



A **Prefácio** é uma agência de comunicação corporativa sediada em Belo Horizonte/MG, que foi fundada em 1993.

Tem como missão promover a melhoria dos resultados das organizações por meio da comunicação estratégica e como propósito criar, sustentar e fortalecer vínculos entre pessoas.

Valores:

Seriedade • Dedicação • Integridade
Respeito • Transparência



TROFÉU JATOBÁ
CAT: COMUNICAÇÃO INTERNA

30 anos Prefácio Comunicação
NOVEMBRO DE 2021 A DEZEMBRO DE 2023

RAZÕES E MOTIVAÇÃO DO PROJETO

A Prefácio apresentou um crescimento constante na casa de **10%** nos últimos anos. Para sustentar este crescimento, foram contratados vários profissionais, com perfis bem diversos. Além de muita gente nova, o trabalho remoto na pandemia e, posteriormente, o formato híbrido deixaram clara a necessidade de se fazer o resgate e o reforço da cultura organizacional.

O ano era 2022 e a agência completaria 30 anos em 2023. Uma empresa completar três décadas em nosso país é motivo de orgulho e merece comemoração. E a Prefácio queria abordar a data de forma humana e valorizando as pessoas que fazem parte da empresa.

Para isso, era preciso nivelar a percepção dos colaboradores e gerar engajamento e orgulho de trabalhar na Prefácio. O resgate da cultura foi o primeiro passo para a comemoração desse marco temporal.



OBJETIVOS

- Retomar e reforçar a cultura da empresa para nivelar a percepção dos colaboradores.
- Gerar sentimento de orgulho e pertencimento.
- Estimular o engajamento nas comemorações dos 30 anos da Prefácio.
- Apresentar a cultura da Prefácio aos novos colaboradores.
- Reforçar os valores e a missão.
- Resgatar as ações internas tradicionais da empresa, suspensas na pandemia.
- Comemorar os 30 anos da agência.

REALIZAÇÃO

De novembro de 2021 a dezembro de 2023

PÚBLICOS-FOCO



- Colaboradores da Prefácio.
- Pessoas que fizeram parte da história da Prefácio (ex-colaboradores, parceiros, fornecedores e clientes), aqui considerados público interno.

ESTRATÉGIAS

A campanha contou com duas fases:

1 NOSSO JEITO

(novembro de 2021 a dezembro de 2022)

Etapa de resgate e disseminação da cultura organizacional, com ações de sensibilização, informação, interação, realização de atividades e eventos tradicionais na agência e construção em conjunto do propósito.

2 30 ANOS FEITOS POR PESSOAS

(janeiro a dezembro de 2023)

Etapa de reforço da cultura, na primeira fase, com a comemoração dos 30 anos de agência. Durante todo o ano, ações de divulgação da memória empresarial, reforço dos valores, valorização das pessoas que fazem e fizeram parte da história da agência, definição e **divulgação do propósito** da Prefácio, eventos, criação do comitê de DE&I e outras atividades foram realizadas e ainda estão em curso (a campanha termina em dezembro de 2023).

NOSSO JEITO

Quem trabalha ou trabalhou na Prefácio reconhece o jeito de ser e fazer da agência. A empresa tem uma história de cultura forte, capitaneada pelas fundadoras e baseada em princípios e valores que são praticados dia a dia:

- trabalho em equipe,
- qualidade de entrega,
- uso adequado dos recursos,
- foco em resultado e no cliente,
- valorização das pessoas,
- economia de insumos (sustentabilidade do negócio e do meio ambiente),
- conexões para além do trabalho,
- ambiente leve e descontraído.

Esse jeito de ser, o **NOSSO JEITO**, foi verbalizado e demonstrado a partir de diversas ações interativas, de engajamento e informativas, usando-se canais estruturados de comunicação, além de eventos e atividades dinâmicas e lúdicas.

30 ANOS FEITOS POR PESSOAS

Sim! Não existiria Prefácio se não fossem as **pessoas**. Elas são a base da agência e o seu maior patrimônio: as fundadoras e seus familiares, os colaboradores atuais e todos que fizeram parte do time, os clientes, os parceiros, os fornecedores. Pessoas que fazem o Nosso jeito acontecer hoje e fizeram acontecer por 30 anos.

Como comemorar esse marco pensando no negócio sem destacar as pessoas!?

A Prefácio trabalha com a inteligência da comunicação e isso só é possível tendo uma equipe alinhada e aderente à cultura organizacional. Feito por pessoas foi o mote que reforçou o protagonismo de cada um que é ou foi Prefácio, fortalecendo ainda mais a cultura, o nosso jeito, até mesmo quando o assunto é comemorar.

ARTE E CULTURA são o jeito Prefácio

Além dos dois motes que se complementaram e fortaleceram a campanha e seus objetivos, a ação ainda contou com um viés cultural. A Prefácio valoriza a produção artística em todas as suas formas de expressão: artes plásticas, literatura, cinema, música etc. Dessa forma, ações culturais foram realizadas em três momentos diferentes:

1 FESTA REBOBINA

Festa de fim de ano, fechando a primeira fase da campanha e abrindo a segunda fase. O evento foi temático dos anos 1990 (época de criação da agência), com playlist colaborativa, ambientação, fantasias, videogame e fliperama, guloseimas e divulgações sobre a década de 1990, aflorando lembranças de quem viveu a época e apresentando algumas características aos mais jovens.

2 VISITAÇÃO AO INHOTIM

O maior museu a céu aberto do mundo foi cenário para estimular a reflexão da equipe sobre cultura e arte. O dia de trabalho foi diferente e especial, com direito ao ócio criativo.

3 FESTA NO P7 CRIATIVO

A comemoração dos 30 anos da agência foi realizada "onde criatividade e inovação acontecem", o rooftop de um prédio icônico no centro de BH, projetado por Oscar Niemeyer na década de 1950.

Nada foi por acaso: a campanha foi planejada em cada detalhe, de forma a termos conteúdos e ações refletindo verdadeiramente a cultura Prefácio.

Retorno ao presencial:

Após 1 ano e 8 meses em home office, as pessoas retornaram ao trabalho híbrido em novembro de 2021, adotando todos os cuidados previstos nos protocolos recomendados pelos órgãos de saúde. A Casa Prefácio foi ambientada para receber os colaboradores e cada um ganhou um kit com álcool, caneca e o protocolo, além de um caderno com o apelo de criarmos novas histórias juntos. Aqui começou a campanha de cultura, fase 1 do projeto dos 30 anos.

Aderência à cultura da agência:

Avaliação da aderência à cultura da agência por meio de um formulário preenchido por toda a equipe.

Resgate das ações internas tradicionais:

Retomada de práticas tradicionais da empresa, reforçando o jeito Prefácio de festejar e comemorar, como Carnaval, bolão do Oscar e da Copa, Páscoa, Lanche Feliz, Festa Junina e ações de sustentabilidade.

Comunicação dos valores da agência:

Envio de pílulas informativas e e-mails destacando os valores da agência.

Renovação de fotos da equipe:

Atualização das fotos de todos os membros da equipe, reforçando que a empresa é construída pelas pessoas.

Conhecimento Compartilhado sobre Cultura Organizacional:

Este evento é tradicional na Prefácio, todo mês uma pessoa se oferece ou é convidada para falar sobre um tópico de relevância ou no qual é especialista. No Conhecimento Compartilhado especial Cultura, contamos com a participação de Denise D'Assunção Leite, da Fundação Dom Cabral (FDC), especialista em cultura organizacional. A palestra de Denise marcou o início da minicampanha para definição do propósito da empresa.

Dia de imersão em Inhotim:

A equipe participou de uma visita ao Inhotim, o maior museu a céu aberto do Brasil, conhecido pelo acervo de arte e jardim botânico. Esta experiência proporcionou uma ampliação do olhar artístico e criativo da equipe, em alinhamento com os valores da Prefácio. Todos os colaboradores foram convidados a participar, e aqueles que não puderam comparecer foram incentivados a buscar outras experiências culturais.

Início da gincana e entrega da camiseta temática:

Durante o passeio, todos receberam uma camisa com slogan “Nosso jeito Prefácio” e informações sobre a gincana que começou a partir daí. Oito times participaram, cada um com o nome de um dos Valores. A camisa foi igual para todos, independente do valor escolhido, pois a integração da equipe refletia a cultura Prefácio na sua completude.

Gincana:

Foram três atividades relacionadas aos pilares Sustentabilidade, Criatividade e Trabalho em Equipe.

- **Primeiro desafio:** incentivo à redução do consumo de energia nas casas da equipe, com a verificação dos resultados por meio do envio das contas de luz no fim do mês. Esta dinâmica se estendeu às famílias, como incentivo à redução do consumo de energia elétrica.
- **Segundo desafio:** alinhado ao valor Criatividade. Cada grupo criou uma releitura de uma obra observada em Inhotim, acompanhada de um texto. O grupo vencedor foi escolhido por meio de uma votação
- **Terceiro desafio:** relacionado aos atributos do colaborador Prefácio. Cada grupo recebeu uma mensagem enigmática sobre um atributo específico e teve que desvendá-lo.

Ganhou o grupo que decifrou mais rápido o enigma. Ao final, a equipe vencedora ganhou um vale compras simbólico como prêmio.

AÇÕES

Nosso jeito

2022

Festa de fim de ano – Rebobina:

A equipe encerrou o ano com uma festa temática, o Rebobina Prefácio, alusiva à década de 1990 e à fundação da Prefácio.

Na festa, a diretoria anunciou que 2023 seria dedicado às comemorações pelos 30 anos da agência. Algumas ações foram antecipadas e foi pontuando que a participação e o engajamento de todos na fase preparatória (a campanha Nosso Jeito) seria reverberada ao longo de 2023 (30 anos).

Propósito Prefácio:

Também foi divulgado o propósito da empresa, inspirado nas contribuições da equipe e homologado pela diretoria: ***Criar, sustentar e fortalecer vínculos entre pessoas.***

Selo comemorativo:

O selo dos 30 anos e o slogan foram apresentados à equipe.

30 anos feitos por pessoas

2023

Foco nas pessoas:

A reunião anual, que ocorre no fim de janeiro, a diretoria anunciou que este seria o ano de valorização das pessoas, associando o slogan dos 30 anos a medidas como revitalização do Programa de Avaliação de Desempenho, implantação da política de Cargos e Salários, adoção de benefícios ligados à saúde física e mental.

Memória empresarial:

A história da Prefácio foi resgatada por meio de depoimentos e lembranças, tornando-se posts nas redes sociais e editoria fixa no boletim interno. Diretoria e colaboradores compartilharam histórias e experiências. Foi criada uma lista de transmissão no WhatsApp com ex-colaboradores que aderiram à campanha para compartilhar e acompanhar as histórias em primeira mão. Um forma de manter relacionamento com quem fez parte da história.

Caneca 30 anos:

Os parceiros e fornecedores antigos receberam caneca e bombons temáticos, lembrando os 30 anos da Prefácio. A ação teve repercussão nas redes e estreitou os relacionamentos com este público, essencial para o negócio.

AÇÕES 2023

30 anos feitos por pessoas



Tradições:

Foram mantidas as práticas tradicionais, como concurso de Carnaval, bolão do Oscar, Lanche Feliz (evento mensal de confraternização) e Festa Junina, sempre que possível associadas aos 30 anos.

Tempo de casa:

O programa de valorização dos "pratas da casa" foi revisto, com entrega de brindes especiais no ano comemorativo. A agência tem funcionários com mais de 20, 18, 15, 10 anos de casa.

Anúncio no Anuário da Comunicação Corporativa:

Diante da importância do anuário para o segmento, foi veiculado anúncio institucional sobre os 30 anos da agência.

Festa de 30 Anos:

Em agosto, foi realizada uma grande festa de aniversário de 30 anos. Foi o ápice das comemorações, reunindo 200 convidados no espaço P7 Criativo. Colaboradores e familiares, clientes, fornecedores, parceiros e ex-colaboradores estiveram presentes. A equipe chegou duas horas antes dos demais convidados para um momento exclusivo, ao pôr do sol, quando foi feito o brinde do aniversário. A festa teve cobertura nas redes sociais e imprensa, com alto engajamento e calda longa.

"De Repente 30!":

Para destacar a história da agência ao longo dos anos, foi desenvolvido um vídeo descontraído com momentos marcantes. Na agência, montamos um painel ilustrado com fotos desses momentos - cada colaborador teve a oportunidade de contribuir - , formando, ao final, o número 30.

Comitê de Diversidade:

Como parte da evolução natural da agência, foi implantado o Comitê de Diversidade, Equidade e Inclusão (DE&I) da Prefácio, com o objetivo de promover um debate estruturado e ampliar a conscientização da equipe sobre o tema.

Workshop de Comunicação Interna:

A edição do workshop de CI, com o tema Comunicação e Diversidade, foi realizada em 13 de setembro. Clientes e especialistas da agência compartilharam conhecimentos sobre o tema. Realizado de forma híbrida, o evento repercutiu na imprensa e teve 376 visualizações no Youtube até 25 de setembro.

ALGUNS RESULTADOS

Uma empresa do porte da Prefácio sobreviver e crescer no Brasil é motivo de muito orgulho, o que justifica toda a celebração dedicada ao marco. As ações visaram, principalmente, preparar a agência para continuar firme e enfrentar os desafios das próximas décadas.

Os objetivos de engajamento e pertencimento foram atingidos. As ações de comemoração dos 30 anos seguem até dezembro, com um evento interno de encerramento. Em janeiro de 2024, será aplicada pesquisa de clima e engajamento para aferição das melhorias que são percebidas no dia a dia da agência.

- A campanha resultou em um aumento significativo no engajamento da equipe, alinhado com a cultura da Prefácio, percebido por meio da participação da equipe nas ações internas e nas postagens das redes sociais.
- Na pesquisa inicial, feita para saber se a cultura da agência estava sendo aplicada no dia a dia, foram obtidos 68% de respostas.
- A gincana de 2022 teve participação de 70% dos colaboradores. Na visita ao Inhotim, 72% das pessoas participaram.
- A festa dos 30 anos teve participação de 92% da equipe.
- O Workshop de CI teve a participação de 65% de convidados presenciais e alcançou 376 visualizações no Youtube.