

Agência boutique: Duecom Comunicação

Categoria: Comunicação Interna – 18

Cliente: GRUPO MARINGÁ

CASE

Cultura de Comunicação Interna gerando valor para o negócio e para o colaborador do Grupo Maringá

O processo de comunicação interna com foco nas pessoas do Grupo Maringá alcançou maturidade estratégica em 2025, ao integrar as especificidades dos três negócios para 1.300 colaboradores. Resultados: para 81% dos colaboradores o engajamento é de 4,2 e para 87% deles, 4,3 em relação à cultura organizacional (estratégia, ética e valores), segundo pesquisa de engajamento 2025. Há também o registro de turnover abaixo do mercado, 17,53% em 2024, e o tempo médio de casa de 9,3 anos, com gerações de família. Foram criados canais de comunicação interna, o design e o tom de voz, assim como estruturada equipe de trabalho corporativa. Hoje, o Grupo Maringá conquistou uma gestão integrada da Comunicação, a começar pelos colaboradores, com gestão de uma supervisora e analistas nas unidades de negócio, que contam com o reconhecimento da liderança.

O planejamento anual é pensado de forma integrada com o apoio da agência de comunicação interna Duecom Comunicação. Nos anexos reunimos as principais evidências que comprovam essa transformação.

O Grupo Maringá formou-se depois que suas Unidades de Negócio já existiam. Em suas localidades, cada empresa tem forte identidade com colaboradores, muitos deles moradores das próprias cidades.



Maringá Ferro-Liga



Usina Jacarezinho



Maringá Energia



Mineração Moema

Como gerar o tom de voz do Grupo entre os colaboradores?

Investindo em um Plano de Comunicação estratégico capaz de explicar aos diferentes públicos a importância da gestão unificada por meio da criação da holding Grupo Maringá. Este processo foi de médio a longo prazo, para acontecer com consistência e respeito à cultura organizacional. Cada ação e ou estrutura conquistada faz parte do resultado apresentado neste case.

2020 a 2021

Analista de Comunicação Corporativa Senior inicia o trabalho e estrutura as demandas internas e externas para contratação de agências especializadas.

Estruturação do processo de CI

2021 a 2022

Criação do 1º canal corporativo, a revista Entre Nós com concurso para a escolha do nome entre os colaboradores. Em julho de 2025 completamos 11 edições, em periodicidade trimestral. Sempre em dois formatos, impresso e digital, cada edição é entregue a todos os colaboradores, como principal canal de integração entre os negócios.

Padronização de templates para email e Jornal Mural

Criando identidade visual corporativa dentro do branding para uma comunicação mais fluida e mais atrativa. O pertencimento a marca do grupo foi uma prioridade sem trazer as especificidades regionais de cada empresa.

Padronização da Comunicação do Grupo, estruturando os canais com temas/editoriais para emails, TV, jornal mural e whatsapp). Ao todo são 9 editorias (pessoas seleção, pessoas organização, pessoas benefícios, saúde, segurança, TI, nosso negócio, pra você e qualidade

Criação de campanhas internas regidas por calendário estratégico anual, criando identidade visual corporativa dentro do branding para uma comunicação mais fluida e mais atrativa. O pertencimento a marca do Grupo foi uma prioridade sem perder as especificidades regional de cada empresa. Além de temas comemorativos, abordamos Segurança. Alguns assuntos refletiram também na comunidade (público externo), como Queimadas e dia da água

Analista se torna Consultora de Comunicação, Responsabilidade Social, Diversidade e Inclusão

Padronização para sinalização de placas e outdoors nas comunidades próximas

2022 e 2023 – Letramento e formação de liderança

Criação do Programa Identidade de Diversidade e Inclusão

Censo de diversidade

Pesquisa de engajamento com métricas para CI

Academia Grupo Maringá

Consultora se torna Supervisora de Comunicação, Responsabilidade Social, Diversidade e Inclusão

2024 -2025 - Gestão Integrada

Consolidação de políticas de comunicação e código de ética

Padronização das comunicações institucionais

Criação dos principais programas de valorização do público interno

Programa Ciclos – Reconhecimento por Tempo de Casa

Programa Qualidade de Vida

Programa Jovem Aprendiz

Pesquisa de satisfação com a revista interna

Expansão e autonomia da comunicação: criação de templates para algumas campanhas internas, onde as próprias áreas possam fazer sua comunicação

Capacitação da equipe de comunicação: workshop de treinamento comunicação/design da agência para equipe

Resultado do engajamento

Anexos que ilustrem o case:

Arquivo 1 – videocase

Arquivo 2 – Revista Entre Nós

Arquivo 3 – Maturidade da CI – Programas Corporativos

Arquivo 4 - Campanha Interna que une estrategicamente três datas comemorativas para gerar sentido ao longo do ano

Equipe

Grupo Maringá: 1 supervisora e 3 analistas de comunicação

Renatta Hynes Cordeiro Giraldi

Talita Carolina Theodoro

Maria Eduarda Lopes de Oliveira

Guilherme Almeida Teobaldo de Souza

Autorização para inscrição deste case via agência.

Duecom Comunicação: Claudia Cezaro Zanuso e Monica Deliberato Baptista, sócias diretoras que são consultoras e fazem atendimento estratégico em conteúdo e design, 1 redator e 1 diagramador.

Comitê editorial da revista interna: 6 profissionais de unidades de negócio variadas

D&I: 5 coordenadores dos Grupos de Afinidades Etnia e Cor, Pessoas com deficiência, Equidade de Gênero, LGBTQIAPN+ e Geracional.