicas de SEO ampliaram o alcance orgânico nos buscadores.

Estratégia

Passamos a investir em novos formatos de conteúdo:

- A série #NossaGente teve a identidade renovada e lançamos novos conteúdos para destacar personagens, como o “Por Trás da Função” e “Mulheres que Inspiram”, que reforçaram o posicionamento como marca empregadora e ampliaram a visibilidade da diversidade dentro da companhia.
- O YouTube voltou a ser atualizado com vídeos institucionais e Shorts, ampliando a presença da empresa em canais antes pouco explorados.
- O uso de recursos nativos das redes, como as enquetes, tornou a comunicação mais atual e próxima.
- As entrevistas passaram a incluir link direto para o portal de vagas, o que facilitou o acesso às oportunidades e otimizou as interações no SAC.



Resultados

Desde que assumimos a conta, entre julho/2024 e agosto/2025, houve **ganho de**

47.844
seguidores
nas redes sociais.

As interações no mesmo período cresceram:

54%

e a taxa de engajamento passou de:

8% para

14,8%

considerando todas as plataformas.

O SAC das redes cresceu

98,4%

com recorde de **1.272 menções**. O que reforça nosso trabalho de criação de comunidade.

+ 90 posts publicados por mês, somando todos os canais da Eldorado.

Além disso, a presença digital da Eldorado passou por uma **evolução estética, com peças com maior harmonia visual no feed** e fidelidade à identidade da marca.



Resultados



Retomada do YouTube

O canal voltou a ser atualizado com vídeos institucionais e Shorts, o que expandiu a presença online e aproximou a marca de novos públicos. A plataforma registrou 47.858 visualizações, mais de 1,6 mil horas de exibição e 572 novos inscritos.



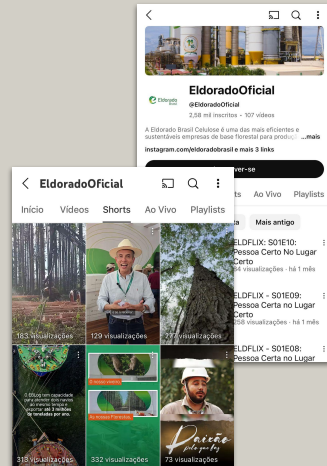
Referências para o setor

A partir do momento em que a Eldorado se tornou mais ativa nas redes e com a mudança no direcionamento de seu conteúdo, passamos a perceber uma mudança no comportamento da concorrência. Perfis que eram pouco ativos, se tornaram mais atuantes e com publicações semelhantes às nossas, o que reforça o papel da Eldorado como referência de comunicação para o setor.



SAC 2.0

O SAC digital se consolidou como canal estratégico, registrando em média 735 interações por mês. Das interações frequentes surgiu um grupo fiel de seguidores, os #EldLovers. Eles atuam como embaixadores, compartilham conteúdos e ampliam a presença positiva da empresa nas redes.



Resultados



Marca empregadora

Produção de conteúdo

O pilar Pessoas ganhou destaque e passou a representar 56% das publicações, com 716 posts e mais de 539 divulgações de vagas nos stories, aproximando a empresa de candidatos e fortalecendo o diálogo com novos talentos.

Séries de sucesso

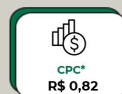
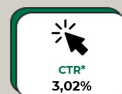
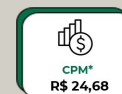
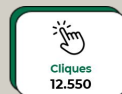
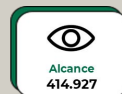
Foram lançadas produções como “Mulheres que Inspiram”, “Por Trás da Função” e “O que essa máquina faz?”. Além disso, o #NossaGente foi renovado para valorizar trajetórias inspiradoras, consolidando as séries como símbolos da marca empregadora.

Campanhas digitais

Entre setembro e novembro de 2024, foi realizada a primeira campanha voltada ao pilar Pessoas, com presença em São Paulo, Rio de Janeiro, Campo Grande, Brasília e Três Lagoas. A ação obteve engajamento médio de 11% e ampliou a visibilidade da empresa nessas regiões.

Posicionamento

Com essas iniciativas, a Eldorado Brasil passou a ser reconhecida como referência em marca empregadora, associada a um ambiente de trabalho atrativo, inclusivo e com oportunidades de crescimento profissional.



TAXA DE ENGAJAMENTO: 11,1%

Ficha Técnica



Case

Eldorado Brasil: a comunidade EldLovers para além da fábrica

Sinopse

Desde julho de 2024, a Nova PR assumiu a gestão das redes sociais da Eldorado Brasil com o desafio de reposicionar a marca no ambiente digital. A estratégia incluiu fortalecimento institucional, criação de séries de alto impacto, ações de employer branding e retomada de canais como YouTube. O trabalho ampliou a reputação da empresa no setor de celulose, aumentou a conexão com talentos e consolidou a marca como referência digital.

Link de evidências dos resultados

https://drive.google.com/drive/folders/1f8pS8fDoGyYwn3M0VyrGqFvz_YJ7wMVr

Cronograma

Jul/2024 – Ago/2025 – Reposicionamento digital da Eldorado Brasil, com planejamento, criação e execução de conteúdos mensais, além de relatórios de performance e alinhamentos estratégicos com o time de comunicação.

Equipe NOVA PR

Tiago Lethbridge
sócio

Roseli Almeida
diretora de criação

Larissa Spinelli
diretora de digital

Sérgio Tadeu
coordenador de digital

Thais Branca
coordenadora de
criação

Júlio Frutuoso
social media

Danilo Almeida
designer

Murilo Favaro
designer