



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 101036640.

Ciclo de Workshops de Capacitação para a Economia Circular

WORKSHOP 3 – *Feedback do stakeholder*

- Mapear os *stakeholders* e as suas principais necessidades e comportamentos;
- Detetar a relevância das soluções em matéria de inovação circular e ajudar a traduzi-las em critérios de conceção;
- Capacitar para a recolha de *feedback* dos stakeholders sobre os potenciais negócios circulares locais.



Economia Circular

Design da experiência

Fase 1: Criação
de espaços
interativos

Fase 2: Negociação
e cocriação

Fase 3: Integração
para a economia
circular

Fase 4: Recolha de
dados através de
entrevistas

Estágio 1: Criação
de Pólos
aceleradores
locais (LAH) para
a inovação
empresarial

Estágio 2:
Definição
dos
desafios
locais

Estágio 3:
Design Thinking de
empreendedorismo
para a inovação

Estágio 4:
Colaboração
entre redes

Estágio 5:
Prémio de
Economia
Circular

Economia Circular

Design da experiência

Fase 1: Criação
de espaços
interativos

Fase 2: Negociação
e cocriação

Fase 3: Integração
para a economia
circular

Fase 4: Recolha de
dados através de
entrevistas

Estágio 1: Criação
de Pólos
aceleradores
locais (LAH) para
a inovação
empresarial

Estágio 2:
Definição
dos
desafios
locais

Estágio 3:
Design Thinking de
empreendedorismo
para a inovação

Estágio 4:
Colaboração
entre redes

Estágio 5:
Prémio de
Economia
Circular



EXISTIRÁ UM PRÉMIO PARA A EQUIPA QUE DESENVOLVER A MELHOR SOLUÇÃO CIRCULAR

Não perca a oportunidade de pertencer à equipa vencedora e de disfrutar de um prémio no valor de 1000EUR em formação para a economia circular.

The screenshot shows the Circular Economy Alliance website banner. At the top left is the logo for the Circular Economy Alliance. To the right are three navigation links: 'FOR INDIVIDUALS', 'FOR ORGANIZATIONS', and 'OUR COURSES & CERTIFICATES'. The main headline reads: 'Jumpstart your career as a Circular Economy expert, with formal, qualified accreditation'. Below the headline are two buttons: 'LEARN MORE' and 'EDUCATE YOUR ORGANIZATION'. At the bottom, it states: 'CEA IS A WORLD-LEADING TRAINING AND CERTIFICATION PROVIDER OFFERING'. The background of the banner features a group of diverse professionals in an office setting, with a man in the foreground smiling and pointing towards the camera.

Os critérios de avaliação do Prémio de Economia circular serão:

circularidade e sustentabilidade	inovação	viabilidade das soluções	inclusividade	colaboração
A eficiência dos recursos e a redução dos resíduos. Como minimiza a utilização de materiais virgens e maximiza a reutilização e o reaproveitamento ?	O grau de novidade, a eficácia e a escalabilidade da solução e a demonstração de modelos empresariais circulares, incluindo uma estratégia global para melhorar as práticas empresariais fundamentais	Qual é a probabilidade de a solução ser implementada ?	Como estão os grupos vulneráveis são envolvidos?	De que forma as partes interessadas serão envolvidas, a solução tem "ciclo fechado"? Envolve todas as partes interessadas ?, de que forma a solução capacita a mão de obra ? De que forma é a cadeia da valor envolvida ?
20%	20%	20%	20%	20%

HORAS	ATIVIDADE
15H00 > 15H05	Boas-vindas
15H05 > 16H15	Mapeamento de <i>stakeholders</i>
16H15> 16H30	<i>Coffee break</i>
16H30 > 17H45	O processo de <i>feedback</i> e a sua integração
17H45>18H	Questionário do projeto

WORKSHOP 3

Compreender quem são as partes interessadas e como estão conectadas umas às outras:

Quem vai alavancar a proposta de valor?

Stakeholder Map

Em sala de aula

Analisar como influenciam o produto ou serviço:

Que ideias é necessário validar junto dos utilizadores ?

Validation Canvas

Em sala de aula

Usar os *insights* para melhorar o serviço ou produto:

Como podemos integrar o *feedback* obtido e melhorar a proposta de valor?

Implementação e integração

Próximos passos



Mapeamento de *stakeholders*

QUEM SÃO OS *STAKEHOLDERS* ?

SHARED
GREEN
DEAL



Social sciences & Humanities for Achieving a Responsible, Equitable and Desirable GREEN DEAL



Não se esqueça de incluir os extremos do seu segmento de consumidor, bem como grupos subrepresentados e pessoas com deficiência.



Cliente



Pense em todas as diferentes pessoas que podem usar sua solução.

Utilizadores extremos podem pertencer a vários espectros e o objetivo é alcançar variedade.

Considere as características dos seus clientes e no momento de validação considere questionar clientes com características opostas, ou com graus de incapacidade.

Como por exemplo, um utilizador com 25 anos VS um utilizador com 64 anos, um utilizador com incapacidade motora, etc.

PORQUÊ REALIZAR UM MAPEAMENTO DE *STAKEHOLDERS*?

1

Reduzir potenciais riscos e conflitos

O **envolvimento de *stakeholders*** ao longo do projeto ajuda a reduzir as hipóteses de insatisfação do cliente, incerteza da equipa e outros obstáculos comuns do projeto.

2

Melhorar a tomada de decisões

Um bom envolvimento das partes interessadas permite que os decisores **avaliem as situações, resolvam os problemas e realizem o trabalho.**

3

Aumentar o ritmo do progresso

Uma estratégia de envolvimento bem sucedida pode funcionar como óleo nas engrenagens **do seu projeto.** Todos compreenderão quais são as suas funções e como podem ter o maior impacto, o que leva a um avanço mais rápido para o sucesso do projeto

QUANDO REALIZAR UM MAPEAMENTO DE *STAKEHOLDERS*?

 Ao **desenvolver novos produtos**, **iniciar um novo projeto** ou **criar novas funcionalidades**, é importante considerar quem estará envolvido, quem será afetado e em que medida.

EXISTEM MAIS SITUAÇÕES ONDE O MAPEAMENTO DE *STAKEHOLDERS* PODE SER ÚTIL...

O mapeamento e auscultação de *stakeholders* pode e deve ser utilizado em mais circunstâncias do que apenas o início de um projeto.

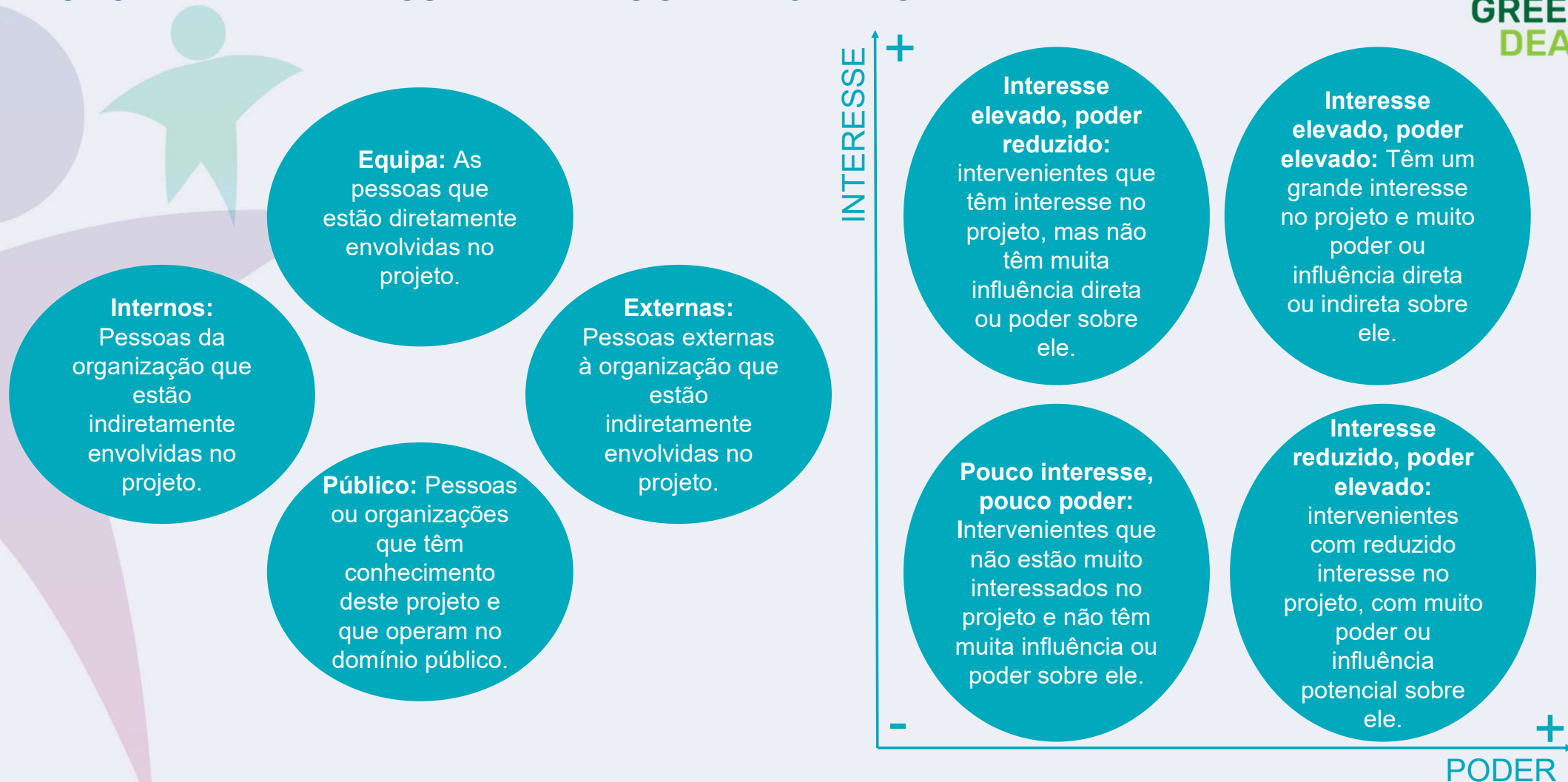
Uma das temáticas mais mencionada atualmente é a análise dos tópicos de materialidade ambiente, social e governança através de uma **Matriz de Dupla Materialidade**.

A análise de materialidade dos temas ambiente, social e governança é fundamental e serve de base à seleção dos temas prioritários para as organizações, na perspectiva do relato e da estratégia.

As fases para a criação de uma Matriz de Dupla Materialidade são: identificação de *stakeholders*, identificação de temas, auscultação de *stakeholders* para priorização de temas face ao impacto e face à relevância para o negócio, Construção da Matriz de Materialidade, Aprovação dos temas materiais

A dupla materialidade é a união (em termos matemáticos, ou seja, união de dois conjuntos, não interseção) da materialidade de impacto e da materialidade financeira.

COMO CARACTERIZAR OS DIFERENTES *STAKEHOLDERS*?



CASO DE ESTUDO

SONAE MC



Transformar.te

1/3 Quantidade de comida no Mundo que é produzida e desperdiçada

13º Posição de Portugal no ranking do desperdício alimentar na União Europeia

350.000 Pessoas com fome em Portugal

O **desperdício alimentar** é um problema grave com impactos sociais, ambientais e económicos. O projeto Transformar.te desenvolvido pela Sonae MC, o retalhista alimentar líder em Portugal, procura combater o desperdício alimentar e valorizar os produtos sem valor comercial ou com valor comercial limitado.

SHARED
GREEN
DEAL

Reduzir

- // Reembalamento dos sacos de fruta com unidades danificadas
- // Embalamento de unidades de bananas individuais
- // Happy hour no take-away
- // Melhoria do processo de depreciação com a colocação de etiquetas rosa nos produtos, com preço de desconto e a alertar para o fim do prazo de validade

Reciclar

- // Transformação dos excedentes alimentares em novos produtos que comunicam toda a história de reaproveitamento (exemplos: compotas e chutneys)

Comunicação

- // Sensibilização dos colaboradores, parceiros e fornecedores sobre o desperdício alimentar
- // Participação em iniciativas de *networking* com o envolvimento de diferentes setores da sociedade

Reutilizar

- // Disponibilização dos produtos em fim de vida nas áreas sociais das lojas e entrepostos
- // Caterings confeccionados com excedentes alimentares e produtos em fim de vida

+1.000
INSTITUIÇÕES
APOIADAS

+10M€/ANO
IMPACTO
SOCIAL

+3M€/ANO
IMPACTO
ECONÓMICO

+20%
POPULAÇÃO PORTUGUESA
IMPACTADA

+20.000
COLABORADORES
IMPACTADOS

A Sonae MC está empenhada em construir um futuro sustentável através da adoção de comportamentos cada vez mais responsáveis, social e ambientalmente.

No entanto, para nós, isto é apenas o começo...

Social sciences & Humanities for Achieving a Responsible, Equitable and Desirable GREEN DEAL

STAKEHOLDER MAP – CASO EXEMPLIFICATIVO

SHARED
GREEN
DEAL



Fonte: [WRKSHP](#)

Social sciences & Humanities for Achieving a Responsible, Equitable and Desirable GREEN DEAL



Grupos de trabalho: Mapeamento de *stakeholders* da *proposta de valor*

QUAIS SÃO OS PASSOS PARA REALIZAR O MAPEAMENTO DE *STAKEHOLDERS*?

1 Quem são os *stakeholders*?

Em cada equipa, realizem um *brainstorming* de todos os possíveis *stakeholders*. Coloquem um *stakeholder* por *post-it*.



Utilizadores: Clientes que utilizam o produto ou serviço final

Compradores: Decidem comprar o seu produto ou serviço

Responsáveis pelo orçamento: Gerem as despesas do seu produto ou serviço

Influenciadores: pessoas-chave que as outras partes interessadas já ouvem

2 Que tipo de *stakeholder*?

Em cada equipa, preencham o *stakeholder map*, correspondente ao ecossistema de cada proposta de valor.



Utilize *post-its* de cores diferentes para diferentes tipos de intervenientes, por exemplo, internos ou externos, diferentes unidades de negócio, níveis hierárquicos ou funções. A chave para a codificação por cores é escolher uma codificação que traga um agrupamento visual valioso para o mapa, que pode ser utilizado mais tarde para ver rapidamente os padrões.

EQUIPA

PÚBLICO

INTERNO

EXTERNO

Qual o nível de interesse do *stakeholder*?

Qual o nível de influência/poder do *stakeholder*?

COFFEE BREAK

Social sciences & Humanities for Achieving a Responsible, Equitable and Desirable GREEN DEAL



O processo de *feedback* e a sua integração

O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DE *FEEDBACK* VEM NO SEGUIMENTO DO *VALUE PROPOSITION CANVAS* E DO *STAKEHOLDER MAP*

No workshop 2, desenvolveram o *Value Proposition Canvas*

Que corresponde às crenças em relação a **quem é cliente**, **que problema está a ser resolvido**, e **qual é solução para esse problema**.

Atenção!

! As crenças são baseados em suposições / hipóteses / pressupostos !

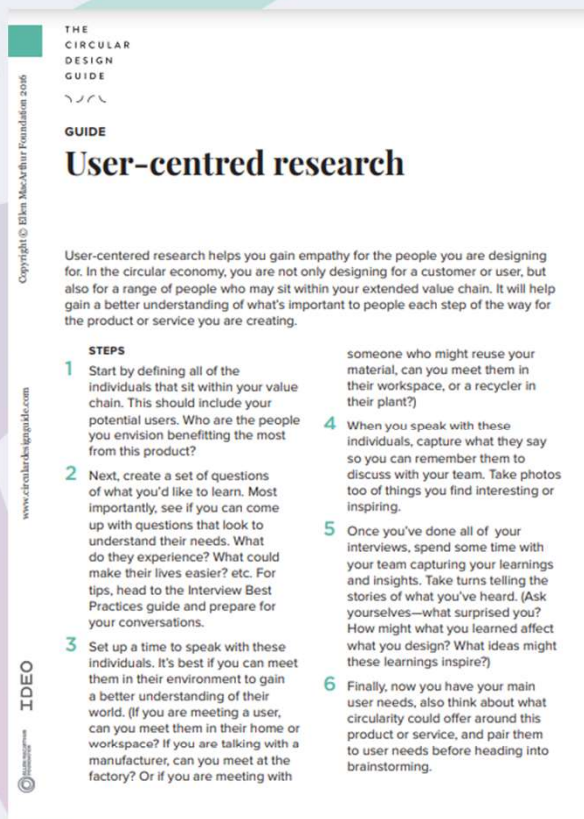
O primeiro passo é...

encontrar as hipóteses mais arriscadas, ou seja, aquelas que, se estiverem erradas, refutam completamente a proposta de valor e **quem são os stakeholders associados**.

O segundo passo é...

escolher um **método para recolher *feedback***, **testar as hipóteses /suposições / pressupostos** e **definir quais são os critérios mínimos para o sucesso**

Como construir um bom processo de feedback ?



FONTE: [Circular Design Guide](#)

ESTRUTURA DA ENTREVISTA / GRUPO DE FOCO

1. Qual é o objetivo da entrevista / grupo de foco ?
2. Quem é (são) a(s) pessoa(s) que está a entrevistar?
3. Quais são os hábitos do(s) entrevistado(s)?
4. Qual a razão dos hábitos ?
5. Agradecer o tempo dispendido

FORMATO DAS QUESTÕES

! Toda a gente mente !



THE MOM TEST



QUESTIONE SOBRE :

1. Frequência & Detalhes
2. Soluções atuais
3. Comportamentos passado

EXERCÍCIO CONJUNTO: São estas perguntas boas ou más ?



1. Acha que esta proposta de valor é uma boa ideia?

2. Pode me falar da última vez que teve este problema?

3. Quanto pagaria por esta solução?

4. Quanto é que este problema atualmente lhe custa?

5. Existe um orçamento para este problema ?

6. Com quem mais acha que deveria falar ?

VALIDATION CANVAS - CASO EXEMPLIFICATIVO

SHARED
GREEN
DEAL

	START	PIVOT1	PIVOT2	PIVOT3	PIVOT4
HIPÓTESES COM MAIOR RISCO					
STAKEHOLDER					
PROPOSTA DE VALOR					
MÉTODO DE VALIDAÇÃO					
CRITÉRIO MÍNIMO DE SUCESSO					
RESULTADO					
A proposta de valor inclui princípios de inovação, sustentabilidade e circularidade, colaboração, inclusibilidade e viabilidade?					

Social sciences & Humanities for Achieving a Responsible, Equitable and Desirable GREEN DEAL



Grupos de trabalho: O processo de *feedback* e a sua integração

QUAIS SÃO OS PASSOS PARA REALIZAR O *VALIDATION CANVAS*?

1

Quais são os seus pressupostos/hipóteses ? Que hipóteses devem ser validados?

- ? Serão as dores/ ganhos supostos verdadeiros em contexto real?
- ? O segmento de cliente traçado enfrenta realmente esse desafio ?
- ? Existem recursos suficientes para colmatar as necessidades sentidas ?



Reveja o VPC e escreva todas as hipóteses criadas em posts its.

2

Quais são os seus pressupostos/hipóteses com um maior risco associado? Que hipóteses podem colapsar a proposta de valor caso estejam errados?

- ? O que não sabemos ser verdade e não conseguimos descobrir ?
- ? O que não sabemos se é verdade, mas podemos descobrir ?



Priorize as hipóteses de acordo com o risco. Identifiquem as 3 hipóteses com maior risco

3 Quais são critérios mínimos para medir o sucesso?

? Quais são os resultados mínimos para os quais aceito a validação?

Identifique qual o resultado mais fraco que aceitará como validação

4 Qual é o método de validação que vai utilizar?

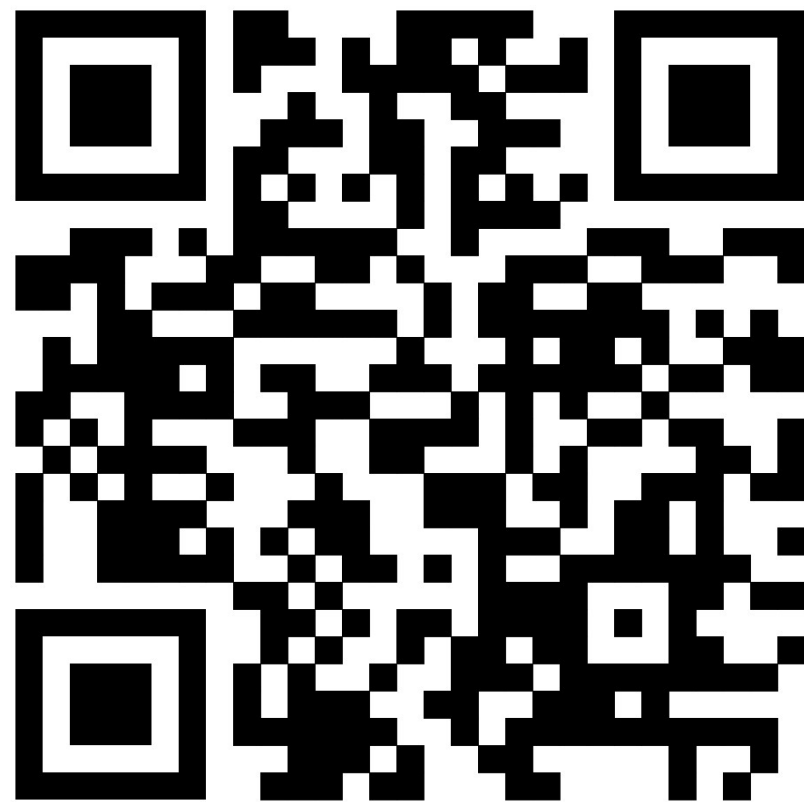
- ? Entrevista com um tipo de stakeholder, por exemplo um parceiro crítico ou um tipo de cliente extremo
- ? Grupo de foco com vários tipos clientes dentro do segmento de cliente ou vários parceiros
- ? Inquérito qualitativo e quantitativo

Verifique quem são os stakeholders afetados pelas hipóteses com maior risco e qual o melhor método para validar as hipóteses com maior risco

Estruture a entrevista/ grupo de foco/ inquérito



QUESTIONÁRIO DO PROJETO



PRÓXIMOS PASSOS

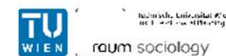
Conduzir 1 processo de *feedback*

**Submeter a proposta de valor e
potenciais negócios circulares ao
Prémio de Economia Circular**

SAVE THE DATE

MAIO

Cerimónia de Economia Circular
para atribuição de prémio à equipa
vencedora



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 101036640.