

gestão de stakeholders



anita cardoso



anita cardoso

Tipo de stakeholders

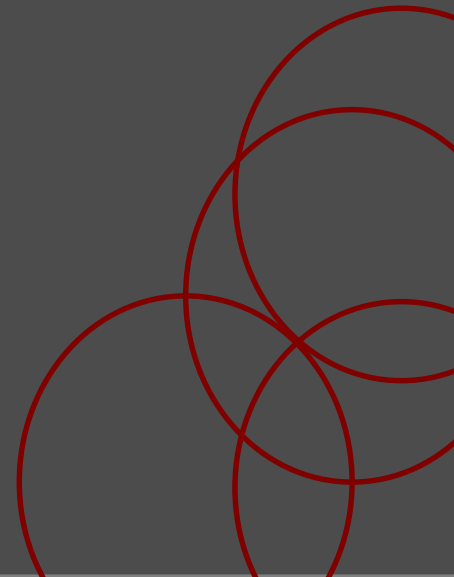
Campeões ou patrocinados

Internos

Externos

Mercado do Produto ou serviço

Mercado de fornecedores





anita cardoso

Tipos de Stakeholders

Campeões ou patrocinados

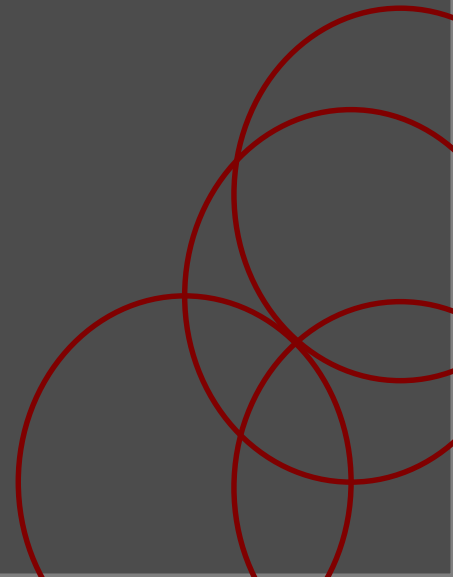
- Acionistas
- Investidores
- Financiadores
- Parceiros
- Fontes Externas de Capitais
- Supervisores da Alta Gerência
- Diretores
- Dirigentes





Tipo de stakeholders Internos

- Gerente de projeto
- Equipe de projeto
- Executivos
- Funcionários
- Subcontratados
- Terceirizados
- Colaboradores
- Departamentos
- Fundos de serviços internos





anita cardoso

Tipos de Stakeholders Externos

- Órgãos governamentais
- Fiscalização
- Agências regulamentadoras
- Sindicatos
- Ambientalistas
- Líderes de comunidades
- Comunidade
- Sociedade
- Mídia
- Grupos comunitários
- Familiares dos integrantes dos projetos
- Vizinhaça

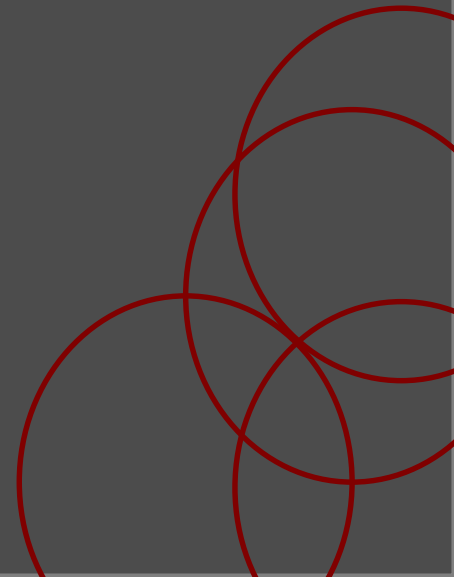




Tipo de stakeholders

Mercado do Produto ou serviço

- Clientes (internos ou externos)
- Usuários
- Concorrentes
- Canais de distribuição
- Atacadistas
- Varejistas





anita cardoso

Tipos de Stakeholders

Mercado de fornecedores

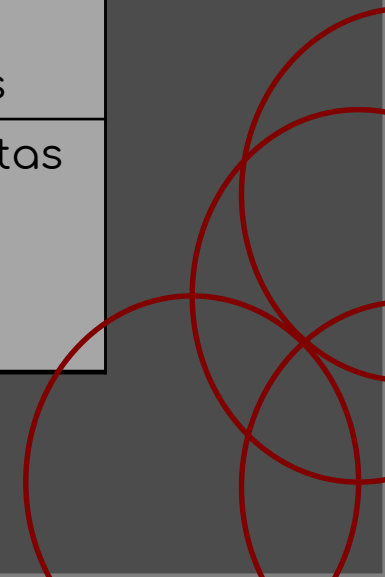
- Fornecedores de matérias-primas
- Fornecedores de serviços
- Fornecedores de tecnologia



Classificação de Stakeholders

Identificação dos interesses e do poder que os stakeholders possuem sobre a empresa

Interesse do Stakeholder	Propriedade	Diretores com ações Acionistas Proprietários		
	Interesse econômico	Parceiros Credores Receita Federal	Funcionários Clientes Distribuidores Fornecedores Credores	Governos estrangeiros Comunidades locais Concorrentes
	Interesse social	Agências reguladoras	Comunidade financeira	Grupos ativistas Governo Imprensa
		Formal	Econômico	Político
		Poder do Stakeholder		





anita cardoso

Interesse de propriedade

Significa que os ganhos do stakeholder dependem do valor da companhia e de suas atividades.

Se o funcionário possuir ações, ou se for proprietário, ou mesmo acionista, seu interesse sempre será classificado como de propriedade.





Interesse econômico

Significa que o stakeholder possui uma relação econômica com a empresa. Ele pode ser funcionário, ou cliente, fornecedor, distribuidor, banco credor ou mesmo parceiro comercial.

Por exemplo, funcionários recebem salários, governos recebem impostos, clientes dependem do que compram e fornecedores recebem pagamento pelos produtos e serviços oferecidos à empresa.





anita cardoso

Interesse social

Ocorre quando o stakeholder não está diretamente associado à organização, mas se interessa em garantir que ela se comporte de maneira socialmente responsável.

Por exemplo, as agências reguladoras, como a Anvisa, os grupos ativistas, como o Greenpeace, e mesmo a imprensa são stakeholders que cobram da empresa que ela atue de forma socialmente responsável.

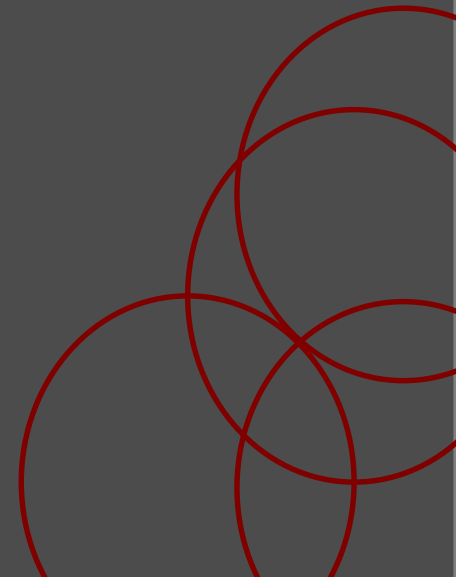




Poder formal

Significa que o stakeholder possui uma relação econômica com a empresa. Ele pode ser funcionário, ou cliente, fornecedor, distribuidor, banco credor ou mesmo parceiro comercial.

Por exemplo, funcionários recebem salários, governos recebem impostos, clientes dependem do que compram e fornecedores recebem pagamento pelos produtos e serviços oferecidos à empresa.





anita cardoso

Poder econômico

Poder econômico está relacionado ao fato de o stakeholder deter algo que a empresa valoriza, como: serviços, produtos, capital, matéria-prima e mão de obra.

Por exemplo, os funcionários detêm capacidade de trabalho; os clientes, capital; os fornecedores, matéria-prima; os distribuidores detêm sua rede de distribuição, entre outros.





Poder político

Poder político está associado à capacidade de persuadir legisladores, sociedade ou agências reguladoras a influenciar o comportamento da empresa.

Por exemplo, a imprensa pode divulgar notícias que prejudicam ou beneficiam a imagem da empresa perante a sociedade. O próprio relacionamento com a comunidade local pode influenciar na imagem da empresa.





anita cardoso

Essa classificação dos stakeholders auxilia os gestores a entenderem melhor tanto as necessidades como o poder e, a partir dela, é possível selecionar os stakeholders que serão trabalhados com uma estratégia de relacionamento e comunicação mais próxima.





anita cardoso

Determinação de valor

1. O que os stakeholders selecionados valorizam?
 - a) Entrevista de profundidade
2. Quais são as dimensões preferidas por esses stakeholders?
 - b) Utilizar técnicas como conjoint anlysis ou ranking scales
3. Como está sendo a entrega do que os stakeholders selecionados valorizam?
 - c) Pesquisas de satisfação, para avaliar como está sendo a entrega
4. Quais motivos levam a empresa a ir bem ou mal na dimensões mais importantes?
 - d) Técnicas qualitativas, como entrevistas de profundidade ou focus group
5. O que os stakeholders selecionados darão valor no futuro?
 - e) Ao prever os valores do stakeholder no futuro, a empresa criará uma vantagem competitiva, pois poderá responder ao cliente antes da concorrência.





anita cardoso

Análise de stakeholders

1. Quem são as pessoas que, de alguma forma, têm qualquer tipo de interesse na organização?
2. Qual a importância/impacto de cada um junto à organização?
3. Quais os papéis e responsabilidades de cada um na organização?
4. Como trabalhar em sintonia com essas pessoas visando o sucesso da organização?
5. Como trabalhar em sintonia com essas pessoas visando evitar o fracasso da organização?

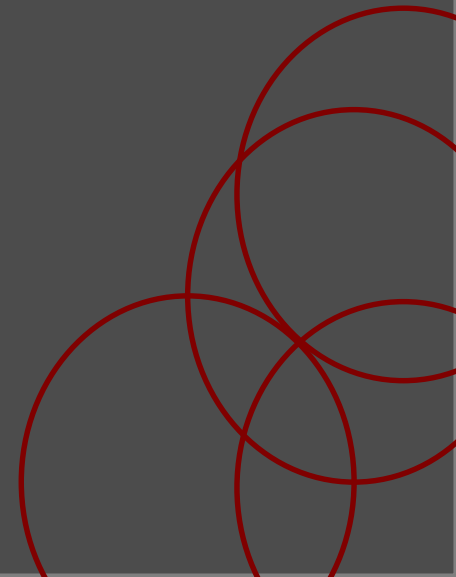




Preparação

Nesta fase, considerada a mais importante, você pontua o ou os stakeholders chaves da empresa, através de uma planilha simples, usando os 4 Is:

Identificação;
Interesse;
Influência e
Impacto





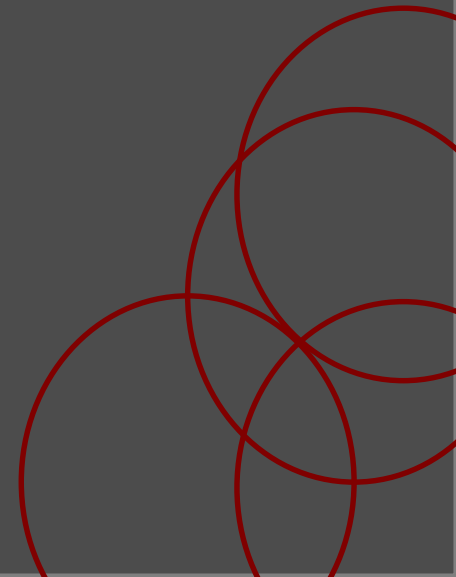
anita cardoso

Is	DESCRIÇÃO	NÍVEL			
IDENTIFICAÇÃO	Irá receber os benefícios e produtos do projeto?	1	2	3	4
	Irá trabalhar no projeto?				
	Está pagando pelo projeto?				
	Pode atuar como patrocinador do projeto?				
	É afetado positiva ou negativamente pelo projeto?				
	Representa entidade que teremos interesse no futuro?				
	Relaciona-se com o cliente ou patrocinador?				
INTERESSE	Espera algum benefício direto do projeto?	1	2	3	4
	O projeto vai ao encontro de seus objetivos ou necessidades?				
	Tem conflito de interesses a respeito do projeto?				
	Espera fazer ou obter mudança em consequência do projeto?				
	Como se sente em relação ao projeto?				
Tem algum conflito de interesse com o projeto?					
INFLUÊNCIA	Tem autoridade legítima na organização?	1	2	3	4
	Sua liderança é reconhecida formal ou informalmente?				
	Controla os recursos estratégicos do projeto?				
	Quer fornecer recursos para o projeto?				
	Tem poder ou influência de negociação sobre os outros stakeholders do projeto?				
IMPACTO	Como poderá impactar positiva ou negativamente no projeto?	1	2	3	4
	Quanto estes impactos afetarão o sucesso do projeto?				
	Se impactar negativamente, como podemos impedir ou corrigir essa situação?				
	Se impactar negativamente, como melhorar ou tirar proveito?				
PONTUAÇÃO TOTAL (Acima de 10 → Stakeholder Chave)					Total = ____
Escala: 1 = Nenhum / 2 = Mínimo / 3 = Médio / 4 = Significativo					
Stakeholder chave: atenção especial.					
<ul style="list-style-type: none">▪ Dividir opiniões e ponto de vista sobre o Projeto.▪ Comunicar-se regularmente com eles.					



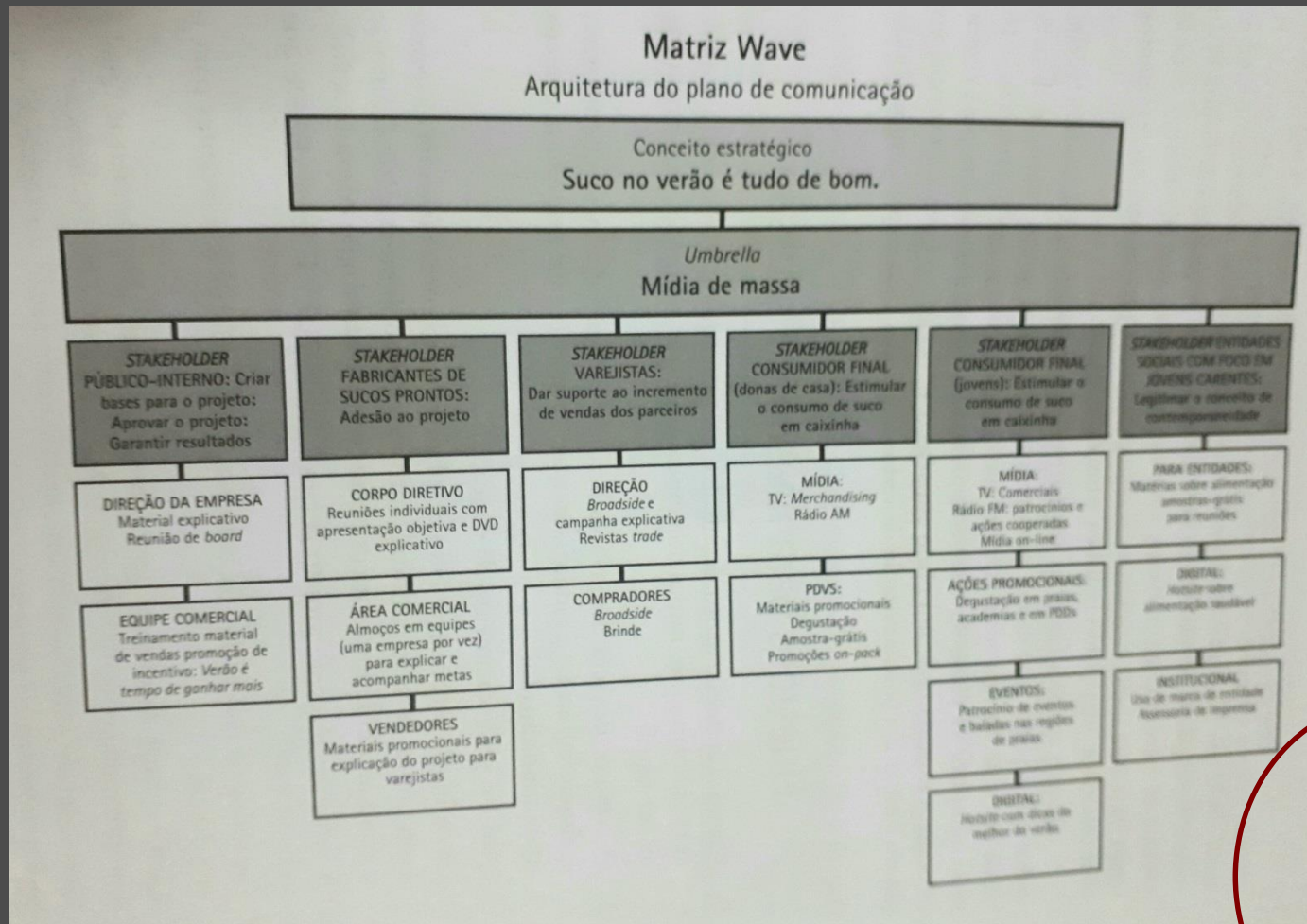
Matriz Wave

1. Perceber, eventualmente, uma desproporcionalidade de quantidade de ações ou de investimentos para determinado stakeholder
2. Verificar se todos os stakeholders relevantes para a realização dos objetivos propostos encontram-se bem trabalhados e a responsabilidade do plano para cada um deles
3. O equilíbrio da estratégia a ser adotada
4. A disseminação do conceito estratégico da marca





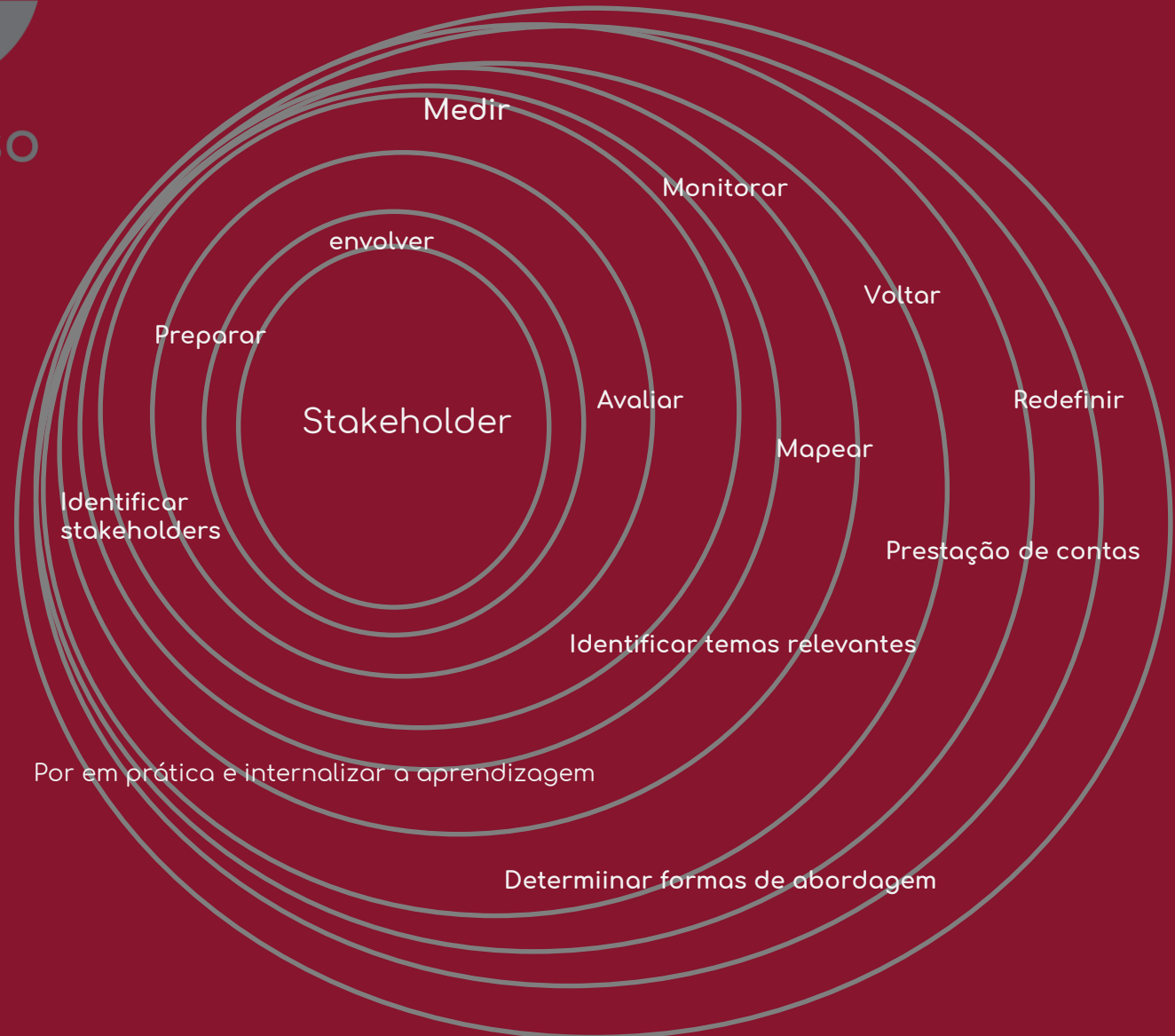
anita cardoso





anita cardoso

Engajamento

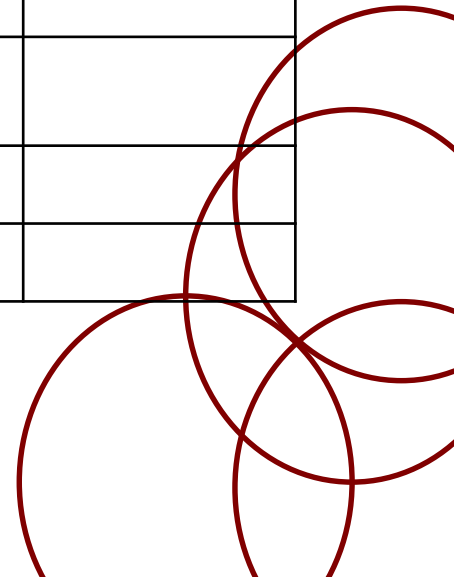




anita cardoso

Avaliação

Conteúdo	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Metodologia				
Aproveitamento				
Nível e profundidade				
Slides e recursos audiovisuais				
Discussões no fórum				
Performance do instrutor				



Obrigada



anita cardoso