

## Case CTG Brasil – Assessoria de Imprensa

**Cliente: CTG Brasil**

**Atendimento: Desde outubro de 2017**

### FICHA TÉCNICA

#### Sinopse:

A S/A LLORENTE & CUENCA desenvolveu estratégia para ampliar a visibilidade da CTG Brasil, empresa de energia brasileira, de origem chinesa, que completa cinco anos em 2018. O trabalho foi além de posicionar a companhia como importante player do setor e colocou-a como protagonista de um diálogo pouco explorado: relações Brasil-China. O case gerou exposição no Fantástico, VEJA e Folha de S. Paulo, entre outros veículos

**Porte da Agência:** Grande

#### Cronograma:

Atividade	2017	Jan/Fev	Mar/Abr	Mai/Jun	Jul/Ago	Set/Out
Imersão, Demandas de Imprensa, Pautas e Divulgações Pontuais	■					
Planejamento estratégico		■				
Media Training			■		■	■
Encontros de Relacionamento				■		■
Press Trip Modernização Jupiá e Ilha Solteira					■	
Workshop Imprensa						■
Pautas Factuais	■	■	■	■	■	■
Pautas Regionais	■	■	■	■	■	■
Potencialização da agenda de Eventos e Oportunidades	■	■	■	■	■	■

#### Equipe

- **Cléber Martins**, Diretor Geral
- **Andrea Lie Iwamizu**, Diretora Sênior
- **Débora Aguiar**, Gerente
- **Thiago Moreno**, Consultor
- **Thyago Mathias**, Diretor
- **Tuca Figueiras**, Gerente

### CASE

#### Apresentação do Cliente

Criada em 2013, a CTG Brasil é uma empresa da China Three Gorges Corporation (CTG), uma das líderes globais em energia limpa. Com investimentos em 17 usinas hidrelétricas e 11 parques eólicos, o portfólio da CTG Brasil hoje tem uma capacidade total instalada de 8,28 GW. Segunda maior geradora privada de energia do País, a CTG Brasil conta

com a dedicação de seus talentos locais e está comprometida em contribuir com matriz energética brasileira, pautada pela responsabilidade social e respeito ao meio ambiente.

## **Histórico da Comunicação**

Em pouco tempo, a CTG Brasil consolidou-se como a segunda maior geradora privada de energia do País. A empresa tem um longo histórico com o mercado brasileiro, desde que os primeiros engenheiros chineses vieram para cá estudar a hidrelétrica de Itaipu, que mais tarde foi utilizada como modelo para a construção de seu maior projeto, a usina de Três Gargantas. Porém, suas operações de fato no País começaram em 2013, e vêm se expandindo rapidamente. Em 2018, o momento era de consolidação.

Por sua história e sua relevância para o setor, a empresa tinha muito potencial para ampliar sua visibilidade e notoriedade junto à imprensa e às partes interessadas. De forma a expandir as possibilidades de comunicação da empresa, a S/A LLORENTE & CUENCA, ao assumir o trabalho de consultoria, desenvolveu um planejamento estratégico que, mais do que colocá-la como importante player do mercado de energia, sugeriu um posicionamento da companhia para liderar o diálogo de um território ainda pouco explorado, o novo cenário dos investimentos chineses no País, ampliando os territórios em que a organização poderia se inserir.

O ponto de partida foi um diagnóstico da reputação e imagem da companhia até aquele momento. O estudo chegou à conclusão que a CTG Brasil ainda era pouco utilizada como referência por jornalistas. O que significa que havia um amplo espaço para ser explorado. Era preciso que a empresa entendesse melhor a importância de se comunicar, e destacar sua posição no mercado e no Brasil, não apenas falando de si mesma, mas também de assuntos de relevância para o setor, para a marca e para as comunidades onde atua.

Foi a partir desse diagnóstico que a S/A LLORENTE & CUENCA sugeriu que a empresa ampliasse seu lugar de fala para ocupar novos territórios mais abrangentes, que ampliassem o escopo de comunicação para além das notícias sobre suas operações e investimentos no setor elétrico. O contexto das relações Brasil-China foi o tema identificado como prioritário, para que a empresa se posicionasse como protagonista. Ainda não havia no País uma empresa que se colocasse como líder dos debates sobre o assunto e a CTG Brasil tinha autoridade para assumir esse papel.

Ao se colocar como porta-voz de um assunto atual e economicamente relevante, a empresa começou a ser procurada pela imprensa para participar de reportagens e passou a ser reconhecida como uma investidora de grande escala, como de fato sempre foi. A estratégia fez com que a companhia fosse percebida por sua atuação no País, e facilitou também a divulgação dos temas de interesse em outras frentes.

## Estratégia e Definição de Mensagens

Foram definidos três grandes territórios para serem ocupados pela CTG Brasil e mensagens que reforçam a autoridade da empresa para abordar cada um deles:

- **Relações Brasil-China:** Apesar da crescente participação de empresas de origem chinesa no Brasil, nenhuma até aquele momento se destacava isoladamente como porta-voz e agente transformador do diálogo entre os países. A partir desse levantamento, o tema foi colocado como prioritário para o trabalho de comunicação da empresa, levando em conta seu protagonismo nessa frente. A história da CTG com o Brasil começa com a chegada de engenheiros chineses ao País há mais de trinta anos. Eles vieram conhecer a usina hidrelétrica de Itaipu, estudá-la como modelo para a construção do que até hoje é o maior empreendimento da China Three Gorges Corporation, a usina de Três Gargantas, na China. Em apenas cinco anos de operação, a CTG Brasil tornou-se a maior operação do grupo fora da China, e tem um compromisso de longo prazo com o mercado brasileiro.
- **Inovação e Sustentabilidade em Energia:** A CTG Brasil é uma das líderes mundiais em geração de energia limpa, e usa sua expertise para o desenvolvimento de iniciativas inovadoras no setor. A empresa reúne talentos brasileiros e chineses em um esforço único para encontrar soluções para os principais desafios do mercado. Como destaque, nos próximos dez anos, a empresa vai investir R\$ 3 bilhões na modernização das usinas Jupuí e Ilha Solteira, garantindo a confiabilidade dos empreendimentos e trazendo tecnologias de automação para ampliar a eficiência das operações.
- **Empreendedorismo Responsável:** A CTG Brasil tem um compromisso de longo prazo com o País e, por isso, investe em ações para a manutenção do ecossistema das regiões em que atua, além de desenvolver projetos sociais para as comunidades do entorno de seus empreendimentos. Ao ano, são mais de 100 mil pessoas beneficiadas pelas ações da empresa, além de 43 mil hectares de áreas preservadas e 3,6 milhões de peixes reproduzidos e soltos nos reservatórios.

## Ações desenvolvidas

- Desenvolvimento de planejamento estratégico e planos de ação específicos para as ações com a imprensa;
- Introdução de um programa de relacionamento entre executivos da empresa e os principais jornalistas da cobertura de temas de interesse;
- Treinamento de duas turmas de porta-vozes (12 executivos) da companhia para entrevistas com a imprensa e apresentações institucionais, além de treinamentos específicos para o CEO;

- Criação de uma agenda positiva de diferentes áreas da companhia, com fatos e informações para a geração de um banco de pautas;
- Realização de Press Trip com jornalistas-chave para apresentação do projeto de modernização das usinas Jupuí e Ilha Solteira, as principais do portfólio da CTG Brasil;
- Potencialização das agendas para exposição institucional da CTG Brasil, considerando a ampliação de territórios – divulgação das participações em eventos, ações protagonizadas pela empresa e iniciativas patrocinadas (Exemplo: patrocínio à reinauguração do Museu da Energia, em São Paulo, e participação do evento Green Nation, durante o Fórum Mundial da Água, em Brasília);

## **Resultados**

Entre outubro de 2017 e agosto de 2018, a CTG Brasil teve uma exposição altamente qualitativa, nas principais mídias do País, entre elas Rede Globo (Fantástico, Jornal Nacional, SPTV), O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Revista VEJA, Valor Econômico, entre outros.

Destaque para série especial sobre a China no programa Fantástico da Rede Globo, sobre o Rio YangTsé, que mostrou a Usina de Três Gargantas e suas peculiaridades. A produção da reportagem contou com a equipe de comunicação do Brasil para viabilizar as gravações no empreendimento, facilitar a viagem dos jornalistas à China e encaminhar as informações necessárias à pauta da repórter Sônia Bridi.

O internacional Financial Times visitou usinas da CTG Brasil a convite da empresa, e teve a oportunidade de entrevistar o presidente, Li Yinsheng, para uma reportagem sobre os investimentos chineses no País. A partir das ações, a empresa se tornou destaque em matéria publicada pelo veículo, um dos mais relevantes do mundo na cobertura econômica mundial.

Em outra ocasião, a CTG Brasil realizou Press Trip, às usinas de Ilha Solteira e Jupuí, que juntas compõem um dos maiores complexos hidrelétricos do País, que estão passando por um importante processo de modernização com aporte de R\$3 bilhões nos próximos 10 anos. Camila Maia, do Valor Econômico e Maurício Godói, Canal Energia, visitaram os empreendimentos, verificaram as obras, entrevistaram porta-vozes da companhia e puderam entender a fundo as necessidades de modernização das duas usinas. Esse é o maior projeto de modernização de usinas hidrelétricas já realizado no País e representa um marco para o setor elétrico brasileiro.

A ação resultou em capa do Valor Econômico e matéria de página inteira no caderno de Empresas. No Canal Energia, mais importante canal do trade de energia elétrica, a CTG Brasil apareceu de forma estratégica como companhia transformadora, que investe no país. O Valor também publicou matéria e chamada de capa com a diretora de Recursos

Humanos da CTG Brasil, Geisa Angeli, em que a executiva fala sobre os programas para integração entre executivos chineses e brasileiros na Companhia. A reportagem destaca a formação dos colaboradores por meio de seminários e palestras focados no ambiente de trabalho e o projeto Buddy, em que um brasileiro se voluntaria para ajudar um colega chinês nos primeiros meses de adaptação ao Brasil.

A revista VEJA, em março deste ano, entrevistou o presidente da CTG Brasil, Li Yingsheng, para reportagem sobre as empresas chinesas que ‘descobriram o Brasil’. O presidente foi destaque ainda da coluna Mercado Aberto, do jornal Folha de S. Paulo, que destacou o projeto de modernização e a avaliação do executivo sobre o processo de privatização da Eletrobras.

Em setembro, a Folha de S. Paulo também publicou entrevista com o executivo em um caderno especial sobre as Relações Brasil-China. A reportagem traz mensagens importantes da empresa, reforça o compromisso da companhia com o país e os investimentos de longo prazo e ressalta que a CTG tem investimentos baseados no longo prazo no Brasil.

Ao todo, foram 803 matérias publicadas entre outubro de 2017 e agosto de 2018 nas diversas mídias de interesse da companhia, regional e nacionalmente. No último ano, a CTG Brasil circulou nos mais importantes espaços da imprensa, teve participação em grandes eventos, realizou media training para executivos, viabilizou Press Trips e encontros com jornalistas, tudo alinhado ao planejamento de comunicação desenvolvido pela S/A LLORENTE & CUENCA e que possibilitou à companhia ser apresentada de forma estratégica, alcançando os objetivos traçados.

A parceria entre a S/A LLORENTE & CUENCA e a CTG Brasil terá continuidade no próximo ano, com ações previstas para o final de 2018 e o início de 2017. O plano tem um viés de médio e longo prazo e estes são os resultados alcançados até o momento. Para os próximos meses, além da continuidade das ações de relacionamento, as empresas planejam uma Press Trip à China, para apresentar a usina de Três Gargantas e um workshop de comunicação para estender a formação sobre relações com a Imprensa para um número maior de executivos da companhia. A estratégia prevê também a potencialização de ações regionais realizadas nas comunidades do entorno das operações da CTG Brasil, incluindo questões operacionais e socioambientais.