

[B]³

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

Sumário

Quem somos	<u>3 a 5</u>
Contexto	<u>6 a 8</u>
Nosso propósito	<u>9 a 12</u>
Desafio	<u>13 a 15</u>
Estratégia	<u>16 a 20</u>
Tático	<u>21 a 33</u>
Investimento	<u>34 a 35</u>
Resultados	<u>36 a 40</u>
Conclusão	<u>41 e 42</u>
Nosso time	<u>44</u>

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

[B]³

Quem somos

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

Somos a bolsa do Brasil

A B3, a bolsa do Brasil, é uma empresa de infraestrutura de mercado completa, com posição de destaque global no setor de bolsas de valores.

Nossas atividades abrangem as etapas que acontecem antes, durante e depois das negociações de ativos financeiros e nossa atuação está em constante transformação para acompanhar e acelerar a sofisticação do mercado, seja na bolsa e no balcão ou em infraestrutura para financiamento.

Em outras palavras: oferecemos uma plataforma tecnológica na qual empresas e investidores podem se conectar, de maneira segura e eficiente, para negociar ativos financeiros.

Uma empresa conectada com a sociedade

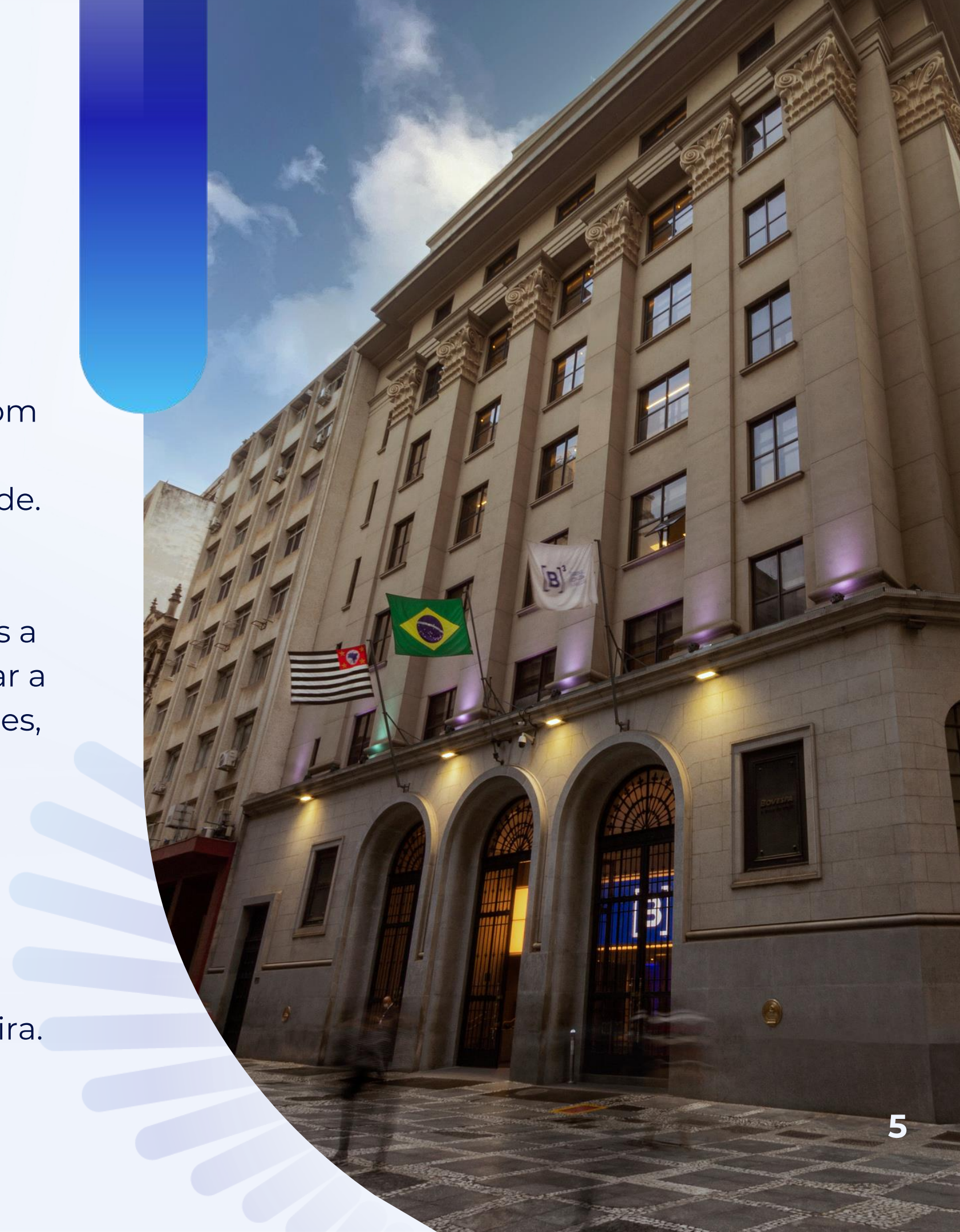
Nossa história soma mais de 100 anos e está totalmente entrelaçada com o desenvolvimento do mercado financeiro e de capitais brasileiro. Acreditamos que nossas operações geram grande valor para a sociedade.

Com nossa atuação, oferecemos às empresas uma fonte de financiamento acessível e eficiente. Ao mesmo tempo, proporcionamos a quem quer ampliar seu patrimônio alternativas seguras para diversificar a estratégia de investimento. E isso vale para todos os tipos de investidores, até mesmo para quem tem pequenos valores e ainda está dando os primeiros passos na bolsa.

Costumamos dizer que o valor gerado pela nossa atividade toca diretamente a vida das pessoas, já que de um lado contribui para impulsionar a economia real e criar mais empregos e, de outro, ajuda a melhorar a poupança privada das famílias e a trazer segurança financeira.

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



[B]³

Contexto

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

Transformação cultural

"O ano de 2023 marcou a consolidação da nossa cultura, com o lançamento do propósito da Companhia. Começamos esta jornada há seis anos, quando ocorreu a fusão das empresas Cetip e BM&FBOVESPA, que deu vida à marca B3.

Primeiro, estabelecemos nossos valores; depois, nossa causa; e agora já temos maturidade institucional suficiente para afirmar: nós existimos para conduzir o desenvolvimento econômico sustentável no país para a sociedade prosperar.

Esse papel está tanto em entregar serviços estratégicos para o crescimento da economia como em induzir as empresas e investidores a adotarem boas práticas. Todas as nossas principais iniciativas estão consolidadas no nosso [relatório anual](#) de 2023.

Vamos trabalhar nosso propósito com afinco em tudo o que fazemos – e temos grandes ambições. Nos últimos anos, fortalecemos as estruturas do nosso negócio. Se fôssemos um barco, poderíamos dizer que cuidamos do motor, do casco e do timão. Agora, estamos mais fortes e prontos para ganhar velocidade."

Gilson Finkelsztain, **CEO**
B3

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



Nosso propósito, nossa razão de existir

O propósito tem a função de orientar todas as nossas atividades – das mais estratégicas às mais cotidianas. Assim, tudo o que fazemos deve estar, direta ou indiretamente, a serviço desta **causa maior**.

Por que precisamos de um propósito?

- Diagnóstico da evolução de cultura;
- Necessidade de perspectiva de longo prazo;
- Dar senso de direção (visão);
- Fortalecer senso de pertencimento e orgulho;
- Aumentar conexão e vínculo das pessoas.

Para que usamos nosso propósito?

- Mote para a cultura e evolução;
- Direcionador do engajamento e desenvolvimento da liderança;
- Fortalecimento de vínculo das nossas pessoas.

[B]³

Nosso propósito

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

Como nosso propósito foi estruturado?

- Co-criação com líderes para direcionamento e priorização de premissas;
- Busca de uma frase objetiva, bilíngue e com um verbo forte.

Estrutura do propósito:

Tipo: inspirador

Precisamos nos sentir reconhecidos e motivados pelo trabalho que é feito. Algo que torna a ação única e inspiradora.

Para quem: voltado à sociedade

Motivações que adotam uma causa mais voltada ao bem-estar da sociedade como um todo. Tendem a ser propósitos mais inspiracionais e altruístas, abrangendo muito mais que o seu próprio negócio.

VERBO	+	O QUE	+	PARA QUEM	+	PARA QUÊ
Conduzir		Desenvolvimento econômico sustentável		Sociedade		Prosperar
Papel de liderança. Promove mudanças e guia outros durante a jornada.		Conexão direta com a nossa área de atuação e com o caminho que acreditamos para o futuro (ESG).		Público impactado pelas nossas iniciativas e atuação.		Significa evolução e desenvolvimento, além de enriquecimento. Tangibiliza o impacto na sociedade de forma mais humana.

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

Conduzir o desenvolvimento econômico sustentável para a sociedade prosperar.

Este texto reflete o nosso papel de principal infraestrutura de mercado no país e o compromisso de contribuir com a construção de um Brasil mais desenvolvido, justo e inclusivo.

[B]³

Desafio

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



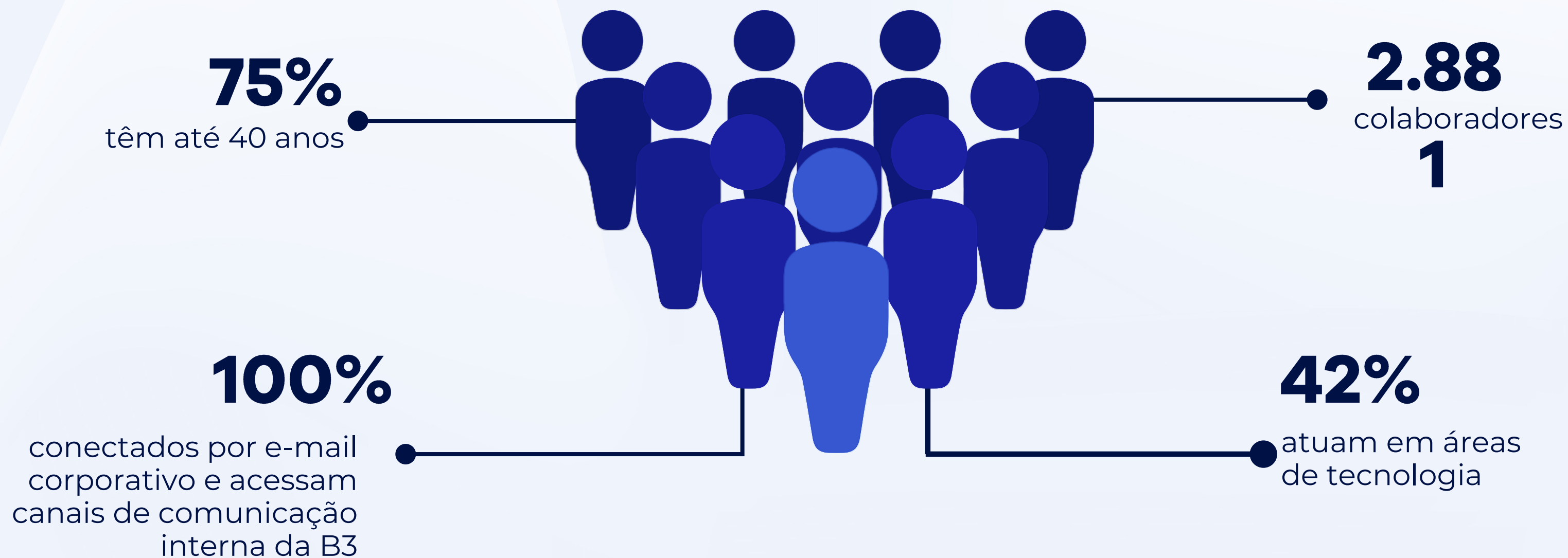
Como tangibilizar nosso propósito para os nossos colaboradores?

As pessoas que trabalham conosco são parte fundamental dos nossos negócios e de nosso propósito. São elas as responsáveis pela evolução constante de nossos produtos e serviços, pelas inovações que trazemos ao mercado e pelas entregas que realizamos todos os anos.

Além disso, são o principal ponto de conexão com nossos clientes e toda a sociedade. Acreditamos no potencial individual de nossos talentos, impulsionado pela colaboração. Incentivamos o processo de aprendizagem contínua e realizamos diversas iniciativas para reforçar o engajamento de nossos times.

Sabemos que juntos podemos construir as mudanças que queremos ver no futuro. Essa visão é o que chamamos de “Jeito B3” de fazer acontecer. Promovemos a diversidade e estimulamos a autenticidade para que as pessoas possam ser quem elas realmente são. Aqui, cada um, a seu modo, nos ajuda a construir o que somos.

Quem é o público interno da B3?



[B]³

Estratégia

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



Conectar nossa estratégia de comunicação com a estratégia do nosso negócio

Nosso trabalho de comunicação também exerce um papel fundamental, contribuindo para que todos os funcionários tenham uma visão clara de nossa estratégia e nosso propósito.

Isso permite criar um vínculo direto entre o que as pessoas fazem em seu dia a dia e os objetivos da organização. Desta forma, fortalecemos cada vez mais o engajamento interno de nossos times.

Editorias de **comunicação** interna





Alexandre Nobeschi
**Superintendente de
Comunicação da B3**

Com a palavra, nosso time de comunicação interna

"Como pode uma empresa prosperar de maneira sustentável sem um compromisso profundo com valores que transcendem os objetivos de negócio? Mas o que isso significa e por que é crucial que cada funcionário seja impactado por esse propósito?"

Sensibilizar esse público é um dos maiores desafios da comunicação e da liderança. São os valores, as crenças, os comportamentos e as causas, muito mais do que produtos e serviços, que cativam as pessoas que se relacionam com uma companhia, sejam elas funcionários, clientes ou parceiros.

Ao construir o plano de comunicação para fortalecer o propósito da B3, nosso norte era fazer com que cada um se identificasse com a missão da companhia. Compreendendo que cada atitude e cada decisão tem impacto na vida de milhões de pessoas diariamente. Afinal, todos nós buscamos uma conexão mais profunda, um senso de propósito que nos eleve e nos inspire.

Com esse direcionamento, tornamos cada funcionário embaixador não apenas da marca, mas do que acredita. E, na B3, é inegável o nosso sentimento de que trabalhamos todos os dias para impulsionar o desenvolvimento sustentável do nosso país.

Não deixamos de falar de objetivos de negócio, números e metas. O mais importante, porém, foi inspirar cada um de nós para a transformar uma empresa em uma energia imbatível."

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

Plano de lançamento

O planejamento de comunicação interna para o lançamento do **nosso propósito** contou com ações em três momentos-chave do cronograma de divulgação:

Pré-lançamento

Esquenta

Workshop de líderes
Contagem regressiva
Vídeo-teaser

09/08/2023

Lançamento

Toque de campanha*

Evento interno surpresa
Ativação da bandeira
Vídeo-manifesto

Pós-lançamento

Sustentação

Missão influenciadores B3
Guia de uso do nosso propósito
Grade de comunicação interna

*É o evento mais **simbólico** que temos na B3. No dia a dia do nosso negócio, o toque de campanha marca eventos importantes de mercado, como a estreia das ações de uma empresa na bolsa, o famoso IPO. E quando temos datas ou eventos institucionais muito importantes, reproduzimos um toque de campanha simbólico, no mesmo horário da abertura do pregão.

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

[B]³

Tático

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

Pré-lançamento

#nossopropósito

Organizamos uma série de workshops para líderes com o objetivo de apresentar o nosso propósito e orientá-los em primeira mão sobre o cascadeamento da estratégia para as equipes internas nas semanas seguintes.

Sem informar de antemão que o novo propósito da B3 seria anunciado, criamos uma **contagem regressiva** para gerar expectativa nos colaboradores em relação a um evento que traria uma novidade boa para toda a empresa.

Toque de campainha para colaboradores

Aproximadamente 1.300 pessoas participaram presencialmente e virtualmente do **toque de campainha** de lançamento do nosso propósito, em agosto de 2023. Isso representa 45% do time B3.



Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



Ativação da bandeira

Todos os colaboradores que participaram do lançamento assinaram a bandeira do propósito, tangibilizando o nosso orgulho de pertencer ao time B3.

Quase um ano depois do evento, a bandeira continua hasteada no saguão do prédio da nossa sede, lembrando a todos que a construção e o fortalecimento do nosso propósito é uma tarefa viva no nosso dia a dia. E não temos planos de tirá-la de lá tão cedo.

Vale destacar que a nossa bandeira também tem chamado a atenção de pessoas de fora da B3, como a influenciadora Camila Coutinho.





Vídeo- manifesto

Convidamos parte do time B3 para participar do vídeo-manifesto para nos lembrar que uma empresa é um organismo vivo, construído por pessoas e movido pelo nosso propósito. Aqui na B3, ele direciona a nossa perspectiva de longo prazo, é um marco importante da evolução da nossa cultura e dá sentido para o que fazemos diariamente.

No evento surpresa de lançamento, exibimos os nomes de todos os nossos colaboradores, formando, juntos, a frase escolhida para representar o nosso propósito. Foi um momento muito emocionante, planejado com a intenção de despertar o senso de pertencimento no nosso time.

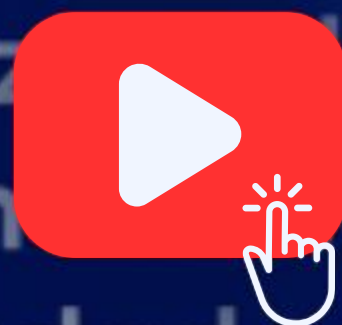
Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



Nosso jeito, nosso propósito

Conduz o desenvolvimento econômico sustentável para a sociedade prosperar



Sutentação

#nossopropósito

Inserimos o tema na grade de conteúdo recorrente dos nossos canais de comunicação interna, usando a hashtag **#nossopropósito**.

A B3 conta com quatro canais de comunicação interna que são povoados por matérias, séries, podcasts e videocasts, atrelados aos Pilares de Conteúdo da B3. Os canais são digitais, uma vez que todo o público interno tem fácil acesso a essa categoria de mídia.

Intra



É o principal canal de notícias sobre a B3. Conta com uma timeline interativa, em que tanto a B3 quanto os colaboradores podem fazer suas postagens.

Comunica



Boletim enviado por e-mail, semanalmente, com destaque para os principais assuntos em pauta na B3.

TV Corporativa



Telas disponíveis nos andares do escritório da B3 e atualizadas diariamente.

Boletim da Liderança



Mensagens quinzenais com atualizações relevantes sobre a empresa, enviadas por e-mail para a liderança.

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

Meta de comunicação interna

50%

de **todos os conteúdos** publicados em 2024 nos nossos canais internos estarão conectados ao ***#nossopropósito***



Criamos essa meta de comunicação para formalizar o nosso compromisso de materializar o propósito nas entregas de cada área da B3.

O nosso propósito está conectado a tudo o que fazemos na B3 e essa ligação pode ser percebida em um ou mais elementos das nossas entregas. Alguns projetos terão uma relação mais nítida com nosso papel de conduzir, reforçando nossas ações que estimulam o mercado por meio da indução de boas práticas.

Outros, terão uma conexão muito forte com desenvolvimento econômico, seja em tornar um produto mais atrativo para a pessoa física ou em mudanças que melhoram a experiência de clientes institucionais, trazem mais liquidez para o mercado, aquecem a economia e resultam no desenvolvimento da sociedade.

Guia de como usar o nosso propósito

Para **estimular** nossos colaboradores a enxergarem cada vez mais a conexão do nosso propósito com suas atividades de trabalho, preparamos um guia. Ele traz uma lista de boas práticas e exemplos de como conectar o nosso propósito com tudo o que acontece na B3.

Sorteio de ingressos para colaboradores

Por meio de sorteios, abrimos espaço para o time B3 participar das iniciativas culturais e dos eventos para o mercado que promovemos no Centro de São Paulo. Na prática, queremos engajar os colaboradores com o nosso propósito de contribuir com o desenvolvimento do Brasil. E isso também passa pela democratização da cultura.



Arena B3: reservamos para os nossos colaboradores ingressos do festival de arte e cultura que promovemos no coração da capital paulista. A programação, que conta com novidades todo fim de semana, é divulgada no [site da Arena B3](#) e na nossa intranet.

Portas Abertas: mensalmente, colaboradores podem se inscrever para participar de eventos que fazem parte do nosso dia a dia de negócio, ao lado dos nossos clientes, como IPOs, follow-ons, lançamento de produtos e leilões.

Missão influenciadores B3

Dentro do nosso programa de influenciadores internos, incluímos uma pontuação adicional como recompensa das missões que estimulam a criação de postagens conectadas ao **#nossopropósito**. Conteúdos autorais sobre esse tema publicados pelos nossos colaboradores tanto na Intra quanto no LinkedIn geram mais pontos.

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



Programa #InfluencersB3

Criado em janeiro de 2022, visa o engajamento e a criação de vínculos e proximidade com o público interno.

Com base nas informações do nosso Painel de Comunicação Interna – Dashboard de Resultados, identificamos as pessoas mais ativas na comunicação interna da B3. São funcionários que atuam até o nível gerencial, das mais diversas áreas da companhia.

Os **#InfluencersB3** são verdadeiros agentes de comunicação na B3.

Recebem **capacitação específica** e são presenças garantidas em eventos da B3 e outras iniciativas apoiadas pela companhia.

Quanto **maior o engajamento** dos influenciadores, maior a pontuação que recebem na nossa plataforma gamificada. Os colaboradores que se mostrarem mais influentes ao longo do ano podem ser **premiados** com gift cards, brindes e convites para eventos.

Além de disseminarem informações da B3 na Intra, os participantes acabam fortalecendo também sua atuação como **influenciadores no ambiente offline**, tornando-se referências e importantes parceiros da B3 nesta jornada.

No âmbito interno, recebem informações sobre **assuntos relevantes** em primeira mão e criam posts sobre o dia a dia na companhia de forma autoral, com liberdade para dar o tom que desejam.

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

[B]³

Investimento

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



A B3 investiu aproximadamente R\$ 120,00 por colaborador participante da campanha, referente a custos com evento e transmissão.

A priorização de conhecimento interno permitiu chegar a um custo bastante eficiente e viável para uma campanha com importante impacto na qualidade de vida dos colaboradores.

Evento de lançamento
+ bandeira

R\$ 105.000

Vídeo institucional,
cobertura audiovisual
e transmissão ao vivo
do evento

R\$ 50.000

[B]³

Resultados

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

Nuvem de palavras

O engajamento dos **nossos colaboradores** nas ações de comunicação interna que têm o objetivo de estimular a conexão do nosso propósito com o dia a dia de trabalho na B3 fica evidente quando observamos a nuvem de palavras que mapeia as hashtags utilizadas na nossa Intra.

A hashtag #nossopropósito foi a segunda mais usada nos nossos conteúdos institucionais, considerando as publicações na Intra e nas redes sociais da B3, entre os meses de maio e julho de 2024.



Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

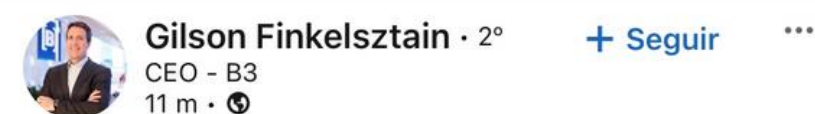
Posts de colaboradores

Para estimular as postagens espontâneas dos colaboradores na Intra e nos seus perfis de redes sociais, criamos um kit visual personalizado para as publicações. No total, tivemos 50 posts de funcionários no LinkedIn, utilizando a hashtag *#nossopropósito*

Além disso, criamos uma estratégia de divulgação que contou com posts institucionais e também nos perfis dos executivos da B3.

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



Qual o nosso propósito? Qual a B3 que queremos para o futuro?

Esta semana convidamos todo o time a refletir sobre isso, quando nos unimos para o lançamento do propósito que reafirmou o compromisso com os nossos clientes, sociedade e com o Brasil.

"Conduzir o desenvolvimento econômico sustentável para a sociedade prosperar".

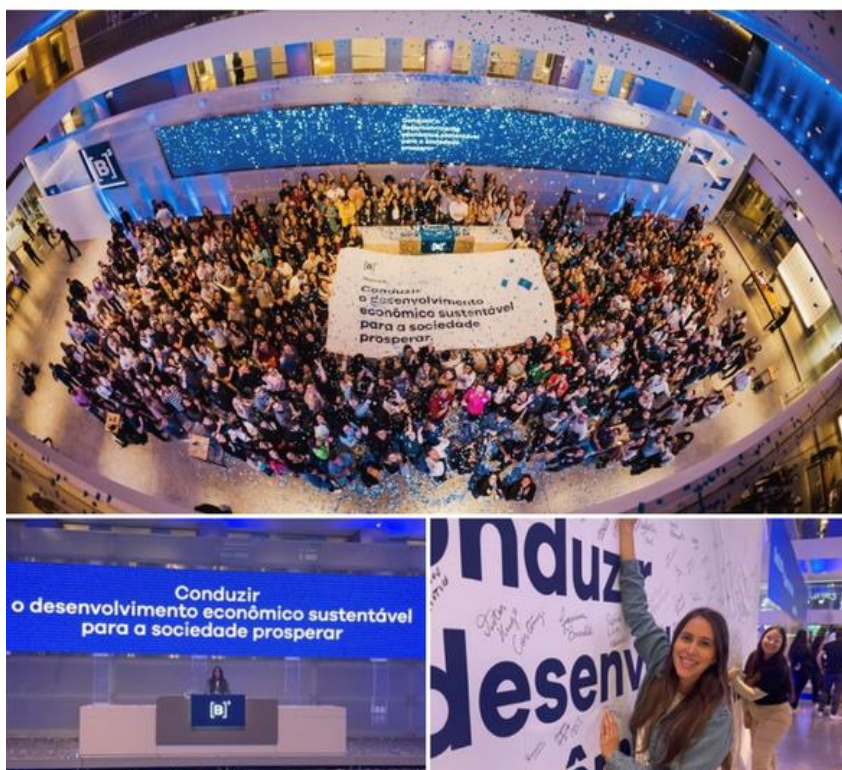
É um orgulho ver o avanço da cultura corporativa e construir junto com esse time o **#JeitoB3**.

<https://lnkd.in/dPun3YJV>



Você já descobriu o seu propósito? Eu ainda me pego pensando nisso, no lado pessoal. Mas falando da área profissional, posso dizer que assino embaixo do propósito da B3: Conduzir o desenvolvimento econômico sustentável para a sociedade prosperar.

Que lançamento especial! E como é bom trabalhar em uma empresa com os valores que eu me identifico e um propósito inspirador. Isso nos move, pelo time, pelos clientes, pela sociedade e pelo nosso país. É a bolsa do Brasil! **#JeitoB3 #NossoPropósito #B3**





Stefany Tangi (ela/dela/she/her) • 1º
Gerente de Comunicação | Mãe do Eduardo
11 m • Editado •

“Conduzir o desenvolvimento econômico sustentável para a sociedade prosperar”. Esse é o propósito da **B3** que lançamos hoje para os quase 3 mil funcionários da bolsa do Brasil.

Como é legal quando vc encontra um lugar em que o seus valores pessoais dão aquele match perfeito com o caminho que a companhia quer seguir.

Que orgulho participar desse momento tão importante na jornada de cultura da empresa e poder contribuir com essa construção!

Lilian Thiana Destro Martins, Marina Almeida, Naum Alves, Gabrielly Simeão, Isabella Tramontino, Ana Carolina Flório, Juliana Fernandes, Manuela Rodrigues Alves, Carlos Cristofanilli - BRABOS que botaram isso tudo de pé! ❤️

A gente constrói juntos e celebra juntos!
Obrigada por tornarem o **#JeitoB3** algo tão palpável e verdadeiro!



Jaqueline de Lima Costa

14 de ago. de 2023

A área de modelagem de tarifação de produtos listados e de tecnologia tem um papel importante pra sustentação de empresa, e é fundamental para **#NossoPropósito** de conduzir um desenvolvimento econômico sustentável.

Garantir políticas de preço justas não apenas no lado de sustentabilidade do negócio, mas de entrega de valor pro cliente, incentivar boas práticas do mercado com regras justas e que previnem abusos, são algumas diretrizes que guiam o dia a dia da nossa área, e que estão super alinhadas com o propósito B3.



4 respostas • Última resposta 17 de ago. de 2023



Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



Fernando Bruno Dos Santos

18 de ago. de 2023

Como você entrega o nosso **propósito** no seu dia a dia?

Segurança é um requisito de qualidade :-)

A empresa tem como **propósito** conduzir o desenvolvimento econômico sustentável para a sociedade prosperar. A atividade de segurança da informação é fundamental para garantir que a empresa possa cumprir seu **propósito** com segurança e confiança. A segurança da informação é um pilar fundamental para o desenvolvimento econômico sustentável e para a prosperidade da sociedade.

A segurança da informação é uma grande aliada de empresas, pois é responsável por evitar que qualquer pessoa distribua, de forma indevida, dados sobre vendas, margem de lucro, concorrentes, entre outras. A segurança da informação tem como objetivo blindar os dados de uma empresa contra acessos não autorizados, alterações indesejadas, vazamentos, invasões aos sistemas e perdas de dados e informações sensíveis e valiosas. A atividade de segurança da informação é fundamental para garantir a continuidade dos negócios e a proteção dos dados da empresa e dos clientes que atende.

[#NossoPropósito](#)
[#MissãoInfluencer](#)



Renata Fernandes Correa

24 de ago. de 2023

Como você entrega o nosso **propósito** no seu dia a dia?

A Segurança da Informação e proteção dos dados está em nosso dia a dia. A empresa tem como **propósito** conduzir o desenvolvimento econômico sustentável para a sociedade prosperar. A atividade de segurança da informação é fundamental para garantir que a empresa possa cumprir seu **propósito** com segurança e confiança. A segurança da informação é um pilar fundamental para o desenvolvimento econômico sustentável e para a prosperidade da sociedade.

A B3 trabalha ativamente para assegurar que as informações divulgadas para os clientes sejam verdadeiras e íntegras, contando com controles apurados de monitoramento das informações fornecidas, utilização de tecnologias de ponta, pessoas treinadas e processos bem estruturados.

[#NossoPropósito](#)
[#MissãoInfluencer](#)



Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

[B]³

Conclusão

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



Criação de comunidade agrega valor para qualquer **marca empregadora**

Nos últimos anos, a formação de comunidades autênticas, compostas por pessoas que têm interesses em comum, aparece em todos os relatórios de tendências para a comunicação. Uma comunidade engajada é um ativo especialmente valioso para qualquer marca empregadora.

Em paralelo ao ritmo acelerado das inovações trazidas pela IA, a conexão entre pessoas reais também tem ganhado força, quase como um contraponto à comunicação automatizada. Vemos, portanto, que existe espaço de crescimento para ambos os tipos de projetos de comunicação interna: tanto com foco na inteligência artificial, quanto na humana.

Quando falamos de propósito, falamos sobre o nosso jeito de fazer negócios. E, na essência, o que é um negócio se não uma comunidade de pessoas que se unem para criar algo maior do que um único indivíduo conseguiria? O crescimento sustentável de uma organização está diretamente ligado ao engajamento de seus colaboradores com suas metas de longo prazo.

É por isso que assumimos o compromisso de conduzir o desenvolvimento econômico sustentável para a sociedade prosperar. Temos orgulho de engajar um time de quase 2 mil pessoas que embarcam todos os dias rumo a essa mesma direção.

A high-angle, wide shot of a large crowd of people, likely students, gathered in a circular arena or auditorium. They are holding a large white banner in the center. The background features a large blue screen displaying a network diagram with names. The overall scene is dimly lit with a blue tint.

ASSISTA AO VÍDEO AQUI

[B]
Nossa meta, nosso propósito

**Conduzir
o desenvolvimento
econômico sustentável
para a sociedade
prosperar.**

[B]³

Obrigada!

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?



Equipe responsável pelo projeto:

Gilson Finkelsztain | gilson.finkel@b3.com.br

Ana Buchaim | ana.buchaim@b3.com.br

Renata Caffaro | renata.caffaro@b3.com.br

Manuela Alves | manuela.alves@b3.com.br

Ana Florio | ana.florio@b3.com.br

Alexandre Nobeschi | alexandre.nobeschi@b3.com.br

Stefany Tangi | stefany.tangi@b3.com.br

Naum Alves | naum.correia@b3.com.br

Lilian Martins | lilian.martins@b3.com.br

Gabrielly Simeão | gabrielly.delgado@b3.com.br

Organização e criação deste case:

Repenseria

Prêmio Jatobá 2024 | Case B3

Como a comunicação interna mobilizou um time inteiro rumo ao mesmo propósito?

[B]³