

# Projeto Corporativo Relacionamento Externo

## Apresentação RIALIDE

- ↪ Contextualização e Objetivos do Projeto
  
- ↪ Abordagem Metodológica
  
- ↪ Etapas do Projeto
  - ↪ *Benchmarking*
  - ↪ Segmentação de Públicos
  - ↪ Política de Relacionamento
  - ↪ Mapeamento das Áreas
  
- ↪ Entregas Realizadas

## Desenvolvimento Sustentável e Competitivo

*Expandir investimentos em infraestrutura*

*Induzir o fortalecimento da competitividade das empresas brasileiras*

*Contribuir para a inclusão social e produtiva*

*Fomentar a inovação, a sustentabilidade socioambiental e o desenvolvimento regional*

## Sustentabilidade Financeira

*Diversificar e integrar produtos financeiros*

*Fortalecer a estrutura patrimonial*

*Aperfeiçoar a gestão de riscos e retorno*

## Processos Internos

*Promover melhores práticas de gestão e integração corporativa*

*Fortalecer a imagem e a presença do BNDES perante seus principais interlocutores e a sociedade em geral*

## Aprendizado e Competências

*Propiciar um ambiente organizacional que estimule a inovação*

*Promover o desenvolvimento profissional e pessoal dos empregados*

*Valorizar a gestão de pessoal com pactuação de resultado e avaliação de desempenho*

## Estrutura de Governança

### Comitê Diretor do Projeto

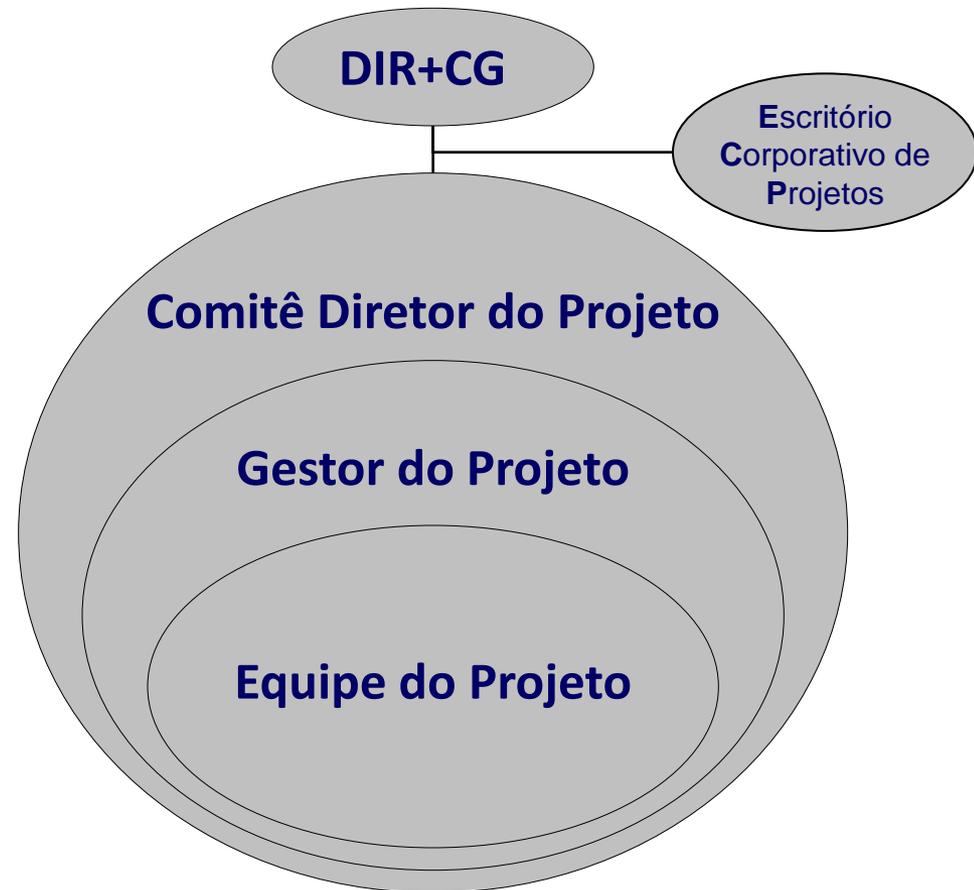
- 2 Diretores Corporativos
- Sups AP e ARH

### Gestor do Projeto

- Chefe de Depto designado

### Equipe do Projeto

- Representantes das Áreas envolvidas



*“Traçar um diagnóstico das práticas de Relacionamento do BNDES com seus interlocutores externos e identificar oportunidades de melhoria para a interação com públicos de interesse, com vistas ao fortalecimento da imagem do Banco.”*

- Aprimorar a forma como são realizados os relacionamentos externos do BNDES, incorporando maior pró-atividade, planejamento e estratégias de ação
- Desenvolver uma visão integrada para a gestão dos relacionamentos do BNDES com seus principais interlocutores externos
- Definir princípios e diretrizes para nortear as práticas de relacionamento externo do BNDES
- Contribuir para a redução de riscos reputacionais para a imagem do BNDES

## Visão interna

Mapeamento dos relacionamentos com os públicos de interesse

Diagnóstico/  
Análise da situação atual

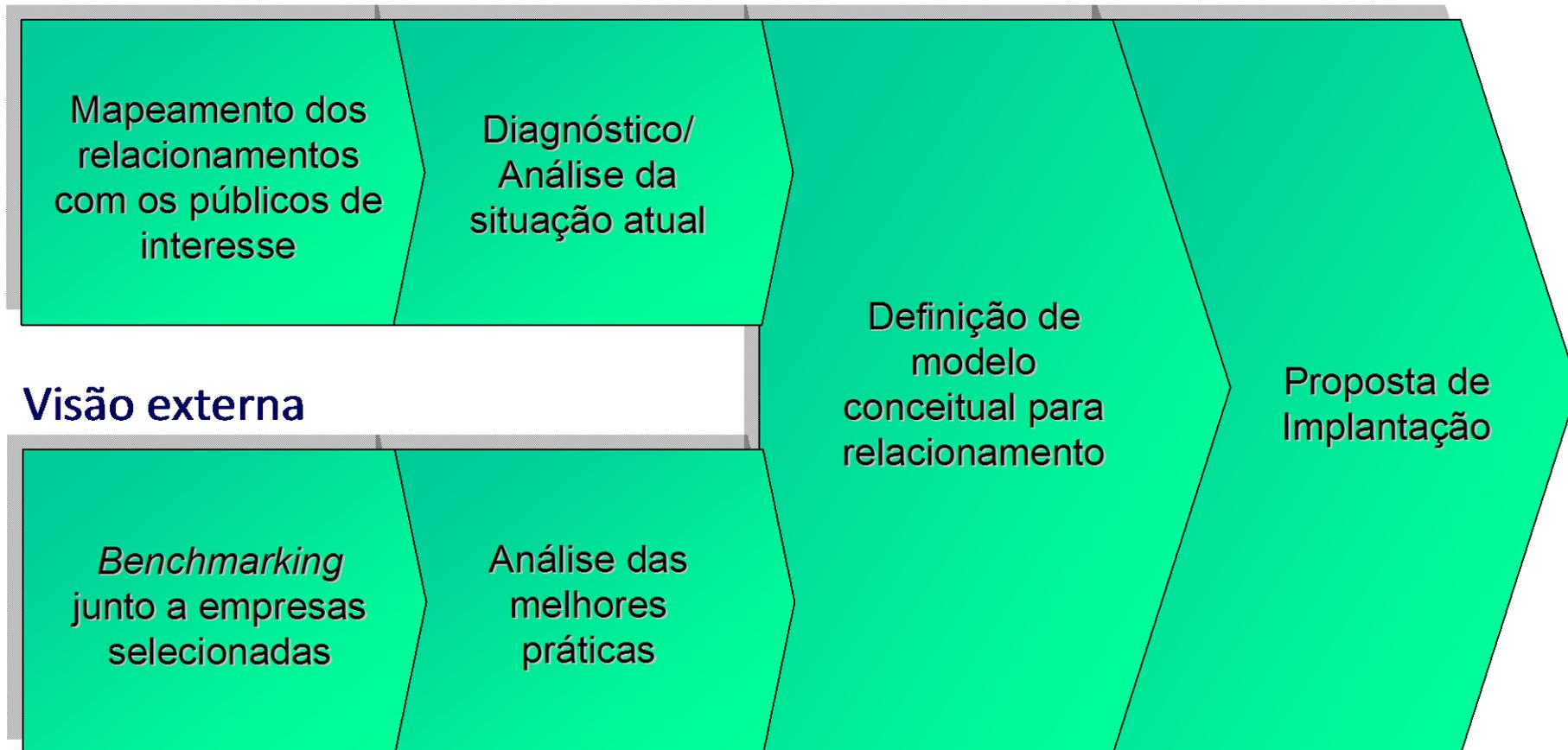
## Visão externa

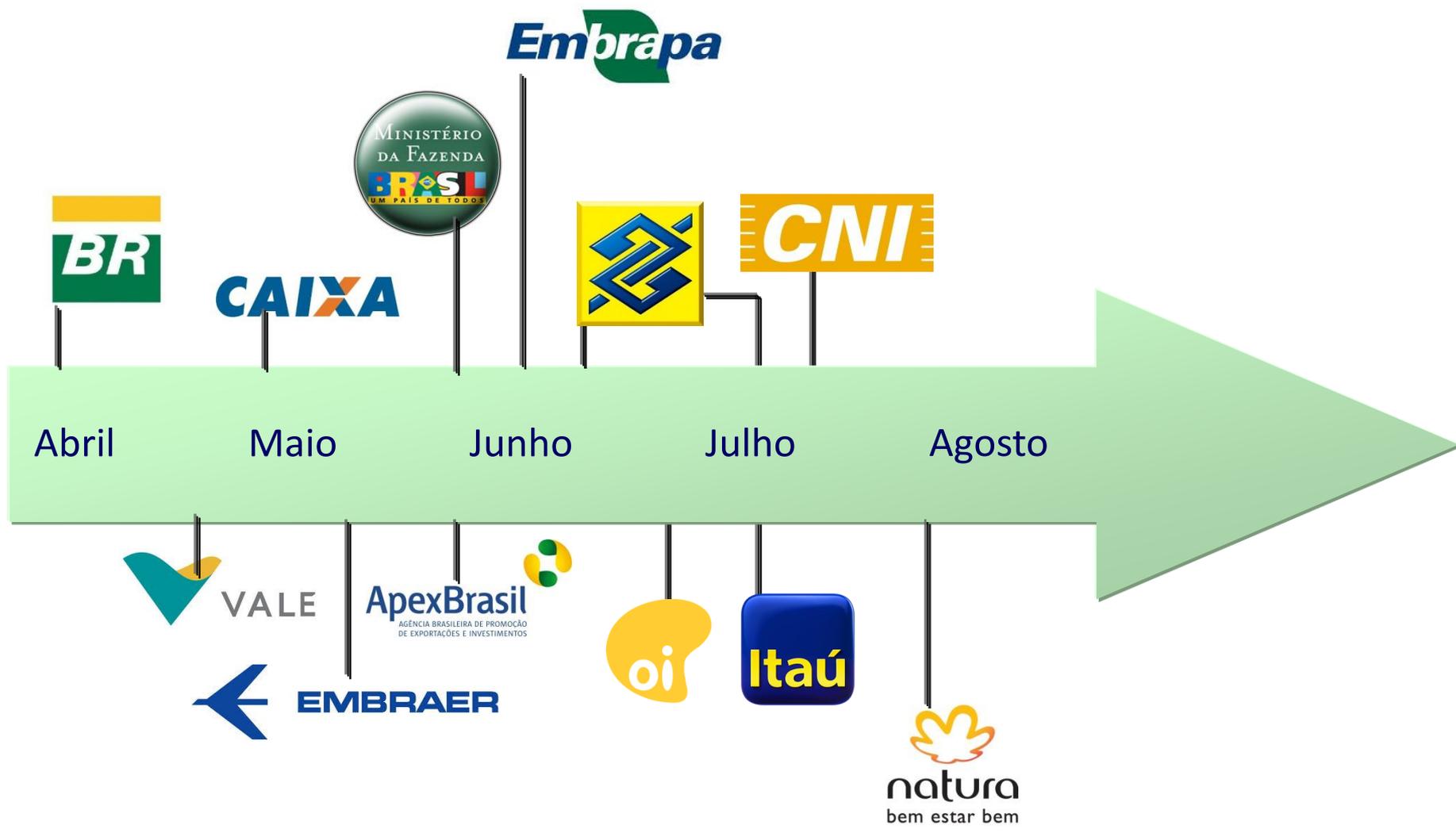
*Benchmarking* junto a empresas selecionadas

Análise das melhores práticas

Definição de modelo conceitual para relacionamento

Proposta de Implantação





- Relacionamento Institucional (RI) é um tema estratégico em todas as empresas consultadas
- O foco negocial (relacionamento com clientes) e o institucional são tratados separadamente
- Para a gestão de RI, sempre existe uma priorização prévia de públicos
- Os públicos de interesse mais priorizados para a gestão de RI são governo (Executivo e Legislativo), órgãos de controle, entidades de classe, organizações da sociedade civil e comunidades

- Pesquisas de mercado são amplamente utilizadas para definir metas e parâmetros de relacionamento
- As empresas consultadas contam com unidade organizacional voltada para o relacionamento institucional
- A participação em representações institucionais (Ex.: Conselhos, Associações, Fóruns) é utilizada de forma estratégica
- Dispor de plataforma tecnológica integrada para a gestão do relacionamento é um diferencial, mas a maioria das empresas visitadas não conta com isso

## Pessoas

- Gestão da Representação Institucional
- Gestão dos Empregados Cedidos
- Gestão de Palestras
- Media Training
- Capacitação em RI

## Governança e Processos

- Gestão de Públicos de Interesse
- Gestão de Grandes Clientes
- Comitê de RI
- Grupo de Gestão de Crise
- Temática de RI
- Política de Comunicação
- Parcerias Estratégicas

## Ferramentas e Tecnologia

- Instituto de Pesquisa
- Aquisição de Informações sobre Entidades Estratégicas
- *Mailing List*
- Agenda Compartilhada
- CRM
- Uso Estratégico da Agenda da Alta Administração
- Contrapartidas Negociais de Patrocínio

|    | Públicos de Interesse   |
|----|---|
| 1  | Acionista controlador (União)   |
| 2  | Agente Financeiro   |
| 3  | Cidadão   |
| 4  | Cliente   |
| 5  | Colaborador   |
| 6  | Comunidade Acadêmica  |
| 7  | Formador de Opinião   |
| 8  | Fornecedor de bens e prestador de serviços                                    |
| 9  | Fornecedor de itens financiáveis  |
| 10 | Imprensa  |
| 11 | Órgão de Controle   |
| 12 | Parceiro institucional (Sebrae, CNI, Febraban)                                |
| 13 | Parceiro operacional (Co-Financiadores, Prestadores de Garantia, Seguradores) |
| 14 | Poder Público   |
| 15 | Provedor de recursos  |
| 16 | Regulador   |
| 17 | Sociedade Civil Organizada (entidades de classe, ONGs, entidades setoriais)   |

- A Política de Relacionamento visa orientar os colaboradores em sua atuação junto aos diversos públicos com os quais o Banco estabelece interlocução
- Possui sobretudo caráter inspiracional, contendo objetivos, princípios e valores a serem perseguidos, além de diretriz geral e por públicos
- O processo envolveu um extenso trabalho de *benchmarking* e contemplou pesquisa sobre as políticas e normativos do Banco associados ao tema
- Uma série de instrumentos e estratégias devem dar suporte à implantação da política para efetivar as disposições nela contidas: manuais, regulamentos, normativos, treinamentos; e a política precisará ser periodicamente atualizada
- O documento foi elaborado a partir de um trabalho conjunto que envolveu representantes de diversas áreas, composto por cerca de 30 empregados de diferentes formações profissionais e distintos níveis hierárquicos

- Apresentação aos Superintendentes, Chefes dos Departamentos e Assessoria da Superintendência em cada uma das 24 Áreas do Banco
- Realização de coleta de dados (questionário)
- Análise das respostas
- Tratamento das inconsistências
- Consolidação das respostas
- Apresentação do resultado à Área (Devolutiva)

## ➤ **Bloco 1:**

- 2 perguntas;
- perguntas respondidas uma única vez, por departamento.

## ➤ **Bloco 2:**

- 11 perguntas;
- perguntas respondidas, por departamento, para cada público de interesse priorizado (até 3 públicos).

## Links para os questionários (modelo)

➤ Bloco 1: [Bloco 1.doc](#)

➤ Bloco 2: [Bloco 2.doc](#)

- Glossário de termos sobre Relacionamento
- Relatório de *Benchmarking*
- Mapas de Relacionamento das Áreas
- Política de Relacionamento
- Constituição do Comitê de Relacionamento Externo (CRE)

O Comitê de Assuntos de Relacionamento Institucional (CRE) é um colegiado consultivo que tem por objetivo o acompanhamento e análise de assuntos corporativos e de natureza estratégica para o Sistema BNDES, referentes ao relacionamento da instituição com os seus diversos públicos de interesse.

- Propor ações voltadas para o aprimoramento dos relacionamentos institucionais do BNDES como um todo
- Identificar e monitorar temas que possam representar risco reputacional para a imagem do Banco
- Promover o fortalecimento das relações entre as Unidades Fundamentais (UF's) e os seus respectivos públicos de interesse
- Encaminhar às respectivas UF's as propostas e iniciativas referentes às ações de relacionamento formuladas pelo Comitê
- Apreciar as informações das UF's que possam servir de subsídios para a antecipação de tendências e de atuação emergencial em cenários de crise
- Submeter à apreciação das alçadas competentes proposições relativas a ações estratégicas a serem empreendidas

- Ações voltadas para o aprimoramento dos relacionamentos com públicos selecionados
- Oportunidades de melhoria identificadas no Projeto Corporativo de Relacionamento Externo
- Posicionamento da imagem do BNDES
- Monitoramento dos temas de interesse do BNDES no Congresso Nacional

# Projeto Corporativo Relacionamento Externo

## Apresentação RIALIDE