

Relaciones Sectoriales sus Stakeholders



Stakeholders

Los **Stakeholders** (parte interesada) son los grupos que pueden afectar o son afectados, directa e indirectamente, por las actividades de su empresa. Estos grupos o públicos deben ser considerados como un elemento esencial en la planeación estratégica del negocio.

Por ejemplo: sus clientes, sus proveedores, los vecinos, otras empresas, las organizaciones civiles y gubernamentales, público en general, etc.

Así mismos son sus **relaciones sectoriales**; es decir, con la escala de influencia que, de manera directa e indirecta, afecta sus operaciones, como: el estado, las instituciones, los grupos empresariales del sector, las asociaciones, colegios especializados, gremios y otros.

Es fundamental no aislarse de sus grupos de interés y, a través de buenas relaciones, crear vínculos de visión y misión que refuercen y garanticen la sostenibilidad de sus operaciones.



Objetivos

1. Identificar los grupos o públicos objetivos; y cuál es su relación actual con cada una desde un enfoque productivo y sostenido.
2. Reconocer los escenarios en que se desenvuelve la empresa con respecto de cada grupo identificando las fortalezas, debilidades y amenazas.
3. Mejorar la calidad de las relaciones con sus clientes; estudiando sus demandas de satisfacción y mejorando el servicio.
4. Identificar las entidades afines con los objetivos corporativos de la empresa para afianzar la colaboración bilateral y de coparticipación como: alianzas estratégicas, intercambio de conocimiento y buenas prácticas, proyectos de desarrollo social, entre otros. Entidades como el estado, los gobiernos locales, otras empresas, organismos, instituciones, etc.
5. Contar con la preparación adecuada para afrontar situaciones de crisis y manejo de medios de comunicación que puedan afectar la imagen de la empresa.
6. Garantizar, a partir de las buenas relaciones, las operaciones de la empresa en el tiempo.
7. Promover las actividades de la empresa y su misión a través de su activa participación en el desarrollo de su sector, sus públicos objetivos, el país y el planeta.



Nosotros trabajamos para que su empresa logre calar en los diferentes grupos de interés y sea activo protagonista del desarrollo sectorial y, a la vez, corporativo.

1. Estudios y análisis situacionales

- Grupos de interés (Stakeholders)
- Comunicaciones
- Estudios estadísticos y cuantitativos

2. Planeamiento de las Relaciones Sectoriales

- Identificación de estados
- Grupos consumidores (clientes)
- Grupos colaboradores (proveedores)
- Grupos empresariales (sectores)
- Grupos reguladores (gobierno)
- Grupos de presión (gremios, Orgs, etc.)
- Procedimientos y documentos de gestión
- Media Training / Voceros
- Gestión de Medios – Prensa
- Comunicaciones y Compromisos Públicos
- Monitoreo y mantenimiento



Acción

Buscamos soluciones innovadoras para cada caso a través de una **gestión de inteligencia relacional**

1. Reconocimiento de los diferentes públicos que forman los Stakeholders.
2. Reconocimiento del radio de influencia sectorial y convertirlos en oportunidades estratégicas.
3. Identificar las fortalezas y debilidades de cada sector y Stakeholders para mejorar o revertir la situación actual.
4. Propiciar el acercamiento y reconocimiento; aprendiendo de su sector y Stakeholders.
5. Crear escenarios propicios para el diálogo y la exposición de ideas empresariales.
6. Mejorar la calidad total, desde el servicio, hasta las relaciones exteriores.
7. Establecer canales de comunicaciones entre la empresa y los sectores de influencia y Stakeholders.



Estrategia



1. Estudio y diagnósticos situacionales
2. Alineamiento de la estrategia corporativa hacia las relaciones exteriores.
3. Planeamiento estratégico, aprendizaje y recursos.
4. Competencias requeridas y procesos de compromiso.
5. Retroalimentación y feedback.
6. Ejecución, control y evolución.
7. Análisis de Benchmark. Buenas prácticas.
8. Planeamiento de relaciones bilaterales y de cooperación empresarial.
9. Medición de niveles alcanzados en los diferentes sectores directos como clientes, trabajadores, opinión pública, gobierno.
10. Nivel de compromisos con los sectores empresariales y gubernamentales.
11. Comunicaciones externas efectivas.



Las relaciones sectoriales son parte de la vida de su empresa. Es por ello que es fundamental el diseño de estrategias que permitan el acercamiento y entendimiento con cada grupo de interés.

“La inteligencia relacional es parte de la estrategia para alcanzar la sostenibilidad”