



PESQUISA DE COMUNICAÇÃO

DIAGNÓSTICO DE COMUNICAÇÃO INTERNA
DA PIAUÍ NÍQUEL METAIS





APRESENTAÇÃO

A Piauí Níquel Metais (PNM), empresa do grupo inglês Brazilian Nickel PLC, tem sede em Capitão Gervásio Oliveira, interior do Piauí, cidade com cerca de 3 mil habitantes e distante 520 quilômetros da capital, Teresina. A companhia está situada em uma região de caatinga e caracterizada como zona rural.

A aquisição da PNM foi realizada em 2013, mas só agora, em julho de 2022, começou a operação de extração e processamento de minério laterítico de níquel para a produção de precipitados de níquel e cobalto de alta pureza, adequados para as indústrias de veículos elétricos, energia sustentável, aeroespacial e outras mais tradicionais.

A Piauí Níquel chegou à Capitão Gervásio Oliveira e municípios vizinhos (Campo Alegre do Fidalgo e São João do Piauí) gerando empregos e contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico da região. A sua missão é produzir níquel de alta qualidade, de forma sustentável, contribuindo para um futuro com menor emissão de carbono. A empresa quer se tornar a maior produtora de níquel do Brasil até 2030, através do processo de lixiviação em pilha, com elevados padrões de segurança.

A organização está focada em reestruturar sua comunicação e as atividades são pautadas em seus valores: segurança, colaboração, sustentabilidade, integridade, simplicidade e respeito às diferenças.



CONTEXTO

A equipe da PNM ainda está em formação e é composta por 92% de piauienses, sendo 78% deles moradores dos três municípios de influência direta do projeto. 66.7% são do gênero masculino e 33.3% feminino. Em relação à idade, o público é bem diverso, sendo 36.5% com idade entre 31 e 40 anos; 28.1% estão entre 21 e 30 anos; e 21.9% entre 41 e 50 anos. Por isso, torna-se fundamental trabalhar a comunicação de forma estratégica para atingir a todas as pessoas. De acordo com a pesquisa Tendências em Comunicação Interna 2022, divulgada pela Aberje, 70% das empresas alegaram que um dos maiores desafios que possuem é engajar os gestores como comunicadores. Já 58% das organizações entrevistadas, afirmaram que melhorar a experiência do colaborador também é uma grande meta diariamente.

Na Piauí Níquel, o contexto mostrou-se semelhante, mas com uma diferença significativa: a empresa não possuía um setor de comunicação interna e os meios de comunicação eram murais, grupos de WhatsApp informais, banners e reuniões de DDS (Diálogos Diários de Segurança), operacionalizados pelo RH e setor de Facilities, fazendo com que o fluxo de informação fosse falho. A organização então tinha um grande desafio, que era o de encontrar o caminho para que a comunicação atingisse todos os colaboradores da maneira mais eficiente possível.



INICIATIVAS

A Piauí Níquel é uma empresa nova, mas que já compreende a importância da comunicação corporativa. Então, a área de Desenvolvimento Organizacional junto com Recursos Humanos, levou até a Presidência a necessidade de estruturar a comunicação da empresa de maneira mais efetiva.

A partir disso, a PNM pesquisou sobre empresas de comunicação que trabalham com o segmento, encontrou a Darana RP e contratou a agência para a realização da pesquisa de comunicação.



ESTRATÉGIA

A estratégia utilizada para a pesquisa de comunicação foi uma metodologia desenvolvida pela Darana RP, com foco em estudar os seguintes pontos:

- Perfil dos empregados
- Processo comunicativo: como funciona e caracterização
- Redes formal e informal: como se processam
- Fluxos de informações ascendente, descendente, horizontal: características e como se processam
- Barreiras da comunicação predominantes
- Predominância ou não da comunicação unilateral
- Relação dos meios utilizados na comunicação administrativa
- Pontos fortes e pontos fracos da comunicação
- Credibilidade da fonte

O reconhecimento da realidade em que a organizada está inserida foi primordial para o êxito do diagnóstico de comunicação interna.

ETAPAS DA PESQUISA:

A pesquisa foi dividida nas seguintes etapas:



Entrevistas individuais através de videoconferência com as 7 lideranças que compõem o board da empresa e com 13 colaboradores escolhidos de forma arbitrária.



Questionário online e anônimo destinado a todos os colaboradores da PNM. As perguntas tiveram como propósito: entender os processos comunicativos da empresa, suas barreiras e fluxos de informação; conhecer as redes formal e informal da empresa; e compreender a efetividade dos canais de comunicação existentes.



A equipe da agência Darana RP realizou uma visita técnica aos municípios de Capitão Gervásio Oliveira, Campo Alegre e à planta da Piauí Níquel, entre 15 e 17 de fevereiro de 2022, a fim de compreender o dia a dia da empresa e conhecer a comunidade.



Após a visita, foi feita a tabulação de dados das entrevistas e questionário.

ETAPAS DA PESQUISA:

5.

A produção do relatório do diagnóstico foi a quinta etapa do processo. A equipe da Darana RP fez a análise dos dados coletados na tabulação, escreveu sobre os pontos de melhoria e como a comunicação interna poderia se tornar mais estratégica e efetiva para todos os públicos da empresa.

6.

Após a finalização do relatório, o diagnóstico foi apresentado para o presidente e os demais gestores da PNM.

7.

Com base em toda a pesquisa de comunicação, a Darana RP montou um plano de veículos e um planejamento de comunicação com as principais soluções para a readequação dos meios de comunicação da empresa e sugestões de mudanças e melhorias em todo o fluxo interno comunicacional da organização.

8.

A fase final foi a implementação das ações e a readequação dos veículos da empresa. A agência assessorou e segue prestando serviços para a PNM para realizar tudo o que foi proposto no diagnóstico de comunicação interna.

PERÍODO DO PROJETO

INVESTIMENTO



O projeto ocorreu
no período de
**JANEIRO
A MARÇO**
de 2022.



A pesquisa de comunicação
teve o custo total de
R\$50 mil

RESULTADO DA PESQUISA

Identificação do perfil dos colaboradores da Piauí Níquel e criação de uma persona com base em gênero, idade, tempo de empresa e área dos colaboradores participantes do diagnóstico.

Perfil

Jailson é um homem de 36 anos. Trabalha na área de implantação, no setor de Processo de Mineração. Está na empresa há 8 meses e entrou para ajudar no início da operação.

Principais obstáculos

No seu dia a dia, ele encontra dificuldade de acesso a variedade de meios de comunicação e informação na empresa e na sua cidade. Também reside em uma comunidade com escasso acesso a cultura e opções de lazer.

Canais de comunicação

Ele utiliza o WhatsApp para falar com a família e ficar por dentro do que acontece na empresa. Às vezes acessa o Facebook fora do horário de trabalho e assiste jornal na TV, além de escutar a rádio local.



Objetivo

Seu objetivo com a PNM é conseguir crescer cada vez mais para ajudar a sua família em Capitão Gervásio Oliveira e desenvolver a comunidade em que vive.

Hábitos

Nos fins de semana, costuma sair para beber com os amigos no bar ou visitar a família, que está na comunidade próxima. Quando precisa resolver algum assunto pessoal, como questões bancárias, vai até São João do Piauí passar o dia lá.

Dia a dia de trabalho

Jailson não possui um local para descanso ou momentos de integração no seu trabalho, apesar de estar satisfeito com a empresa. Nos intervalos do almoço, ele acessa o celular para ler notícias em sites e conversa com familiares e colegas pelo WhatsApp.

RESULTADO DA PESQUISA



72.3% dos colaboradores da empresa (de um universo de 200 pessoas) responderam às entrevistas e questionário on-line, resultando em um excelente engajamento com a pesquisa de comunicação interna.

- As áreas com um maior número de respondentes foram Facilities (20.08%) e Processo de Mineração (18.8%).

PROCESSOS COMUNICATIVOS

- **88.5%** dos colaboradores afirmaram no questionário que o líder passa todas as informações necessárias para a realização do trabalho.
- **30.2%** dos respondentes disseram que recebem apenas informações sobre o que precisam fazer no trabalho no dia a dia e nenhuma informação sobre a empresa.

Também foram identificados os seguintes pontos:

Barreiras de comunicação

- **31.3%** dos colaboradores afirmam que não se sentem informados sobre a empresa.



Veículos de comunicação interna

- **77.1%** dos respondentes consideram os Diálogos Diários de Segurança (DDS) um veículo muito bom e eficiente.
- **88.3%** dos colaboradores utilizam o WhatsApp como principal meio de comunicação na empresa e o consideram muito bom e efetivo.

CONCLUSÃO

- A comunicação unilateral é predominante, pois há uma carência nos canais de feedback e sugestões.
- Os veículos de comunicação da empresa não são explorados nos formatos mais adequados aos públicos, como imagens, fotos de colaboradores e textos atrativos.
- Os colaboradores(as) ficam isolados(as) em sua área de atuação, cada um(a) em seu setor e muitas vezes não sabem o que acontece com os demais departamentos da companhia.
- Os colaboradores "terceiros" são parte das pessoas que compõem a região e evidentemente compartilham da mesma cultura organizacional da empresa. Atualmente, essas pessoas não estão inseridas nos canais de comunicação oficiais da companhia, porém é necessário que sejam incluídas como público estratégico, através de canais de comunicação específicos (previamente estudados).
- Os canais offline ainda são importantes para o público operacional, entretanto devem ser reavaliados para se transformar em um formato mais atrativo.
- Os colaboradores mais jovens preferem meios de comunicação digitais. Os mais velhos gostam dos meios virtuais, mas também sugerem um aumento de circulação de comunicação impressa na empresa.



CONCLUSÃO

Pontos fortes

Identificação com a empresa

Clima organizacional

Acesso a internet

Falta de burocracia

Transparência

Pontos de Melhoria

Barreira de linguagem

Comunicação operacional

Rádio peão

Comunicação de mão dupla

Veículo de comunicação
não explorado



EVIDÊNCIAS

Após a coleta de dados e elaboração do relatório da pesquisa de comunicação, foram produzidos dois documentos para a empresa:

■ Plano de comunicação anual

O planejamento de comunicação da Piauí Níquel tem o objetivo de estabelecer o processo oficial pelo qual a empresa vai se comunicar com todos os seus stakeholders, tornando a comunicação estratégica e, dessa forma, assegurando uma rede valiosa para obtenção de resultados.

■ Plano de redefinição de veículos

Esse documento tem o propósito de sugerir a readequação dos meios de comunicação interna já utilizados pela Piauí Níquel e propor novos veículos para compor um mix de soluções. Também foram apresentados os projetos editoriais e gráficos a serem seguidos pela área de comunicação.

As soluções a seguir estão sendo implantadas no momento.
Outras iniciativas do plano de veículos serão realizadas futuramente.

Jornal Xique-Xique

Lançado em junho deste ano, o jornal Xique-Xique chega como um novo veículo de comunicação, com o objetivo de levar informação sobre a empresa para os colaboradores, seus familiares e para a comunidade local. O jornal está em sua quarta edição.

Acesse a edição completa do jornal e faça o download!



Murais

A agência estruturou os novos murais da empresa, com o propósito de tornar a comunicação visual mais atraente para os colaboradores. Também houve a sugestão da reestruturação dos conteúdos, que estão em processo de mudança.

Mural Cumaru:

mural geral da empresa, voltado para as temáticas de campanhas de comunicação, campanhas de saúde, segurança, meio ambiente, institucional e vagas.



Mural Umbuzeiro:

mural das áreas da empresa, voltado para divulgação de indicadores, notícias institucionais, aniversariantes e novos contratados.



WhatsApp Business

Novo canal de comunicação para que os colaboradores pudessem falar diretamente com a empresa. Essa ferramenta passou a ser gerida pela nova colaboradora responsável pela comunicação interna da PNM.



A Piauí Níquel tem um novo canal de comunicação com seus colaboradores.

Quer falar com a gente?

Salva esse número
(31) 98215-6462 na sua agenda.

Por ele, você pode ficar sabendo de tudo o que quiser sobre a empresa e também receberá recados importantes.

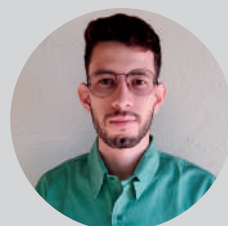
O horário de atendimento é de segunda a sexta, das 7h às 17h.

The advertisement features a smartphone with the WhatsApp Business interface. The screen displays the text 'O WhatsApp da PNM!' and the Piauí Níquel logo. Three large, green, 3D-style WhatsApp icons are positioned around the phone. The background is a solid green color with a white diagonal line.

Depoimentos dos colaboradores sobre os novos meios de comunicação

"Com os novos meios de comunicação, a nossa empresa trouxe mais entendimento para os colaboradores e comunidade, todos passamos a entender mais a Piauí Níquel Metais.

Com o Jornal Xique-Xique, por exemplo, passamos um pouco do dia a dia da nossa empresa e contamos um pouco das histórias particulares de cada colaborador. Fazendo assim, a interação e união de todos, comunidade e Piauí Níquel Metais."



Ericles Alencar
Assistente de Administração

"O jornal Xique-Xique é um meio de comunicação excepcional, pois com ele eu fico por dentro de todas as informações da empresa, da nossa relação com comunidade, sem falar que ele exalta a beleza que é trabalhar na Piauí Níquel, pois ele sempre busca a opinião dos nossos colaboradores.

Sobre o nosso WhatsApp Business, ele melhorou bastante o nosso contato profissional, pois através dele e do nosso grupo fico por dentro das lives que vão acontecer, sei os aniversariantes do dia e também fico por dentro de notícias sobre campanhas relacionadas a cada mês. Só quero parabenizar a toda a equipe responsável por esses meios de comunicação."



Silvaneide Oliveira
Técnica de Enfermagem

"Nós só temos a ganhar com os novos meios de comunicação, pois eles são de suma importância tanto para a comunicação interna, como para aproximar a empresa da comunidade. O jornal, além de informar sobre nossas ações, enaltece as boas práticas e a nossa história."



Rafaella Alencar
Assistente de Administração

"Os nossos novos canais de comunicação são bastante inovadores. O jornal Xique-Xique é simplesmente chique!

Já o nosso WhatsApp Business chegou para referendar de forma profissional a nossa comunicação. Essas iniciativas foram fantásticas."



Márcio Herbes
Supervisor de Meio Ambiente

FICHA TÉCNICA

Agência de Comunicação

Darana RP

Empresa contratante

Piauí Níquel Metais S/A - Gerência

Estratégia

Diagnóstico e Plano de Comunicação Interna

Período de realização

Início: fev/2022

Entrega final do relatório: mar/2022

Equipe técnica

Direção: Mariana Trindade Culpi

Coordenação: Camila Logrado

Atendimentos: Amanda Lobo e
Carolina Zalcbergas

Direção de arte: Jéssica de Paula

Revisão do book: Aloísio Pontes

