

Celebrando Histórias, Construindo o Amanhã!

Vertical: Organização empresarial
Categoria: Brand publishing



Contexto

Na era da informação, em que a conectividade é instantânea e a quantidade de dados disponível é imensa, destacar-se no cenário comunicacional torna-se um desafio crescente, principalmente para as empresas. No entanto, um elemento tem se mostrado eficaz na construção de narrativas envolventes e impactantes: o protagonismo das pessoas.

Por isso, desde 2023, as ações de comunicação da Anglo American assumiram abordagens mais humanizadas e adotaram formatos preferencialmente audiovisuais. A empresa busca, cada vez mais, conectar-se com seus públicos internos e externos, de forma acessível, inovadora e próxima.

Neste case, a Anglo American demonstra como o protagonismo humano e os formatos digitais e interativos têm sido utilizados de forma estratégica e bem-sucedida em ações de comunicação, evidenciando o impacto dessas abordagens na percepção e no comportamento de seus públicos.

Ao celebrar e reconhecer o protagonismo das pessoas envolvidas em suas atividades, a Anglo American promove a identificação, a empatia e o engajamento, construindo pontes de diálogo e

compreensão. De forma mais próxima e interativa, a empresa as coloca no centro do seu propósito, de reimaginar a mineração para melhorar a vida das pessoas, e as convida para construir o futuro da sociedade.

Um futuro cada vez mais sustentável, com a preservação do meio ambiente e o desenvolvimento de comunidades prósperas e autônomas. Um futuro de inovação, com operações mais seguras, responsáveis e eficientes. Um futuro com compromissos sólidos com a diversidade, inclusão e equidade, e com a busca da felicidade e do bem-estar geral.



Estratégia

Para que este futuro sustentável seja possível, é necessário engajar e se relacionar com os mais diversos públicos, por meio de uma comunicação eficiente e estratégica, que dialogue de forma transparente com empregados(as), contratados(as), comunidades, poder público e imprensa. Por isso, o planejamento de comunicação da Anglo American, desde 2023, tem como principal objetivo valorizar a contribuição das pessoas reais e suas histórias inspiradoras.

É importante destacar que esse novo tom de voz e esse novo formato de comunicação também nortearam as ações de celebração dos 50 anos da empresa no Brasil, ao longo do ano passado. Foi essa conexão da comunicação e do propósito da empresa que deu vida ao mote “Celebrar histórias, construir o amanhã”. As estratégias a seguir foram adotadas para o cinquentenário e demais projetos de comunicação:

- **Recursos audiovisuais:** a comunicação apostou em vídeos, fotos e áudios para facilitar o acesso às iniciativas da empresa, tangibilizando a linguagem de modo que todos os públicos compreendam as informações.
- **Histórias pessoais e autênticas:** para revelar trajetórias genuínas de indivíduos comuns, entendendo que relatos cotidianos, sejam eles sérios, engraçados ou emocionantes, têm a capacidade de gerar empatia, identificação e engajamento.
- **Abordagens intimistas:** para construir conexão entre o público, os personagens e suas histórias pessoais, em que se destacam momentos de conquistas, autoconhecimento e reflexão.
- **Interatividade:** conceito-chave exercitado por meio do uso de recursos, como caixa de perguntas e enquetes, de forma a conquistar o engajamento do público com a empresa.



Ações

Para colocar essa estratégia em prática, o planejamento de comunicação considerou uma abordagem humanizada, em formatos interativos e multimídia. Baseadas em storytelling e entrevistas, damos destaque para três iniciativas complementares: a série **Carreiras na Mineração**, o podcast **Conversas que Inspiram** e a websérie **Histórias que Inspiram**. Essas ações deram vida a uma comunicação que vai além do cinquentenário, de maneira a integrar os principais públicos da empresa: empregados(as), comunidades anfitriãs, parceiros(as) e a sociedade de forma geral.

No que diz respeito ao relacionamento com as comunidades, a empresa lançou um canal no WhatsApp e formulou uma versão digital da sua revista, chamada Diálogo. Ambos os veículos foram repensados para atender às demandas e aproximar-se das comunidades, colocando-se a serviço delas.

Outro projeto também se destaca: em 2024, durante a Expositram, um dos mais relevantes eventos de mineração da América Latina, a Anglo American trouxe o foco nas comunidades. Ao reproduzir uma praça do interior, reforçou o papel da atividade mineral para o desenvolvimento sustentável e o engajamento comunitário.

CARREIRAS NA MINERAÇÃO

O **Carreiras na Mineração** é um quadro mensal nos canais internos e nas redes sociais da empresa, que traz a história pessoal e profissional de um(a) empregado(a), com foco em seu desenvolvimento na Anglo American. O projeto visa reforçar a companhia como marca empregadora, a partir da voz dos(as) empregados(as). Além reconhecer a trajetória do(a) profissional, o quadro valoriza aspectos da cultura organizacional, como segurança física e psicológica, inclusão e diversidade, e desenvolvimento.

O público-alvo são empregados(as) e terceiros(as), além do público externo, como as comunidades, seguidores das redes sociais e demais stakeholders. A divulgação do quadro foi iniciada em 2021; em 2023, sua periodicidade foi definida e, no final do mesmo ano, o formato de vídeo – com duração média de 2 minutos – foi lançado.

Entre os canais internos, foram usados para divulgação a newsletter “Conexão”, o aplicativo (app.) “Anglo American Engage” e a TV Corporativa “Conexão TV”.

Os canais externos compreendem, além do site institucional, as seguintes redes sociais: Facebook, Instagram, LinkedIn e X (Twitter). A quantidade de seguidores nessas redes é, respectivamente, 618 mil, 29,3 mil, 147 mil e 28,9 mil.

Ao compartilhar essas histórias, o Carreiras na Mineração fortalece a conexão entre os(as) empregados(as) e a empresa, e atrai novos talentos, que se identificam com os valores e a cultura organizacional da Anglo American. Este projeto reforça o compromisso da companhia com o crescimento pessoal e profissional de seus(suas) empregados(as), promovendo um ambiente de trabalho seguro, inclusivo e diverso, onde cada indivíduo se sente valorizado e motivado a contribuir para o sucesso coletivo.

IDENTIDADE



ALGUMAS DIVULGAÇÕES



Publicação do Carreiras na Mineração, em 28 de junho de 2024, no [Instagram](#).



Publicação do Carreiras na Mineração, em 24 de abril, no app interno Anglo American Engage.

CONVERSAS QUE INSPIRAM

Diante das comemorações dos 50 anos no Brasil, a Anglo American se desafiou a entrar no mundo do podcast com o projeto **Conversas que Inspiram**, que consiste em bate-papos acerca de temas inspiradores que fomentem um mundo melhor para todas as pessoas.

Os episódios quinzenais tratam assuntos relevantes para a sociedade, como sustentabilidade, tecnologia e inovação, saúde e segurança, empreendedorismo, educação e desenvolvimento, e diversidade e inclusão. O Plano de Mineração Sustentável da Anglo American também é destacado, fortalecendo os valores, a cultura e o propósito da empresa, ao mesmo tempo em que inspira ações positivas e responsáveis em seus ouvintes.

Os episódios são gravados em áudio, em formato de entrevista, com convidados(as) externos(as) e especialistas da Anglo American. Esses convidados são, prioritariamente, parte do relacionamento da empresa, a exemplo de representantes de instituições parceiras. A duração média de cada programa é de 40 minutos. Sempre que possível, ilustra-se a pauta com um case da empresa. Três representantes da equipe de Comunicação se dividem a cada episódio, como hosts da conversa: Rachel Pessôa, gerente; Matheus Lacerda, coordenador; e Letícia Mendes, analista.

O podcast é disponibilizado nas plataformas [Spotify](#), [Apple Podcasts](#), [Amazon Music](#), [Deezer](#) e [YouTube](#) – que substituiu o Google Podcasts em 2024. Sua divulgação interna é feita pelo Engage, Conexão e Conexão TV e pelo WhatsApp para agentes internos de comunicação. Externamente, por meio do site, do WhatsApp para comunidades (Comunidade Anglo American) e das redes sociais da empresa: Instagram, Facebook, LinkedIn e X (Twitter). Os links dos episódios também são enviados como sugestão de pauta para a imprensa. Além disso, houve um plano de mídia para lançamento e reforço do podcast, envolvendo anúncio no Spotify e em portais de notícias de mineração e de sustentabilidade, como [IBRAM](#), [revista Mineração & Sustentabilidade](#) e [revista Plurale](#).

O público-alvo compreende empregados(as) próprios(as) e contratados(as), as comunidades das operações, além do público em geral: formadores(as) de opinião, professores(as), empresários(as), universitários(as), poder público, líderes comunitários(as) e entidades de classe. O público atual tem, majoritariamente, idades entre 35 e 59 anos, e mora nos estados de Goiás, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo.

IDENTIDADE

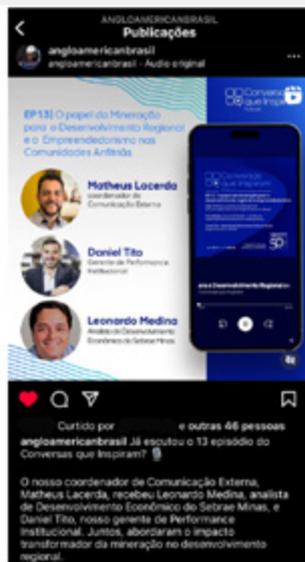
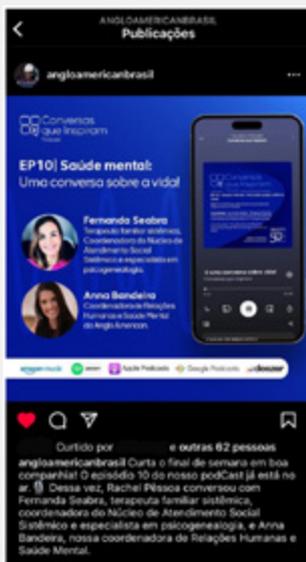


Identidade da temporada 1 do podcast Conversas que Inspiram, lançada em abril de 2023.



Identidade da temporada 2 do podcast Conversas que Inspiram, lançada em fevereiro de 2024.

ALGUMAS DIVULGAÇÕES



Divulgações da primeira temporada no Instagram.

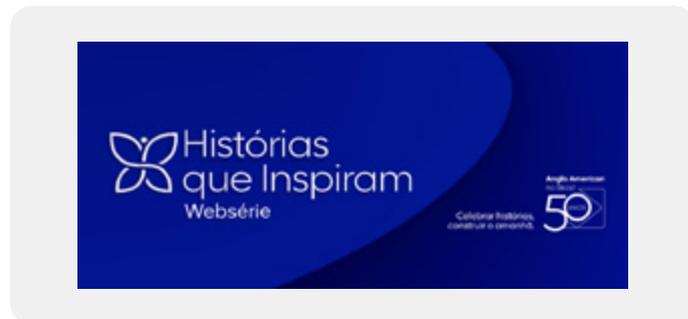
HISTÓRIAS QUE INSPIRAM

Histórias que Inspiram é uma websérie lançada na esteira dos 50 Anos da Anglo American no Brasil, para falar de pessoas que têm suas vidas transformadas pela empresa: produtores(as) de queijo, agricultores(as), integrantes de projetos sociais e ambientais, entre outros. Por meio do storytelling, busca-se dar visibilidade a quem vive nas comunidades anfitriãs das operações da companhia, criando uma conexão emocional com a audiência.

A iniciativa foi lançada em junho de 2023 e, até junho de 2024, já foram divulgados 13 vídeos, de cerca de 2 minutos cada. Os temas abordados seguem quatro eixos: empreendedorismo e inovação; inclusão e diversidade; educação, cultura e comunidades prósperas; e meio ambiente. A cada episódio, destaca-se uma iniciativa em um dos estados de atuação da empresa. As divulgações são feitas na segunda semana de cada mês, nas redes sociais e nos canais internos da empresa, assim como o “Conversas que Inspiram”.

Ao contar essas histórias inspiradoras, a empresa fortalece sua conexão com as comunidades e destaca o impacto positivo da Anglo American na vida das pessoas. As Histórias que Inspiram não só ampliam o reconhecimento da marca, mas também reforçam seu compromisso com o desenvolvimento sustentável e a inclusão social em todas as regiões onde atua.

IDENTIDADE



DIVULGAÇÃO



Divulgação do Histórias que Inspiram, em 20 de novembro de 2023, no [Facebook](#).

WHATSAPP

A Anglo American realizou, nos anos de 2020/2021 e no ano de 2023, uma pesquisa de comunicação que envolveu seus diversos públicos, inclusive as comunidades anfitriãs. Entre os principais apontamentos, as comunidades pediam por conteúdos mais ágeis, em linguagem simples e que refletissem seus interesses.

Com base nisso, e observando as tendências de produção e consumo de informação, fortemente impactadas pelo crescimento dos meios digitais, a empresa buscou uma nova ferramenta e novos formatos para se comunicar com esse público. A solução encontrada foi o **WhatsApp**, que tem a funcionalidade de reunir, em uma só Comunidade, grupos já existentes e outros membros, individualmente. Cada Comunidade permite a inclusão de até 50 grupos e 50 mil participantes.

Sabendo disso, a estratégia definida pela Comunicação envolveu a criação de uma Comunidade para cada área de influência das operações (que muitas vezes abarca mais de uma comunidade anfitriã). Os grupos já existentes foram reunidos e mais membros foram adicionados. Apenas administradores podem enviar mensagens, que seguem uma programação fixa semanal, dividida em editorias.

Desde o início, a ideia foi implementar a ferramenta de forma gradativa para verificar e aprender, na prática, como se dariam a aceitação, o alcance, o

fluxo e a operacionalização. Afinal, cada território tem questões próprias e necessidades específicas, o que torna complexa a produção de conteúdo e a estruturação das equipes e processos.

A primeira “Comunidade Anglo American” criada foi a de Barro Alto (GO), em novembro de 2023. Em junho de 2024, foi a vez de Conceição do Mato Dentro, Alvorada de Minas, Dom Joaquim e Serro (MG). Atualmente, a empresa trabalha a implementação da ferramenta em outras localidades, como Santo Antônio do Grama (MG).

As Comunidades criadas são abertas a qualquer morador(a) interessado(a) em participar; basta acessar o link ou solicitar aos times de relacionamento. Os participantes podem sair a qualquer momento e seus números de telefone não ficam visíveis para os demais membros, garantindo a privacidade das pessoas.

REVISTA DIÁLOGO

A revista **Diálogo** é produzida há mais de dez anos, bimensalmente, com o objetivo de informar às comunidades anfitriãs as principais ações da Anglo American em seus municípios. Entre os temas divulgados, estão vagas, canais de atendimento, repasses de recursos à prefeitura, parcerias realizadas, investimentos socioambientais, benefícios e impactos de determinadas ações nas operações. Também são retratadas histórias de pessoas reais da Anglo American e das comunidades, bem como ações locais.

A revista impressa é distribuída nas residências de Barro Alto (GO) e Conceição do Mato Dentro (MG) e região. No entanto, desde maio de 2023, a revista passou por uma reformulação. Ela ganhou uma versão digital, com ineditismo não encontrado em outras empresas: sua versão digital não é uma versão em PDF da impressa. O time de Comunicação encontrou uma forma e uma plataforma que são capazes de fazer a revista Diálogo adaptada e apropriada para leitura no celular. Isso possibilitou a inclusão de links, vídeos e áudios, tornando o conteúdo acessível e atendendo aos anseios das comunidades.

Confira [neste link](#) a primeira versão dela, divulgada em julho de 2023 para as comunidades anfitriãs da operação de Minério de Ferro. A primeira versão digital da revista para Barro Alto foi divulgada em novembro de 2023 e pode ser acessada [aqui](#).

ESTANDE NA EXPOSIBRAM

Por meio do conceito “**Mineração sustentável, comunidade viva**”, o estande montado pela Comunicação da Anglo American na Exposibram buscou evidenciar que a atividade mineral pode impulsionar o desenvolvimento sustentável e o engajamento comunitário. A comunidade foi a grande protagonista, representada por um dos símbolos marcantes do interior do Brasil: a praça. Entre as diversas atividades desenvolvidas no estande, os visitantes puderam conhecer um

projeto social de produção de bonecas de pano e experimentar os premiados queijos artesanais de Minas Gerais, além de doce de leite e de café – todas iniciativas comunitárias apoiadas pela Anglo American. Um tour virtual pela Estação Ciência, espaço mantido pela Anglo American que é referência em cultura e educação para a região da Serra do Espinhaço, também foi disponibilizado no espaço.



Período

Abril de 2023 a setembro de 2024.

Investimentos

Carreiras na Mineração:

a produção no novo formato em vídeo custou R\$ 41.046, entre novembro de 2023 e junho de 2024.

Conversas que Inspiram:

R\$ 69.541 para a produção dos episódios até junho de 2024 e R\$ 112.952,13 em plano de mídia.

Histórias que Inspiram:

os episódios da websérie produzidos até junho de 2024 tiveram um custo total de R\$ 98 mil. Além disso, foram investidos R\$ 26.789 em plano de mídia.

Revista Diálogo:

a plataforma custou R\$ 5.033,88 para um ano de uso, de setembro de 2023 a setembro de 2024. A diagramação bimestral foi de R\$ 2.779,20 (R\$ 1.389,60 por edição – Minério de Ferro e Níquel), e a divulgação, de R\$ 720 (R\$ 360 por edição).

EQUIPE DEDICADA E FORMATO DE TRABALHO

Dezoito profissionais do time de comunicação da Anglo American estão envolvidos nas ações: a gerente, dois coordenadores, dez analistas, uma assistente, dois auxiliares e duas estagiárias.

A empresa conta com a parceria da agência Casasanto, que executa as iniciativas, com o apoio dos seguintes fornecedores: Divulga, A3 Mídia e Griô, na produção do Carreiras na Mineração e das Histórias que Inspiram; a WePod é a produtora fixa do Conversas que Inspiram; e a AVI Design é responsável pela diagramação da revista Diálogo. A Panda – Inteligência em Eventos executou o estande da Expositram. Já Orb Digital é a parceira na gestão das redes sociais da empresa, enquanto a Oficina Consultoria realiza a assessoria de imprensa e contribui com a produção de conteúdo.

Resultados

INICIATIVAS

O quadro Carreiras na Mineração e a websérie Histórias que Inspiram são medidos a partir do engajamento e alcance nas redes sociais; o podcast Conversas que Inspiram conta com as métricas das plataformas de distribuição de áudio.

Nas quatro redes sociais, os objetivos da Anglo American de aumentar o conhecimento da marca, tornar os(as) seguidores(as) defensores(as) da marca e dar visibilidade aos temas estratégicos da organização, alcançados em 2023, continuam sendo o foco em 2024. No ano passado, foram alcançados:

+ de 20 milhões

em **alcance total** dos conteúdos nas quatro redes sociais;

+ de 600 mil

de **engajamento total**, com **3,08%** de taxa média de engajamento

17,75%

de taxa média de **crescimento de seguidores**

No consolidado das redes, um episódio das Histórias que Inspiram e uma edição do Carreiras na Mineração estão entre as três principais publicações. Além disso, analisando a sentimentalização ao longo do último ano — categorização de menções positivas (46,7%), neutras (39,4%) e negativas (13,9%) —, é possível inferir que as publicações têm ido ao encontro das expectativas do público, gerando mais conexão emocional. Por tudo isso, a estratégia de humanização dos conteúdos da empresa tem se mostrado efetiva.



Patrocínio ao Brasil Ride 2023

Alcance: 510.224
Interações: 26.892
Tx de engajamento: 5,3%



Histórias que Inspiram: Dona Cleuza

Alcance: 640.879
Interações: 15.212
Tx de engajamento: 2,4%



Carreiras na Mineração: Lorene Fonseca

Alcance: 277.838
Interações: 17.009
Tx de engajamento: 6,1%

Principais publicações nas redes sociais da Anglo American em 2023.

CARREIRAS NA MINERAÇÃO

De janeiro de 2023 a junho de 2024, as 17 publicações do quadro Carreiras na Mineração tiveram, no total, **alcance de 4.142.660 pessoas**. O engajamento total foi de **152.885**. E a taxa de engajamento média consolidada foi de **3,69%**, considerada boa.

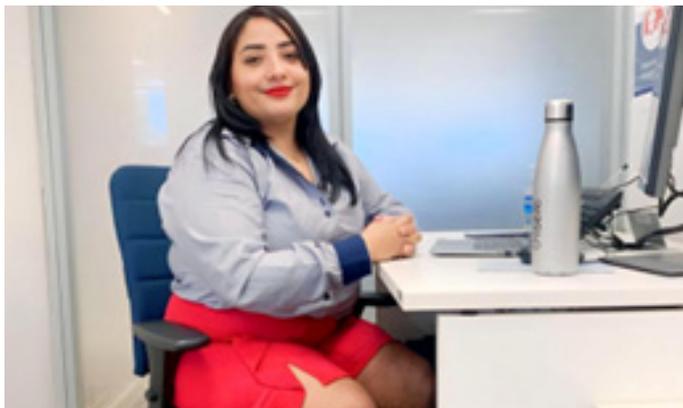
A grande conquista da iniciativa está na percepção de valor da marca. Os(as) profissionais que compartilham suas histórias carregam o orgulho de trabalhar na Anglo American e, em seus depoimentos, refletem os valores da organização. Com isso, além de reconhecer e promover o senso de pertencimento na pessoa, os relatos também fortalecem a imagem da companhia como marca empregadora. Por meio das publicações, a Anglo American reforça sua cultura entre seus(suas) empregados(as) e, também, mostra seus valores para fora, atraindo mais talentos e dialogando com os anseios da sociedade.

Isso pode ser percebido em comentários positivos feitos nas publicações, como na edição da Lorene Fonseca, coordenadora de Laboratório, publicada em 12 de setembro de 2023. Nos comentários do Instagram, além do orgulho da própria Lorene e de desejos de trabalhar na empresa, chama a atenção a sensibilização da audiência para a importância da equidade de gênero, ao valorizar a presença de uma mulher em um cargo de liderança operacional.



-  **loreneoficial** Muito obrigada @angloamericanbrasil por esta homenagem! Tenho muito orgulho de trabalhar nesta empresa! Uma empresa que coloca os valores em prática! Que respeita às pessoas e suas histórias!!!! Fui agraciada no meu aniversário com este presente!!! Vou todos os dias feliz para minha segunda casa e sempre volto mais ainda!!! ❤️❤️❤️❤️
- 45 sem 9 curtidas Responder Ver tradução ...
-  **luzeniure** Um dia ainda realizo meu sonho em trabalhar nessa empresa 🙌
- 45 sem 3 curtidas Responder Ver tradução
-  **gabriel_guurgel** Gostaria muito de ser trainee na Anglo american. Existe algum processo em vista?
- 45 sem 2 curtidas Responder Ver tradução
-  **goldsteindamatta** 🙌🙌🙌 parabéns a empresa, a Lorene e as mulheres que a cada dia com luta e determinação, vem conquistando o merecido lugar na mineração.
- 45 sem 3 curtidas Responder Ver tradução

O episódio de 10 de outubro de 2023, em que é apresentada a Gisele Beijamin, assistente administrativa, também se destacou. A publicação evidencia o compromisso da empresa com a inclusão de pessoas com deficiência e recebeu, ainda, uma série de elogios à profissional.



gisele_beijamin Obrigada, @angloamericanbrasil 🙌🙌
orgulho em fazer parte dessa mineradora que é exemplo em diversidade 🇺🇵

41 sem 11 curtidas Responder Ver tradução

bcmaiaeloi Excelente profissional, e tenham certeza ela não está apenas para cumprir cota, mas sim ocupando lugar como qualquer outra pessoa que trabalha e se dedica parabéns @gisele_beijamin ..
É um orgulho ver a @angloamericanbrasil se empenhado tanto para nos incluir!

41 sem 3 curtidas Responder Ver tradução

ronaromarinho Parabéns Gisele, trajetória admirável!! Feliz em tela no time 🙌🙌

40 sem 2 curtidas Responder Ver tradução

Por fim, o vídeo do Maycon Ramiro, publicado em 28 de junho de 2024, teve a melhor taxa de engajamento: 9,8%. No Dia do Orgulho LGBTQ+, o profissional, que é um homem gay e líder do grupo de afinidade LGBTQ+ da empresa, compartilha sua trajetória até se tornar coordenador e fala da importância em criar espaços acolhedores e respeitosos para todas as pessoas.



lucassperes Imagino o orgulho do gestor de te ter, e do seu time de fazer parte da sua equipe. Você, com certeza, é orgulho e inspiração 🙌🙌🙌

ma.llone Cara! Que relato emocionante, que relato impactante. Parabéns, meu amigo! Orgulho demais de ver essa representatividade, e essa abertura por parte da empresa em mostrar isso.
Parabéns pela sua trajetória e pelo relato.

juliasprazeres Enche o coração de esperança de um mundo melhor ao ver uma empresa que tem em sua essência a visão da igualdade entre os diversos em respeito e oportunidades.

CONVERSAS QUE INSPIRAM

O monitoramento dos episódios é feito mensalmente, com análise dos números de audiência e dos hábitos do público. É possível acompanhar, por exemplo, a quantidade de ouvintes e seguidores, assim como sua distribuição geográfica, idade e gênero, e também analisar as métricas de impressões, reproduções e retenção.

Em 2023, a primeira temporada do podcast Conversas que Inspiram foi veiculada no Spotify, Apple Podcasts, Amazon Music, Deezer e Google Podcasts. No Apple Podcasts, o programa figurou no *ranking Business News* do Brasil durante toda a temporada, chegando a alcançar a terceira colocação. O programa também esteve no *ranking News*, do Brasil, em 70º lugar, e no *ranking Business News* do Chile, em 93º lugar.

Para o *ranking*, o Apple Podcasts leva em conta três fatores:

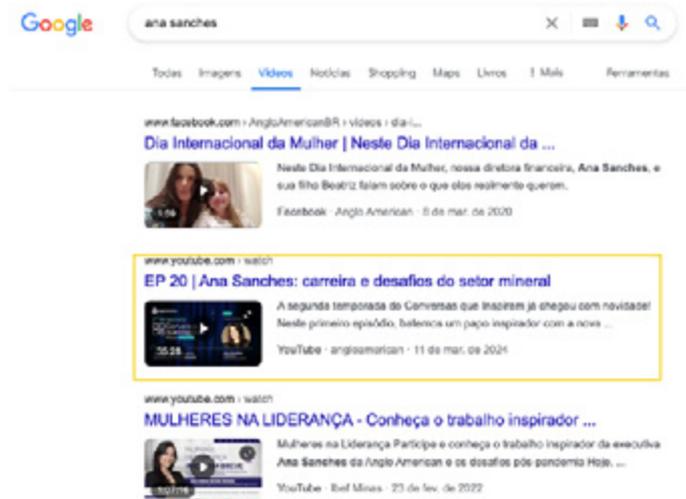
- **Audição:** quantidade de reproduções do podcast (Downloads + reproduções com mais de 60 segundos);
- **Seguidores:** pessoas que acompanham frequentemente o podcast e escolheram receber as atualizações;
- **Retenção:** quantidade de tempo que ouvintes permanecem dentro do episódio, o que é um indicador de qualidade.

O podcast ter se mantido em ranking durante todo o período demonstra consistência, fator impactado pela recorrência das publicações de forma padronizada. Todos os 19 episódios da primeira temporada, juntos, tiveram **1.081 reproduções**. Em todas as plataformas, o canal chegou à marca de 133 seguidores. Além disso, no Spotify, alcançou a avaliação de **5 estrelas** (entre 0 e 5).

No ano passado, o episódio mais ouvido foi o primeiro, “Saiba como a mineração e a sustentabilidade dialogam”, com 83 reproduções. Na sequência, o episódio 12, “Autocuidado e prevenção ao câncer” teve 78 reproduções, enquanto o 10, “Saúde mental: uma conversa sobre vida!”, aparece em terceiro lugar, com 60 reproduções. Esses números apontam para a preferência do público para assuntos de sustentabilidade e de saúde, dialogando com interesses atuais da sociedade.

Com bons resultados na primeira temporada, e observando que o consumo de podcasts continua crescendo no Brasil, como apontou o relatório anual do Spotify, a empresa continuou com o projeto. Iniciada em fevereiro de 2024, a segunda temporada segue com episódios quinzenais, posicionando a Anglo American como autoridade no setor mineral e estabelecendo-a como fonte confiável de informação e consulta.

Como novidade, o podcast passou a ser distribuído no YouTube, em substituição ao Google Podcasts. Isso está sendo usado a favor da empresa, já que permite avaliar as melhores práticas de SEO e utilização de palavras-chave e métricas de buscas. Os episódios já aparecem bem ranqueados em buscas do Google, como no exemplo abaixo.



No primeiro semestre de 2024, o podcast se manteve no ranking do Apple Podcasts, na categoria Business News, do Brasil, em 3º lugar, e figurou, também, no mesmo ranking de Portugal, em 5º lugar.

Comparativo na categoria

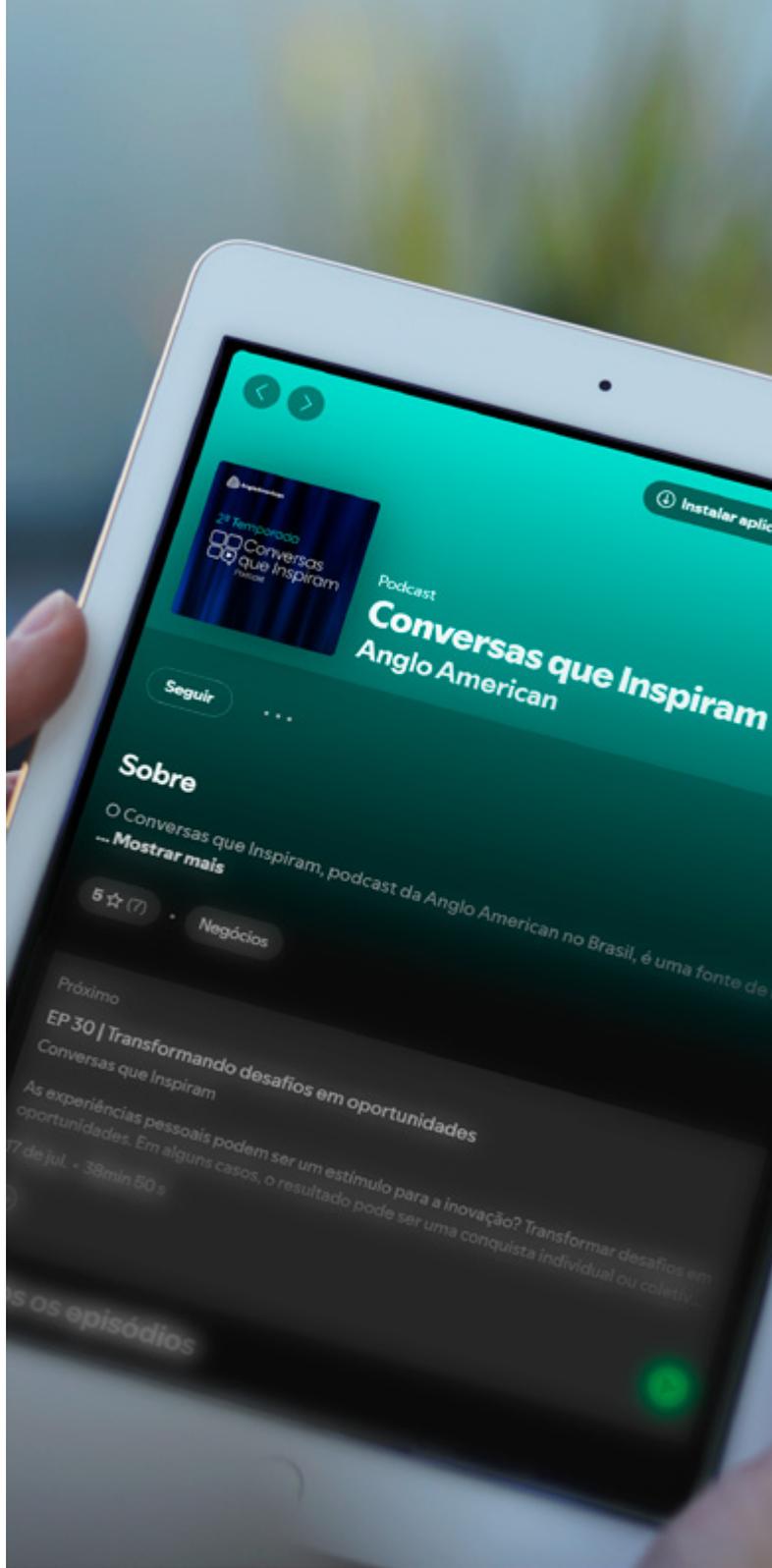
- 1  **Wall Street Breakfast**
Seeking Alpha
- 2  **Kellen Severo Podcast**
Kellen Severo
- 3  **Conversas que Inspiram**
Anglo American
- 4  **Bloomberg Daybreak: US Edition**
Bloomberg
- 5  **The Tape**
Bloomberg
- 6  **Negócios da Semana**
José Góes Ferreira
- 7  **TalkSanna 02: Desafios da cadeia de suprimentos alimentares no Brasil**
Sanna Distribuidores de Alimentos | Food Service
- 8  **Money Talks from The Economist**
The Economist
- 9  **Bloomberg Surveillance**
Bloomberg
- 10  **CNN Money**
CNN Brasil Business

Ranking Business News, do Brasil, em junho de 2024, no Apple Podcasts.

Nas plataformas Spotify, Apple Podcasts, Amazon Music e Deezer, as reproduções subiram para 1.761, enquanto os seguidores passaram para 207, representando um crescimento de 55% das pessoas que acompanham o canal, no período de dezembro de 2023 a junho deste ano. Esses dados não consideram o YouTube, pois a playlist do podcast está publicada no canal do Grupo Anglo American na plataforma, que conta com métricas de todas as unidades da empresa no mundo.

Ainda no primeiro semestre de 2024, o episódio 20, "Ana Sanches: carreira e desafios do setor mineral", que contou com a participação da atual presidente da empresa, assumiu o primeiro lugar em audiência, com 100 reproduções, refletindo um interesse do público relacionado à nova líder da Anglo American. Em junho, pôde-se perceber, também, o crescimento do episódio 24, "Protagonismo profissional: o papel das empresas e das pessoas", impulsionado pela procura do termo "carreira" no período.

Com base no fortalecimento do canal, a empresa mostra que tem se conectado com os interesses da sociedade. Os episódios do podcast permitem o compartilhamento de histórias pessoais genuínas, dicas e relatos cotidianos de pessoas comuns, que, na conversa, conseguem transmitir seus conhecimentos, experiências e sentimentos para os(as) ouvintes, mostrando mais um ponto de destaque da comunicação humanizada.



HISTÓRIAS QUE INSPIRAM

Um dos objetivos da websérie é aumentar o conhecimento da marca. O indicador usado para mensurá-lo é o alcance dos episódios nas redes sociais. Somando as quatro redes sociais (Facebook, LinkedIn, Instagram e X/Twitter), o alcance médio foi de **381.589** por episódio, número altíssimo. Uma boa base de comparação é o total de seguidores do Instagram da Anglo American, que, em junho de

2024, foi de **29 mil** – ou seja, com a campanha de impulsionamento, o conteúdo está sendo entregue para além dos seguidores da própria empresa.

No que diz respeito à geração de conexão emocional, **80%** dos comentários foram positivos em todos os episódios. Alguns exemplos estão na imagem a seguir.

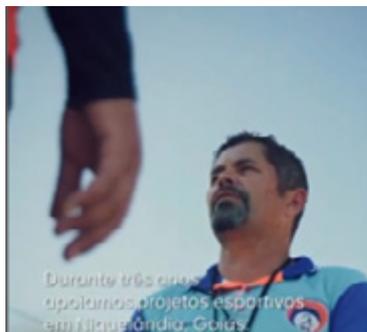
Resultados em palavras

-  joaomarcosmiquilino Deu saudade da terrinha! Muito bom os doces, parabéns @angloamericanbrasil pela iniciativa que deu super certo! Isso é a parceria que deu certo entre comunidade e a empresa inserida nela. ❤️
-  wandersoncamilofr Parabéns pelo belo trabalho ...prestado na vida dessas crianças ajudando elas a ter uma vida melhor e digna 🙌👍👍👍👍👍❤️
-  barbara.lsa Sem dúvida o melhor doce do Brasil! Inclusive saudades de comer viu ❤️
-  alecrim_bh Esse queijo é maravilhoso! É mais que degustar um queijo, carrega história, emoções, sabores e saberes dessa nossa Minas! Viva o QMA! Parabéns a tds os envolvidos nesse processo lindo! ❤️
-  angevaldosouza O que dizer de uma mulher guerreira como a senhora, tenho Orgulho de dizer que sou seu filho, obrigado @angloamericanbrasil por proporcionar esse momento, montento que pra mim nunca será esquecido, grato por tudo que tem feito pela nossa cidade de por todos os cidadãos Barroaltenses em especial minha mãe. Obrigado 🙏 #angloamericanbrasil #anglo @angloamericanbr @angloamericanp:c ❤️
-  estela_9 Amo .está delícia 😊 o da minha terra querida que é o serro Minas é tudo de bom 🍌🍌🍌🍌❤️
-  ludmylladacostafernandes Muito orgulho de vc @uai.luizp , sou imensamente feliz por ter tido a oportunidade de participar desse projeto desde o início em 2005, nossa parceira @angloamericanbrasil nossos sinceros agradecimentos por ser nossa parceira contribuir com todas as crianças e adolescentes do nosso município! ❤️
-  artur_polikarpo Eu sou filho desse projeto desde o início, e foi uma alegria indescritível participar dele, viver as melhores experiências musicais que uma criança poderia ter. Lá aprendi violão, fui monitor, depois professor até 2009, e em 2011 ingressei na Anglo American onde estou até os dias atuais! Obrigado por tudo. ❤️

Vale destacar a história da Cleuza Souza, fornecedora de legumes e verduras para o refeitório da operação de Barro Alto (GO). Seu filho comentou na publicação, feita em 20 de novembro de 2023, o carinho e o orgulho que sente do trabalho da mãe. Nos comentários, há, também, manifestações de memórias afetivas. Em menos de dois meses de divulgação, dona Cleuza bateu o recorde de engajamento, com alcance de 726.939 e engajamento de 16.765 em todas as redes.



Gilson Silvério de Bastos, professor de educação física em Niquelândia (GO), estimula jovens a praticarem atividade física para terem qualidade de vida e bom desempenho escolar. Essa história chamou a atenção de Marlene, que participa de outro projeto apoiado pela empresa em Alvorada de Minas (MG) e que deixou um recado de saúde e qualidade de vida na publicação.



No Meta, grupo que controla Instagram e Facebook, o desempenho da campanha realizada em 2023 foi muito positivo, com um CPV baixíssimo, de R\$ 0,03, e taxas de visualização e engajamento altas, conforme a seguir.

INSTAGRAM/FACEBOOK



No LinkedIn, o orçamento foi menor, porque a plataforma tem menos performance. Entretanto, guardadas as devidas proporções, a entrega foi boa, com CPV de R\$ 0,02, abaixo da campanha realizada na Meta. É importante ressaltar que as baixas taxas de engajamento decorrem do fato de a campanha ser focada em visualização e não em engajamento.

No X (Twitter), a entrega foi excelente, e os investimentos na plataforma rendem muito mais

quando comparados com qualquer outra. Na campanha, o CPV foi muito favorável, abaixo de 1 centavo, o que revela um bom resultado para o valor investido.

O bom retorno das campanhas e os números da websérie, com a favorabilidade do público no engajamento das publicações, demonstram que a empresa tem cumprido seu objetivo de mostrar o impacto positivo da mineração junto às comunidades anfitriãs.

WHATSAPP E REVISTA DIÁLOGO

A partir do lançamento de canal pelo WhatsApp e da reformulação da revista Diálogo, a Anglo American renovou mais uma vez seu compromisso com uma nova forma de mineração. Isso só se tornou possível porque a empresa coloca as pessoas no centro de tudo o que faz e entende que estar em sintonia com as necessidades das comunidades anfitriãs e da sociedade no geral é preponderante para o sucesso e a continuidade do negócio.

No WhatsApp, foi observada uma boa adesão de moradores locais. A Comunidade Anglo American conta com 213 membros em Barro Alto, e 770 no Minas-Rio

Você conhece a Comunidade Anglo American – Barro Alto no WhatsApp?

97,4% das pessoas respondentes conhecem a comunidade

Você participa da Comunidade?

92,1% participam.

Você considera que a linguagem utilizada é de fácil compreensão?

97,1%, dos que participam, consideram.

Você considera os conteúdos interessantes?

100%, dos que participam, consideram.

Entre os temas abaixo, por qual você mais se interessa? Vagas (29), Projetos sociais (22), Momento Anglo American (19), Resumo do mês (9), Outros (5).

(Conceição do Mato Dentro, Alvorada de Minas, Dom Joaquim e Serro).

Como a revista foi reformulada no segundo semestre de 2023, ainda não foram realizadas avaliações com o público. Já em relação ao WhatsApp, a primeira pesquisa de satisfação foi conduzida em Barro Alto (GO), cinco meses depois da implementação do canal na localidade.

O formulário foi aplicado de forma impressa para o Comitê de Convivência – grupo formado com moradores locais – e online para os demais membros. A participação foi baixa, com apenas 38 respostas, mas os resultados foram consistentes e trouxeram indicativos do que foi acertado e do que pode ser aprimorado.

Você tem algum elogio ou crítica sobre a Comunidade Anglo American – Barro Alto no WhatsApp?

Depoimentos:

“Gosto muito dessa comunidade, muito relevante para a população”.

“Só elogios mesmo, comunicação clara!”.

“Excelente iniciativa! São as principais notícias na palma da mão”.

“Só tenho elogios, muito bom, assim a comunidade fica mais informada sobre a empresa”.

“Gosto bastante do conteúdo e o mais legal é que ficamos a par das notícias e novidades”.

“Bem top, legal mesmo, a comunidade faz ficar mais perto e saber tudo que anda acontecendo e os benefícios que a empresa traz para todos”.

“Ficou muito mais acessível receber os conteúdos da AngloAmerican.”

ESTANDE NA EXPOSIBRAM

A escolha de dar protagonismo à comunidade durante a feira foi bem-sucedida. A Anglo American recebeu o prêmio de melhor estande da Expositbram 2024, por meio da votação dos expositores. Organizado pelo Instituto Brasileiro de Mineração (Ibram), o concurso levou em consideração as propostas das estruturas em aspectos relativos à sustentabilidade, responsabilidade social, compliance e adoção de boas práticas.

A Expositbram é considerada o maior evento do setor de mineração da América Latina. A edição deste ano foi realizada em Belo Horizonte (MG), entre os dias 9 e 12 de setembro, e recebeu cerca de 75 mil visitantes. Ao todo, foram montados mais de 600 estandes de diversos países além do Brasil, como Itália, Estados Unidos, China, Canadá, Alemanha, Chile, Irlanda, Holanda, Inglaterra e Peru.



Entrega do prêmio de Melhor Estande, durante a Expositbram de 2024.



