



Articulação e Monitoramento ONIP para Implantação da Agenda de Competitividade

Caso do Projeto

Setembro, 2011

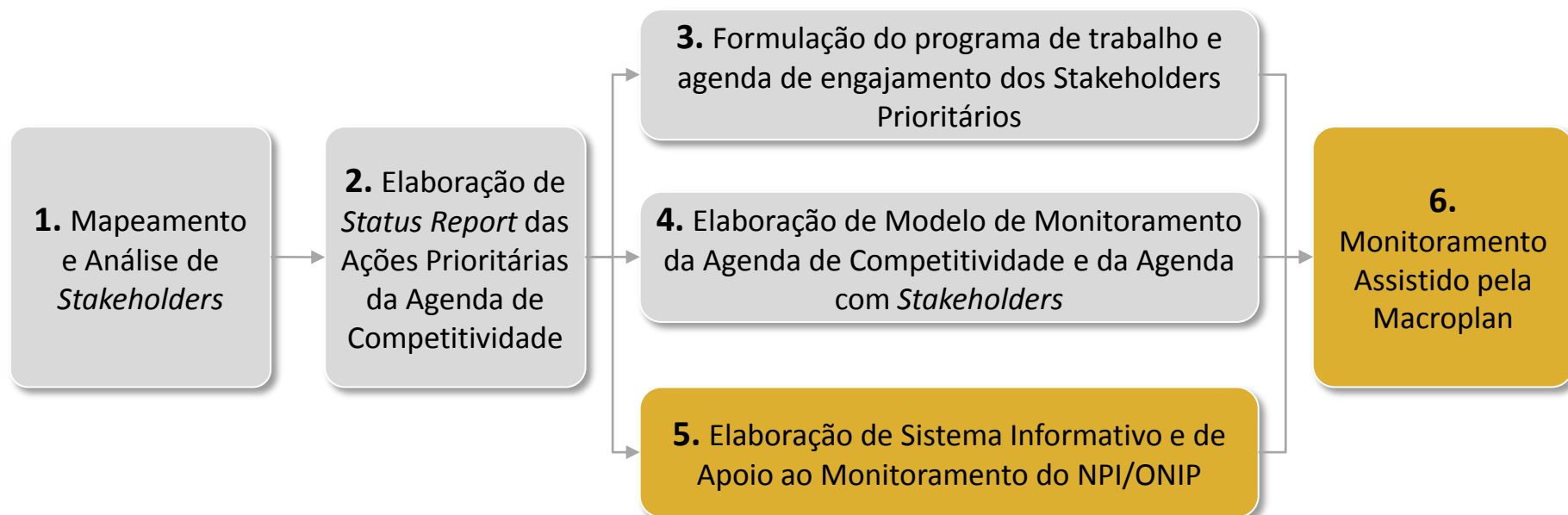
- Agilizar a implantação da Agenda de Competitividade para a Cadeia Produtiva de Óleo & Gás do Brasil, lançada em agosto de 2010, por meio de ações articuladas com os principais *stakeholders* do setor

1. Mapeamento dos principais *stakeholders* do setor de Óleo & Gás (O&G), que influenciam de forma relevante sua atuação, funcionamento e evolução
2. Identificação, caracterização, análise e avaliação no setor das influências mais significativas (positivas ou negativas) de seus principais *stakeholders*
3. Análise e organização das atividades dos programas de trabalho para a implantação das ações integrantes da Agenda de Competitividade
4. Formulação de estratégias e programas para o engajamento efetivo dos *stakeholders* mais relevantes na implantação de políticas e ações da Agenda de Competitividade
5. Elaboração de modelos de monitoramento

Principais etapas do Projeto



Macroplan®
Prospectiva, Estratégia & Gestão



Legenda

-  Atividades constantes no projeto
-  Atividades propostas para fase seguinte

março-junho

junho-agosto



Principais Produtos

1 Mapa de *Stakeholders* do setor de O&G



Macroplan®
Prospectiva, Estratégia & Gestão



2. Estratégias de Engajamento para os Stakeholders (1/2)



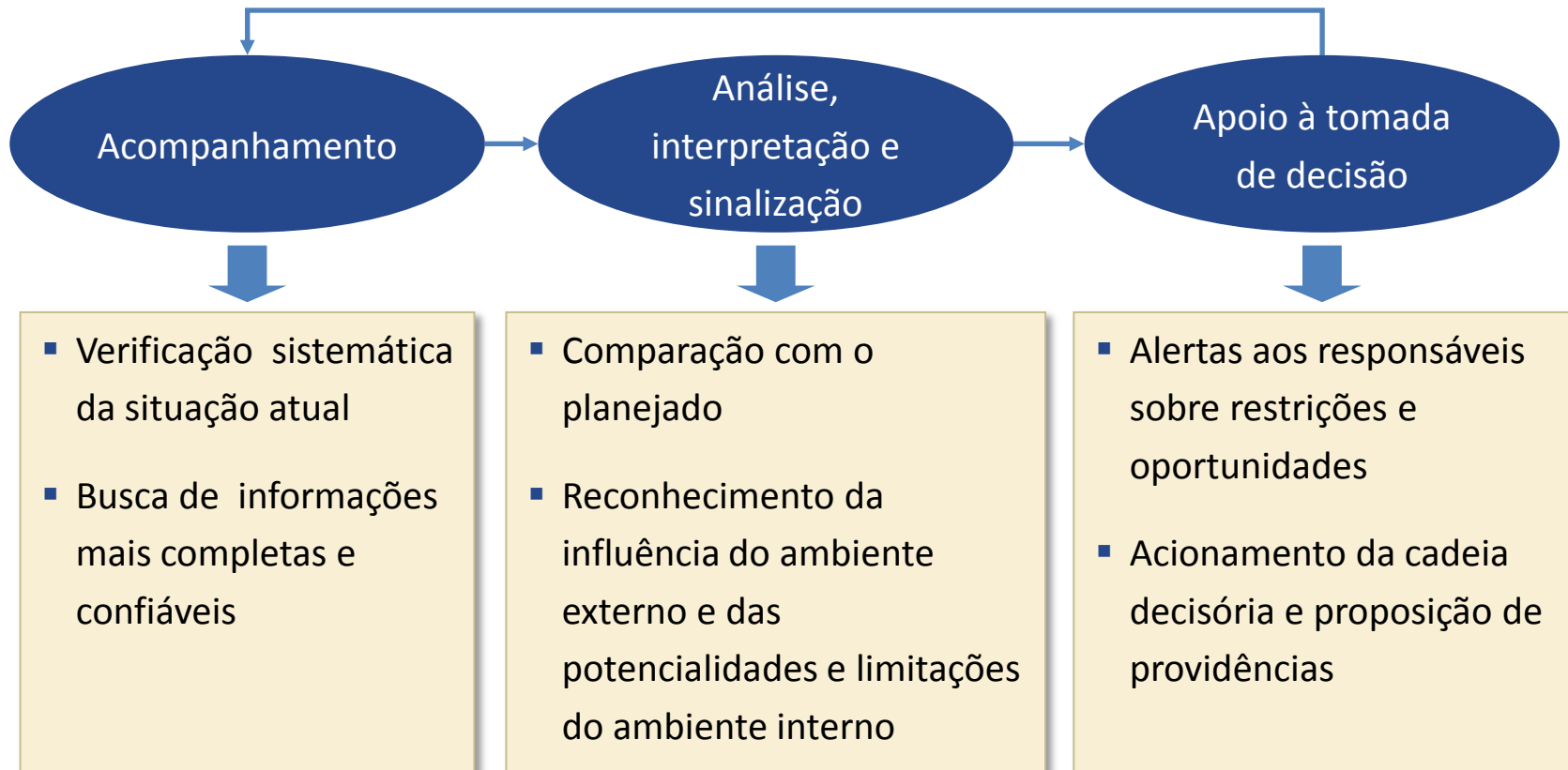
ESTRATÉGIA	OBJETIVO	COMUNICAÇÃO	RELACIONAMENTO	MÉTODOS DE ABORDAGEM
Permanecer Passivo	Nenhum objetivo específico	Sem comunicação ativa	Sem relacionamento	Preocupações dos stakeholders são expressas através de protestos, cartas, mídias ou pressão em órgãos regulatórios
Monitorar	Monitorar ponto de vista do stakeholder	Mão única: do stakeholder para a organização	Sem relacionamento	Obtenção de informações através de entrevistas com terceiros e de notícias na mídia e internet
Informar	Informar ou educar stakeholders	Mão única: da organização para o stakeholder, sem liberdade para réplica	Relações de curto ou longo prazos. “Manteremos você informado”	Informar através de relatórios, cartas, <i>web sites</i> , conferências, apresentações públicas, <i>road shows</i> , publicidade ou lobby
Consultar	Obter informações e <i>feedback</i> dos stakeholders para apoio às decisões tomadas internamente	Mão dupla limitada: Organização faz perguntas e stakeholder responde	Relações de curto ou longo prazo . “Vamos mantê-lo informado, ouvir suas preocupações, considerar suas opiniões e dar um retorno sobre nossa decisão”	Pesquisas, grupos focais, workshops ou reuniões públicas ou privadas ou discussão e <i>feedback online</i>
Influenciar	Influenciar ou redirecionar decisões ou ações do stakeholder em benefício da organização	Comunicação em mão dupla: negociação em que a organização solicita e o stakeholder responde , favoravelmente ou não	“Gostaria que você tomasse determinada decisão ou rumo, de meu interesse, dentro do campo de suas atribuições”	Negociações em reuniões diretas

2 Estratégias de Engajamento para os Stakeholders (2/2)



ESTRATÉGIA	OBJETIVO	COMUNICAÇÃO	RELACIONAMENTO	MÉTODOS DE ABORDAGEM
Envolver	Trabalhar em conjunto com <i>stakeholder</i> para garantir que suas opiniões estão plenamente entendidas e sendo consideradas na tomada de decisão	Mão dupla: do <i>stakeholder</i> para organização ou vice-versa. A organização e os atores agem individualmente	Pode ser momentâneo ou de longo prazo. “Nós vamos trabalhar em conjunto para assegurar que seus interesses são considerados, provendo <i>feedback</i> de como estes interesses influenciaram as decisões”	Fóruns contendo diversos stakeholders, processo de construção de consenso ou de tomada de decisão participativa
Colaborar	Parceria ou convênio com uma rede de <i>stakeholders</i> para desenvolvimento conjunto de soluções e planos de ação	Mão dupla: do <i>stakeholder</i> para organização ou vice-versa. Aprendizado, negociação e tomada de decisão ocorre de ambas as partes. O trabalho é realizado em conjunto	Longo prazo. “Nós vamos procurá-los para aconselhamento e participação direta na busca e implementação de soluções para desafios compartilhados	Projetos conjuntos, parcerias ou iniciativas voluntárias conjuntas
Empoderar	Delegar tomada de decisão de uma questão específica para um <i>stakeholder</i>	Mão dupla: interação constante, já que o <i>stakeholder</i> é parte da estrutura organizacional	Longo prazo. “Vamos implementar o que for decidido por você”	Integração do <i>stakeholder</i> na governança da organização, como membros, acionistas ou em um comitê específico

- Atividade sistemática que visa **provocar decisões** para implantação das ações e geração de resultados



3 Objetivo do Modelo de Monitoramento



Acompanhar, analisar e interpretar a implantação,
além de provocar decisões que favoreçam a
implantação da Agenda de Competitividade e da
Agenda de Engajamento de *Stakeholders*

3 Focos do Monitoramento



→ → → Macroplan®
Prospecção, Estratégia & Gestão

❖ AÇÕES PRIORITÁRIAS DA AGENDA DE COMPETITIVIDADE

- Monitoramento da execução dos programas de trabalho para a implantação das ações integrantes da Agenda de Competitividade

❖ AGENDA DE ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS

- Monitoramento da execução dos programas de envolvimento dos *stakeholders* mais relevantes na implantação das ações integrantes da Agenda de Competitividade

3 Características necessárias ao Modelo de Monitoramento



❖ AGILIDADE

- Exercido em tempo real
- Visão antecipatória
- Decisões em tempo hábil

❖ EFETIVIDADE

- Aumento da capacidade de execução das ações
- Seletivo
- Exercido por todos os integrantes da rede

❖ CONFIABILIDADE

- Depende da qualidade e atualidade das informações
- Leva em conta fatores subjetivos e não registrados
- Melhoria contínua

Forte aceleração na execução da Agenda de Competitividade

- **Agilização do processo decisório**, por meio da disponibilização de informações sintéticas, tempestivas e confiáveis para tomada de decisão
- **Rápida adoção de medidas de gestão**, com base no monitoramento sistemático da execução das ações
- Aumento da velocidade na **identificação de restrições e na mobilização de instituições** e pessoas para sua superação
- **Maior responsabilização e comprometimento** com os prazos e resultados
- **Melhoria do fluxo de informação** entre os diversos interlocutores envolvidos com as ações

Equipe de Articulação do Núcleo de Política Industrial ONIP

- **Bruno Musso** — coordenador da equipe de articulação do Núcleo ONIP
- **Marcelli Tavares**



▪ **21 2563.4615**



▪ **www.onip.org.br**

Equipe Macroplan

- **Alexandre Mattos** — diretor do projeto ONIP
- **Aluísio Guimarães**
- **Bernardo Neto**
- **Claudio Porto**
- **Hiroshi C. Ouchi**
- **Juliana Kircher** - gerente do projeto ONIP
- **Marcelo Castro**



- **Rio de Janeiro** | 21 2287.3292
- **São Paulo** | 11 3285.5634
- **Brasília** | 61 3328.6504
- **Vitória** | 27 2123.1412



- www.macroplan.com.br