



## Engajamento de Stakeholders

O Happy Hour Sustentável do mês de junho de 2011 teve como tema “Engajamento de Stakeholders”.

Neste encontro, o principal objetivo foi discutir como o engajamento pode ser utilizado como ferramenta na gestão da sustentabilidade dentro das empresas.

Para dar início ao encontro e introduzir o assunto, a consultora da APOENA, Juliana Gandini, conceituou o tema. A consultora também apresentou algumas ações desenvolvidas junto a clientes da consultoria que tiveram o objetivo de engajar alguns de seus *stakeholders*.

Na empresa Air Liquide em Paulínia, por exemplo, foi feito um trabalho de engajar o público interno, as empresas parceiras, as ONGs e os órgãos públicos no tema INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO.

Na empresa HERINGER, a consultoria realizou um mapeamento dos principais *stakeholders* que deveriam ser engajados nas

ações sociais e ambientais que serão desenvolvidas pela empresa junto às comunidades próximas às suas unidades.

Após breve intervalo, Geisa De Mio, também consultora da APOENA, desenvolveu uma dinâmica sobre o assunto no intuito de obter visões diferentes sobre o tema que pudessem ser transformadas em aprendizado para todos os participantes.

Os participantes foram divididos em dois grupos:

Grupo A – Quem engajar?

Grupo B – Como engajar?

### 3 - Conclusões gerais

#### Grupo A: Quem engajar?

Os integrantes do grupo fizeram o levantamento de seus principais *stakeholders*, caso a caso.





## Engajamento de Stakeholders

As instituições analisadas foram:

- TAM- MRO;
- Fundação Educacional de São Carlos;
- Brasil Flora – Projetos Ambientais;
- Escritório de Advocacia.

### Grupo B - Como engajar?

Após discussões, o grupo conclui que não basta a empresa ter a intenção de ouvir seus *stakeholders*. Além de escutá-los e envolvê-los, é essencial que a empresa invista na sua capacidade de dar resposta às questões apresentadas, assim como relatar, ex-

plicar e colocar-se disponível para responder sobre suas decisões, suas ações e seu desempenho.

Antes de “abrir suas portas” para o diálogo e a negociação, a empresa deve mapear quais são seus principais stakeholders e identificar as principais motivações e interesses para este engajamento.

*Participaram deste encontro: Eduardo Cunha - SENAC São Carlos; Eduardo Deangelo – Brasilflora; Élica Pratavieira- TAM MRO; Geisa De Mio- APOENA Sustentável; Juliana Gandini - APOENA Sustentável; Leila Fernandes-Tecnomotor; Luis Felipe Fontana- S.I Indústria; Lygia Fontana – FESC e Kappa; Marco Antonio Pereira- ITERA; Marenilza Juliano- Ass e Mkt de Serviços; Mariflavia Casagrande – Advogada.*

