



VALE METAIS BÁSICOS

TÍTULO: SEPARAÇÃO DE METAIS
BÁSICOS DA VALE:
A ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO
INTERNA QUE CONTRIBUIU PARA
A CRIAÇÃO DE UMA NOVA EMPRESA
EM TEMPO RECORDE

AGÊNCIAS: TEMPLE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL;
LED PRODUÇÕES; ACCENTURE

TRANSIÇÃO BEM-SUCEDIDA

*A Vale desenvolveu uma estratégia de comunicação interna
para comunicar aos colaboradores a criação de uma nova empresa
que garantiu engajamento e positividade de seus empregados*

Em meio aos efeitos cada vez mais devastadores das mudanças climáticas no Brasil e no mundo, nesse cenário a corrida global para reduzir a dependência de combustíveis fósseis e mitigar os impactos das mudanças climáticas ganha destaque. E os veículos elétricos são parte desse esforço de inovação para reduzir emissões globais, melhorando a qualidade do ar e combatendo essas mudanças.

Mas a nova era de mobilidade elétrica e energia renovável trouxe uma nova necessidade: os metais de transição energética, como o níquel e o cobre, que tornam possível, por exemplo,

a fabricação das baterias desses veículos. A Vale já vem produzindo esses metais em diferentes países, como Canadá, Indonésia e aqui no Brasil, no Complexo de Cobre da Vale em Carajás (PA), em uma operação robusta e bem-sucedida.

Para impulsionar ainda mais a produção e atender à demanda global crescente, a empresa tomou em 2023 a decisão estratégica de criar uma empresa autônoma batizada de Vale Metais Básicos. Ela surgiu com o objetivo de aumentar a visibilidade, acelerar o crescimento e destravar o verdadeiro valor do negócio. A partir de sua criação a Vale focou em uma estratégia de comunicação para tratar da separação do negócio da Vale Metais Básicos da Vale S.A. entre seus colaboradores.

O plano foi dividido em várias etapas. Ele começou com o anúncio do presidente do Conselho de Administração da nova empresa e passou por reuniões de líderes, escuta de empregados, produção de conteúdos informativos nos canais internos sobre a novidade, entre outras iniciativas. Todas as mensagens-chave estavam alinhadas em transmitir aos colaboradores que a Vale é a dona da nova empresa, que mantém seu foco em garantir a produção segura e confiável e que salários e benefícios não mudariam.

Para cada desafio de comunicação foram adotadas estratégias específicas com diferentes linhas de ação, canais de informação, eventos presenciais e remotos, além de peças e campanhas infor-

95% DOS
EMPREGADOS
SE SENTIRAM BEM
INFORMADOS
SOBRE A AÇÃO

R\$ 200.000 FOI O VALOR QUE A VALE INVESTIU NO PLANO

mativas regulares. Para levar a mensagem a todos os colaboradores do país e do exterior, por exemplo, foram organizados eventos locais em cada

país (Brasil, Canadá e Indonésia), nos quais a liderança e os responsáveis pelo processo de separação puderam interagir diretamente com os empregados.

Com o objetivo de garantir a transparência do processo e gerar engajamento interno foram organizados fóruns periódicos em que a liderança da empresa se reunia para receber atualizações detalhadas sobre o progresso da separação do negócio, entre outras medidas. A Vale estabeleceu ainda canais contínuos de escuta dos colaboradores para esclarecer as preocupações dos empregados relacionadas à segurança física e mental em função da transição da empresa, além de vídeos informativos, entre outras medidas.

O investimento na estratégia foi de 200.000 reais. Dentre os vários resultados obtidos com a iniciativa se destaca que não houve nenhuma interrupção nas operações da Metais Básicos e que a transição de mais de 3 mil empregados para a nova empresa ocorreu com sucesso. Pesquisas internas também apontaram que 95% dos empregados se sentiram bem informados sobre o processo de mudança e que 89% acreditam no sucesso da nova operação.