Documento Estratégico da Marca: Mindra

Este é um documento vivo que define a essência, a voz e a direção estratégica da Mindra. Ele serve como nossa fonte de verdade para garantir consistência, clareza e impacto em todas as nossas ações, da criação de conteúdo ao desenvolvimento de produtos.

1. Identidade da Marca

A identidade define a alma e o propósito da Mindra, guiando como nos posicionamos, comunicamos e nos conectamos com nosso público. É a nossa promessa fundamental.

Essência e Personalidade

Se a Mindra fosse uma pessoa, sua personalidade seria a de uma conselheira estratégica com um profundo senso de humanidade.

- Clara: Ela traduz o complexo em simples, sem usar jargões corporativos que criam distância. A clareza é uma forma de respeito: queremos que nossos clientes entendam o porquê de cada ação, não apenas o o quê.
- Atenciosa: Ela pratica a escuta ativa. Antes de oferecer uma solução, ela se aprofunda no contexto, nas dores e nos desafios específicos da empresa. Acreditamos que um diagnóstico preciso só nasce de um entendimento profundo.
- Estratégica: Ela pensa no longo prazo e conecta o bem-estar diretamente aos resultados do negócio. Suas propostas não são baseadas em achismos ou tendências passageiras, mas em dados concretos que revelam o caminho mais eficaz para uma cultura saudável e produtiva.

Tom de Voz

Nosso tom de voz é um equilíbrio cuidadoso entre o humano e o científico, a empatia e a assertividade. Ele é o veículo da nossa personalidade.

- **Humano e Empático:** Reconhecemos a complexidade das emoções e a pressão do mundo corporativo. Falamos de pessoas para pessoas, validando suas dores sem usar clichês motivacionais ou positividade tóxica.
- Claro e Assertivo: Comunicamos nossas ideias com confiança e objetividade, transformando dados em insights acionáveis. Não deixamos nosso cliente com dúvidas; apontamos direções e justificamos cada recomendação.

• Respeitoso e Calmo: Abordamos temas sensíveis como burnout e assédio com a seriedade e a calma que eles exigem. Nossa postura não é de alarme, mas de controle e capacidade. Transmitimos segurança, não pânico.

Exemplo de frase no tom da Mindra: "Não é só sobre cuidar da saúde mental. É sobre enxergar o que ninguém está vendo — os padrões, os riscos, as oportunidades — e agir com dados, empatia e direção."

Propósito (O porquê)

Ajudar empresas a enxergarem e agirem sobre riscos psicossociais com clareza, leveza e estratégia — promovendo **saúde mental real**, produtividade sustentável e conformidade inteligente com a NR-1. "Saúde mental real" significa ir além de ações superficiais, atacando as causas sistêmicas do adoecimento no trabalho.

T Missão, Visão e Valores

- Missão (O que fazemos hoje): Promover ambientes de trabalho mais saudáveis e produtivos por meio da gestão estratégica de riscos psicossociais. Fazemos isso combinando dados, ciência do comportamento e empatia para entregar um diagnóstico preciso e um plano de ação eficaz.
- Visão (Onde queremos chegar): Ser a principal referência em gestão emocional corporativa no Brasil, tornando o compliance emocional um novo padrão de qualidade e vantagem competitiva nas empresas. Queremos que "ter o selo Mindra" signifique ser um lugar psicologicamente seguro para se trabalhar.
- Valores (Nossos guias de conduta):
 - Clareza: Falamos o que precisa ser dito, com leveza e respeito. Isso significa transparência radical, mesmo que a verdade seja desconfortável.
 - Humanidade: Números importam, mas pessoas vêm primeiro. Usamos dados para entender e apoiar pessoas, não para julgá-las ou reduzi-las a métricas.
 - Responsabilidade: Não vendemos soluções "de palco". Atuamos com ciência e propósito. Rejeitamos o "bem-estar de fachada" e nos comprometemos com intervenções que geram impacto mensurável.
 - Estratégia com Alma: Cada ação tem sentido, dados e impacto. Unimos a lógica dos negócios com a sensibilidade das relações humanas, provando que o cuidado é a mais inteligente das estratégias.

2. Arco Narrativo da Marca

Esta seção define os elementos centrais do nosso storytelling, a história que contamos repetidamente em diferentes formatos.

- O Herói: Definimos dois perfis centrais que estão no centro de nossa narrativa.
 - Liderança de RH Corporativo: Profissionais visionários que lideram a cultura, o clima e a estratégia de pessoas. Eles sabem que o bem-estar é um pilar do negócio, não um luxo, mas se sentem exaustos e frustrados, pois enfrentam:
 - Pressão por resultados com equipes visivelmente fragilizadas.
 - Descrença da alta liderança, que ainda vê saúde mental como "custo".
 - Falta de dados concretos para justificar investimentos e provar o ROI de suas ações.
 - Esforços dispersos em ações isoladas (palestras, apps de meditação) que não geram mudança real.
 O que eles querem no fundo: Sair do operacional reativo e assumir um lugar estratégico, transformando o ambiente de forma estruturada, mensurável e sendo reconhecidos como arquitetos de uma cultura de alta performance e bem-estar.
 - 2. Consultores e Profissionais de SST (Saúde e Segurança do Trabalho): Especialistas em normas e compliance, especialmente a NR-1, que agora os desafia a olhar para os intangíveis riscos psicossociais. Eles enfrentam:
 - Dificuldade em traduzir um requisito legal em algo tangível e valorizado pela gestão.
 - Pouca colaboração de áreas internas, que veem seu trabalho como "burocracia".
 - Resistência de líderes que não entendem a conexão entre risco emocional e acidentes ou absenteísmo.
 - Falta de ferramentas práticas e confiáveis para fazer o diagnóstico psicossocial exigido.
 O que eles guerem no fundo: Cumprir a NR-1 com excelência e ser y
 - O que eles querem no fundo: Cumprir a NR-1 com excelência e ser vistos como parceiros estratégicos que mitigam riscos e agregam valor ao negócio, não apenas como fiscais.
- O Vilão: O vilão não é uma pessoa, mas um sistema de negligência invisível. É a inércia corporativa que normaliza o insustentável. Ele se manifesta como:
 - Ambientes emocionalmente tóxicos, onde a microgestão, a fofoca e a pressão são parte da rotina.
 - Lideranças tecnicamente brilhantes, mas emocionalmente despreparadas.
 - O ciclo do "bem-estar cosmético": ações isoladas que enfeitam o problema, mas não resolvem a causa.
 - o A cultura do "aqui sempre foi assim", que ignora os sinais claros de

- esgotamento e desengajamento.
- A falta de dados, que mantém os riscos psicossociais no campo do "achismo" e impede a ação estratégica.
- O Papel da Mindra: A Aliada Estratégica que Traz Clareza.
 A Mindra não é a heroína da história. Ela é a mentora que equipa o herói (RH/SST)

para vencer. Ela entra na jornada como quem escuta, traduz, ilumina e capacita.

- Ela mostra o que está oculto, transformando sentimentos e percepções em dados visuais e compreensíveis.
- Ela orienta por onde começar, apontando os focos de risco mais críticos e sugerindo as ações de maior impacto.
- Ela ajuda a agir com segurança, substituindo o achismo pela certeza dos dados e o medo pela confiança estratégica.
- Ela entrega estrutura sem perder a sensibilidade, fornecendo uma metodologia robusta que respeita a complexidade de cada cultura organizacional.

3. Storytelling do Fundador/Time

A Mindra nasceu não de uma ideia de mercado, mas de uma frustração real e vivida. Foi a frustração de ver empresas inteligentes adoecendo em silêncio, tentando "cuidar da saúde mental" com ações pontuais e muita boa intenção — mas sem direção, sem dados e, consequentemente, sem resultado sustentável.

Do outro lado, estavam os fundadores:

- Profissionais que já haviam atuado diretamente em empresas, sentindo no dia a dia o peso de reuniões tensas, metas irreais e o impacto de uma gestão emocionalmente negligente.
- Pessoas que perceberam o abismo entre o discurso e a prática: o "somos uma família" dos valores na parede contra a realidade de equipes esgotadas e líderes despreparados.
- E que também já tinham enfrentado, como consultores, a dificuldade de aplicar a NR-1 de forma prática, vendo-a ser tratada como um mero checklist, e não como uma poderosa ferramenta de gestão.

A virada veio de uma obsessão, encapsulada em uma pergunta incômoda:

"E se fosse possível tornar os riscos emocionais tão visíveis e gerenciáveis quanto os riscos financeiros? E se pudéssemos orientar ações de cuidado com base em dados, não em suposições, e ainda cumprir a legislação com leveza e inteligência?"

Foi assim que nasceu a Mindra. Uma plataforma de gestão emocional **com alma de cuidado e cérebro de estratégia**. Feita por quem **viveu o problema de dentro** e se recusou a aceitar que o adoecimento mental no trabalho é um custo inevitável.

4. Pilares de Conteúdo Estratégico

1. Educar

Objetivo: Ser a principal fonte de conhecimento técnico e prático, desmistificando a gestão de saúde mental e transformando-a em uma disciplina de negócio.

Temas possíveis:

- A conexão oculta: Como sobrecarga operacional e riscos psicossociais se retroalimentam?
- NR-1 para líderes: Como aplicar a norma sem burocracia e com foco em resultados.
- A diferença crucial: Ação de bem-estar (remédio) vs. Gestão de riscos (prevenção).
- O papel estratégico do RH e do SST na construção de culturas resilientes.
- Indicadores de risco emocional que todo gestor deveria observar (turnover, absenteísmo, presenteísmo).
 - Formato: Carrosséis didáticos, reels explicativos, artigos de blog aprofundados, vídeos curtos com insights práticos.

2. Inspirar

P Objetivo: Mostrar que a transformação é possível, tangível e profundamente humana. Motivamos a mudança ao apresentar o "depois".

Temas possíveis:

- Estudos de caso (anonimizados): O antes e depois de empresas que atacaram a causa raiz de seus problemas.
- Depoimentos reais de profissionais de RH e SST: "O dado que eu precisava para convencer a diretoria".
- Frases e reflexões que conectam cuidado, cultura e produtividade de forma poderosa.
- Mini-histórias de bastidores emocionais: "O que ninguém vê em uma demissão silenciosa".
 - Formato: Narrativas visuais, storytelling em vídeo, trechos de bastidores, frases de impacto com design forte.

3. Posicionar

🚀 Objetivo: Reforçar a Mindra como a solução mais inteligente, prática e confiável do mercado,

construindo autoridade e diferenciação.

Temas possíveis:

- Comparativo de abordagem: O que torna a Mindra diferente de plataformas de benefícios ou apps de terapia?
- Bastidores da nossa metodologia: A ciência por trás das nossas perguntas e da nossa análise de dados.
- A inteligência por trás das recomendações: Como nossa plataforma sugere ações personalizadas.
- Divulgação de parcerias estratégicas, participação em eventos, reconhecimentos do setor e métricas de impacto.

Formato: Vídeos institucionais curtos e dinâmicos, posts comparativos, infográficos, webinars com especialistas.

4. Conectar

Objetivo: Gerar identificação imediata, falando diretamente com as dores e o dia a dia do nosso público-alvo com empatia e validação.

Temas possíveis:

- A solidão do RH: "Eu sinto o clima pesado, mas não sei como provar".
- O dilema do consultor de SST: "Como fazer a empresa levar a sério os riscos que não se pode ver?".
- O anseio da liderança: "Eu quero ajudar minha equipe, mas não sei por onde começar e tenho medo de errar".
- Sessões de "Pergunte à Mindra", abordando dúvidas reais em formato de conversa.

Formato: Enquetes, caixas de perguntas, reels em tom de desabafo empático, carrosséis que refletem conversas internas reais.

5. Aparência Visual e Linguagem

♦ Estética geral

- **Estilo:** Moderno, limpo, elegante e organizado, com toques suaves de acolhimento que quebram a frieza da tecnologia.
- **Sensação desejada:** Profissionalismo com alma. Uma empresa de tecnologia que transmite segurança e empatia. O design deve ser um respiro, não uma fonte de ruído.

→ Paleta de cores (sugestões de conceito)

• Azul acinzentado ou petróleo (primária): Transmite tecnologia, inteligência, seriedade e confiança. É a cor da estratégia.

- **Verde claro ou menta (secundária):** Sugere bem-estar, calma, crescimento e regeneração. É a cor do resultado humano.
- Cinza claro e branco (base): Cria a base neutra, que reforça a leveza, a clareza e o respiro visual.
- Toques de laranja ou coral (destaque): Usados pontualmente para CTAs, dados importantes e pontos de ação. Simboliza energia, atenção e o próximo passo.

→ Tipografia

- **Fonte principal:** Uma sans-serif moderna, altamente legível e com bom espaçamento (ex: Inter, Lato, Work Sans), para transmitir clareza e acessibilidade.
- Fonte secundária (enfática): Uma serifada leve e elegante (ex: Source Serif Pro, Lora), para usar em títulos, citações e frases de impacto, adicionando um toque de autoridade e humanidade.

♦ Elementos gráficos

- Ícones simples, com linhas finas e um toque humanizado (evitar ícones genéricos e frios de escritório).
- Linhas e círculos como elementos de fluxo, conexão e processo.
- Uso de fotos que mostram pessoas reais em ambientes de trabalho realistas (colaborando, concentradas, conversando), evitando os bancos de imagens com sorrisos forçados.
- Gráficos e dashboards estilizados de forma limpa e intuitiva, como uma ponte visual entre a tecnologia e a clareza.

Linguagem Verbal – Diretrizes de Tom e Voz

• Tom predominante: Clareza empática. A Mindra não vende pânico, não é robótica e não romantiza o sofrimento. Ela orienta, escuta e direciona com a firmeza de quem tem dados e a leveza de quem entende de pessoas.

• Linguagem prática, com base:

- Sem jargão técnico desnecessário. Se um termo técnico é usado (ex: risco psicossocial), ele é imediatamente explicado de forma simples.
- Usa analogias para ilustrar conceitos complexos: "Ambientes tóxicos são como vazamentos de carbono invisíveis – não se vê, não se cheira, mas silenciosamente contamina e incapacita a todos."

Frases modelo (voz da marca):

o "A gente não aposta no achismo. A gente age com clareza."

- "Cuidar de pessoas exige mais que empatia. Exige método e estratégia."
- o "Compliance emocional é a nova fronteira da produtividade silenciosa."
- "O invisível só é ignorado até se tornar um problema visivelmente caro."

6. Ciclos Narrativos (Longo Prazo)

1. Jornada do Ambiente Tóxico ao Saudável

Q Objetivo: Educar e inspirar com microtransformações possíveis, mostrando uma progressão clara. Formato: Série em carrossel, reels ou blog mostrando situações reais em etapas.

- Fase 1: Os Sinais. "Como um ambiente tóxico começa? Sinais sutis que sua empresa está adoecendo..."
- Fase 2: O Diagnóstico. "Mapeando a dor: como transformar sentimentos em dados."
- Fase 3: A Ação Focada. "De reuniões tensas a escuta ativa: o poder de uma intervenção direcionada."
- Fase 4: A Melhoria Contínua. "A cultura mudou: como sustentar um ambiente saudável."

2. Compliance Emocional na Prática

ii Objetivo: Desmistificar a NR-1, posicionando a Mindra como a solução mais inteligente para ir além da obrigação.

Formato: Exemplos práticos, checklists e guias.

- "Sua empresa cumpre a NR-1 ou só preenche um formulário?"
- "Anatomia de um mapeamento psicossocial bem-feito: o que ele deve conter?"
- "Checklist prático: implementando ações de bem-estar que realmente funcionam e cumprem a lei."

3. Falando com o RH / Falando com o SST

A Objetivo: Criar uma conexão profunda com os dois públicos, usando sua linguagem e validando seus desafios específicos.

Formato: Série de reels ou carrosséis com gatilhos de identificação.

- Para o RH: "RH, você não é o terapeuta da empresa. E não deveria ter que ser."
 // "Cuidar de 300 pessoas sem apoio é sobreviver, não liderar."
- Para o SST: "Você sabe que os riscos emocionais existem. Nós te damos os dados para a empresa enxergar." // "Aplicar a NR-1 não precisa ser uma briga. Pode ser uma aliança."

4. Datas Comemorativas como Ganchos de Conteúdo

📰 Objetivo: Aproveitar momentos do calendário para reforçar nossa mensagem de forma relevante e

oportuna.

Datas estratégicas:

- Janeiro Branco: Falar sobre planejamento e estratégia para a saúde mental do ano.
- Dia Mundial da Segurança e Saúde no Trabalho (28/04): Enfatizar que saúde mental é segurança do trabalho.
- **Setembro Amarelo:** Abordar a prevenção a partir da gestão de riscos, não apenas no dia da campanha.
- Dia do Trabalhador: Celebrar ambientes de trabalho que dignificam e cuidam.

5. Bastidores da Plataforma e da Visão Mindra

📏 Objetivo: Construir autoridade e confiança através da transparência.

Temas possíveis:

- "Como o algoritmo da Mindra ajuda a recomendar ações? Uma olhada na nossa inteligência."
- "Da frustração à plataforma: os bastidores da nossa construção."
- "Por que essa funcionalidade existe? A história real de um cliente que inspirou uma nova feature."

7. Modelos Mentais e Frases de Efeito

Trases que educam e posicionam:

- "Compliance emocional é produtividade silenciosa."
- "Não basta parecer saudável. É preciso ser, de forma estruturada."
- "Ambientes tóxicos não gritam. Eles adoecem em silêncio, um colaborador de cada vez."
- "A NR-1 não é um fardo. É um mapa para fazer o certo do jeito certo."
- "Cuidar de pessoas exige mais que empatia. Exige estratégia, método e coragem."
- "O que não é medido não é gerenciado. Isso vale para emoções também."

Frases que conectam e inspiram:

- "RH não é departamento de festa. É engenharia de bem-estar estratégico."
- "Saber onde dói é o primeiro e mais corajoso passo para transformar."
- "Você não precisa mais escolher entre cuidado e resultado. Um alimenta o outro."
- "Empresas saudáveis são empresas rentáveis e resilientes."
- "A gestão emocional não é o futuro do trabalho. É o requisito mínimo do presente."

• "A cultura de uma empresa é a soma das emoções que ela permite."

Frases de uso prático (em conteúdo técnico/comercial):

- "Mapeamos o que ninguém vê para que você possa consertar o que realmente importa."
- "A Mindra mostra onde agir, como agir e por que agir. Sem achismos."
- "Dado confiável, ação eficaz, cultura transformada."
- "Transformar a cultura começa por entender o clima com precisão cirúrgica."
- "Pare de adivinhar. Comece a diagnosticar."