

Guía No 6.

Guía metodológica para la caracterización de partes interesadas

Subdirección de Desarrollo Organizacional

Agosto de 2020



La educación
es de todos

Mineducación

1. Introducción

Con el fin de facilitar el trabajo de las dependencias en los temas asociados al fortalecimiento de la gestión de la entidad y del sector, la Subdirección de Desarrollo Organizacional desarrollará una serie de herramientas orientadas a documentar las metodologías que se pueden utilizar para abordar temáticas transversales de interés general.

En las mismas se describirá el paso a paso de cada uno de los ejercicios con sus respectivos momentos, con el fin de identificar el rol del facilitador y de los participantes y así asegurar el logro de los resultados. Esperamos sea esta una herramienta útil para su gestión.

2. Objetivo General

El presente documento busca dar orientaciones en el diseño y aplicación de ejercicios de caracterización de grupos de valor, ciudadanos, usuarios o interesados, y en el uso de los resultados de dichos ejercicios para dar cumplimiento a la Ley 1712 de 2014.

3. Objetivos Específicos

- ☐ Identificar los clientes, usuarios, grupos de valor y/o grupos de interés de la Entidad.
- ☐ Obtener información específica para aumentar el conocimiento que la Entidad tiene sobre sus grupos de interés.
- ☐ Dirigir los servicios de la Entidad a las necesidades identificadas en los grupos de interés.
- ☐ Fortalecer la confianza de los grupos de valor en los servicios y actividades que desarrolla la entidad.
- ☐ Implementar estrategias enfocadas en el relacionamiento con los clientes o grupos de interés.



4. Para qué caracterizar las partes interesadas

Caracterizar los usuarios, clientes, partes interesadas y/o grupos de interés, permite que la toma de decisiones de la Entidad sea el resultado del proceso sistemático de intercambio público de información sobre valores, intereses, necesidades, conocimientos, técnicas y alternativas que se concilian para privilegiar soluciones integrales a las problemáticas, respetando el marco legal y el ámbito de competencia de los diferentes actores del sector.

Además, facilita diseñar o rediseñar los servicios ofrecidos y presentarlos de manera focalizada para responder satisfactoriamente a las necesidades y expectativas, así como para obtener retroalimentación de los grupos de valor.

De la misma manera, posibilita proyectar adecuadamente la comunicación y la relación con los grupos de valor, generando un sistema de alertas tempranas de problemas, debido a que los mismos se sentirán más cómodos transmitiendo sus inquietudes e inconformidades. Aumentando la eficacia, la efectividad, la eficiencia y disminuyendo los reprocesos.

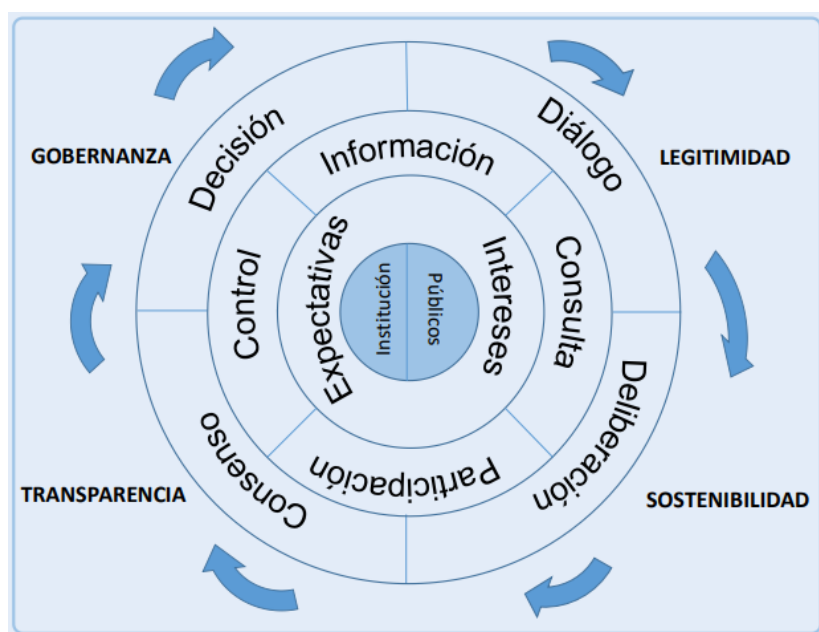
Para el sector educación, las partes interesadas se constituyen en la razón de ser, son el principio y fin del servicio, por ello en la medida que se entienden los intereses y necesidades es más fácil gestionar la interacción con las mismas. Para lograrlo se debe tener pleno conocimiento de ellos y esto se logra mediante la indagación y búsqueda de información, lo que se denomina caracterización de los partes interesadas o clientes.

El Ministerio de Educación Nacional, como cabeza del sector, define políticas públicas que necesitan, para su implementación, de la

caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados, identificando y respetando la diferencia. La caracterización además de ser un requisito común de varias de las políticas de gestión y desempeño establecidas en el Decreto 1499 de 2017, se constituye en uno de los cimientos para la implementación de la Ley 1712 de 2014 en la medida en la que permite identificar las necesidades demandadas por los diferentes grupos sociales.

5. Modelo para la gestión de partes interesadas

La Entidad debe abordar la gestión de partes interesadas desde una perspectiva de diálogo y concertación, en la que los intereses y expectativas de las partes se equilibran para hacer equipo, construyendo escenarios de corresponsabilidad, en medio de acciones de información, consulta, participación y control que alimentan la deliberación y favorecen que la toma de decisiones se desarrolle en un marco de transparencia, gobernanza, legitimidad y sostenibilidad.



6. Principios para la gestión de partes interesadas

Para la correcta identificación y gestión de las partes interesadas, la entidad debe contar con los siguientes principios rectores:

Apertura:

- Receptividad: para recibir propuestas, peticiones, quejas y reclamos de la ciudadanía.

- Actitud de servicio: competencias comunicativas para el diálogo y la prestación del servicio

Visibilidad: construir narrativas alrededor de la gestión de la entidad, anticipando las necesidades de información de cada grupo de interés.

Publicidad: comunicar lo que la institución hace para que los ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil se puedan involucrar en la formulación, ejecución, control y evaluación de la gestión.

Confianza: lograr la reputación institucional a partir de la consistencia entre el discurso y la acción institucional

Interlocución: capacidad para construir sentido compartido.

- Visión compartida: elementos orientadores para la comunicación interna que sirvan para alinear el comportamiento institucional con unidad de propósito.
- Trabajo colaborativo: trabajo en equipo a través de un liderazgo participativo y que integre a todos los miembros de la organización (funcionarios de carrera, contratistas y personal de libre nombramiento y remoción.
- Sistematización: el procesamiento del saber institucional para transformarlo en información útil y comprensible para la ciudadanía.
- Socialización de la información: generación de flujos de información confiable y oportuna con todas las partes interesadas.

7. ¿Qué son los grupos de interés, grupos de valor y partes interesadas?

Grupos de Valor¹: son las personas naturales (ciudadanos) o jurídicas (organizaciones públicas o privadas), grupos étnicos (afrocolombianos, indígenas y ROM) a quienes van dirigidos los bienes y servicios de una entidad. Es importante que la entidad tenga identificado a sus grupos de valor por rasgos como su ubicación, condiciones económicas, sociales, culturales, entre otros.

Grupos de Interés: son los individuos u organismos específicos que tienen un interés especial en la gestión y los resultados de la entidad, como

¹ Tomado del Glosario FURAG, MIPG, febrero

gremios, asociaciones de usuarios (campesinos, agricultores, transportadores), sindicatos, universidades, entre otros.

Partes Interesadas²: persona u organización que puede afectar, verse afectada o percibirse como afectada por una decisión o actividad.

8. ¿Qué es caracterizar las partes interesadas?

Caracterizar es identificar las particularidades (características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias) de los ciudadanos, usuarios o interesados con los cuales interactúa una entidad, con el fin de agruparlos según atributos o variables similares y, a partir de allí, gestionar acciones para:³



9. Tipologías de Caracterización

Las tipologías de caracterización se dividen en tres grandes grupos a saber:

1	Mejorar la oferta de servicios	2	Promover la participación	3	Adecuar la comunicación
Orientar los procesos, sistemas, canales y condiciones del Servicio a la satisfacción de las necesidades de los grupos objetivo.		Identificar los temas, los grupos y las maneras más adecuadas para convocar con cada grupo a espacios de diálogo.		Identificar el tipo de lenguaje más adecuado para la mejor comprensión de la actividad institucional.	

10. Caracterización de partes interesadas desde MIPG

² Tomado de la Norma ISO 9001:2015.

³ Tomado de la Guía para la caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. Gobierno Nacional.



En los cuadros anteriores se muestran desde cada una de las dimensiones de MIPG, las políticas impactadas de cara a realizar la caracterización de ciudadanos, teniendo en cuenta dicho conjunto conforma la gran sombrilla institucional y de la misma se desprenden la caracterización por procesos, gobierno digital, transparencia, trámites y participación ciudadana.

11. Organizaciones y grupos de interés que deben ser caracterizados.

GUÍA METODOLÓGICA PARA LA CARACTERIZACIÓN DE PARTES INTERESADAS

Código: PM-GU-06
Versión: 01
 Rige a partir de su publicación en el SIG



Instituciones Públicas: instituciones que hacen parte del sector público.



Organizaciones (micro, pequeñas y medianas empresas, grandes empresas, organizaciones sin ánimo de lucro)



Ciudadano: persona natural que tenga nacionalidad colombiana ya sea por nacimiento o por que fue adquirida y pueden ser mayores o menores de edad (Infancia, juventud, adulto mayor, grupos étnicos, cabeza de familia, persona en condición de discapacidad, miembros de las fuerzas militares y de policía, desplazados, víctima, adulto)



Extranjeros: personas, empresas o instituciones que se encuentran dentro del territorio nacional y que no poseen ciudadanía colombiana o un documento que los identifique como persona jurídica en Colombia.



Beneficiarios de los servicios de las entidades de la administración pública.



Medios de comunicación, prensa, radio, televisión nacional y regional.



Organismos de control, especialmente, Procuraduría general de la Nación, Contraloría general de la República y Contralorías territoriales, Personerías.



Corporaciones político administrativas de elección popular como asambleas y concejos (responsabilidad política).

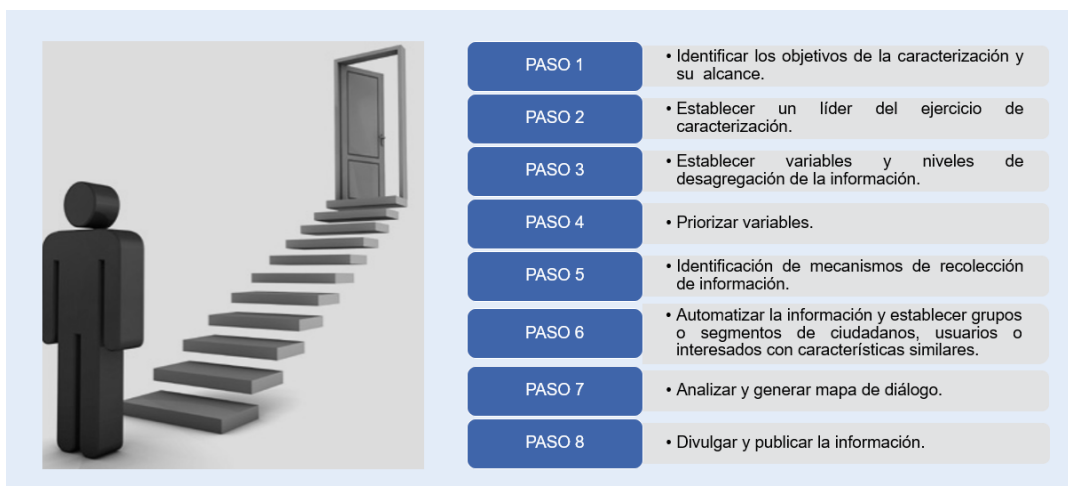


Representantes de los gremios y la academia: asociaciones de profesionales, universidades, docentes, representantes estudiantiles, gremios ganaderos, agrícolas, del comercio, el transporte, la industria o la construcción, entre otros.



Entidades estatales del nivel nacional o internacional encargadas de la formulación, implementación o supervisión de políticas sectoriales o programas de gobierno.

12. ¿Cómo caracterizar las partes interesadas?



Paso 1. Identificar de los objetivos de la caracterización y alcance.



Plantear adecuadamente el objetivo general y los objetivos específicos es fundamental antes de iniciar cualquier acción, pues permite identificar el tipo de información que se requiere, el nivel de profundidad o desagregación de la información, los instrumentos de recolección de información más apropiados, y los recursos necesarios para el desarrollo del ejercicio.

Cada entidad debe analizar qué quiere hacer, para qué lo hace, y cuál es el alcance del ejercicio de caracterización. En este sentido dependiendo del alcance de la caracterización se pueden formular las siguientes preguntas:

- ☐ ¿Se caracterizará a los ciudadanos que pueden requerir la información producida por la entidad?
- ☐ ¿Se caracterizará a empresas u organizaciones que interactúan con la entidad por canales electrónicos de atención?
- ☐ ¿Se caracterizará a los potenciales usuarios de un nuevo servicio?
- ☐ ¿Se caracterizará a los ciudadanos objeto de intervención de un programa específico o de todos los programas de la entidad?
- ☐ ¿Se caracterizará a la totalidad de ciudadanos que han interactuado con la entidad alguna vez, o aquellos ciudadanos que potencialmente pueden acceder a la oferta institucional pero que todavía no lo han hecho?
- ☐ ¿Alguna entidad ya ha recolectado esta información?
- ☐ ¿Se caracterizará a organizaciones sociales, académicas, gremiales u otras organizaciones de la sociedad que puedan participar en la gestión institucional o en los procesos de rendición de cuentas?

Paso 2. Establecer un líder para realizar el ejercicio de caracterización.

Una vez identificados los objetivos generales y específicos del ejercicio de caracterización, se recomienda identificar una dependencia o un grupo de trabajo interdisciplinario que lidere el ejercicio y coordine al interior de la entidad con las dependencias interesadas en el uso de la información



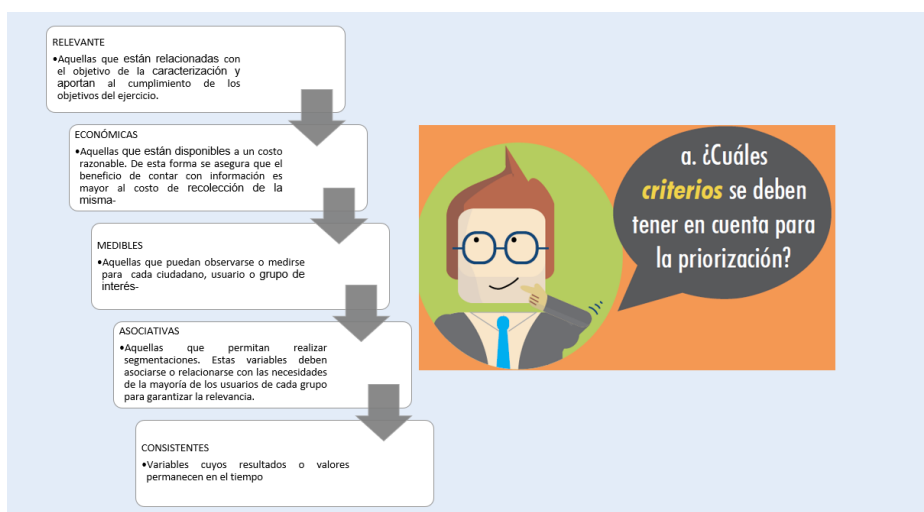
Paso 3. Establecer variables y niveles de desagregación de información

El siguiente paso consiste en identificar cuáles son los tipos de variables o categorías que se deberán estudiar y cuál es el nivel de profundidad o desagregación de la información requerido.



Todas las políticas públicas necesitan para su implementación, de la caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. La búsqueda por el respeto a las diferencias y por atender las necesidades reales de diferentes grupos de población, es transversal a la función pública.

Para este efecto es necesario a partir de las bases de datos con fuentes primarias o externas identificar las variables para cada uno de los grupos de interés de la siguiente manera:



Nota 1: la caracterización de los usuarios de información estadística requiere como mínimo identificar entidad, datos de contacto, sector y temática de interés.

Nota 2: cada operación estadística debe tener identificados sus usuarios para conocer sus necesidades, con el fin de asegurarse que generan la información estadística que ellos requieren. Además, es fundamental hacer seguimiento en el tiempo, con una periodicidad definida, a las necesidades para detectar cambios o nuevas necesidades que atender.

Descripción de caracterización para persona natural

CRITERIOS			
NIVEL	VARIABLES	COMUNICACIÓN	REGULACIÓN
Geográfico			
Demográfico			
Intrínseco			
Comportamental			

Nivel: esta columna incluye los niveles en los cuales se clasifican las variables que se analizarán para cada tipo de usuario, (i) Geográfico (ii) Demográfico (iii) Intrínseco (iv) Comportamental.

- ☐ Nivel Geográfico: este nivel determina las características de los usuarios por la zona geográfica donde habitan, entre las cuales se encuentran las siguientes variables:
 - Ubicación: locación de residencia. Esta variable permite identificar usuarios con características homogéneas como: región, departamento, ciudad, ente otras.
 - Acceso a canales: canales de comunicación disponibles actualmente y que sirvan de contacto con la CRC. Ejemplo: internet, telefonía, televisión, presencial.
- ☐ Nivel Demográfico: este nivel hace referencia a las características de la población, entre las cuales se encuentran las siguientes variables:
 - Edad: clasifica los usuarios por rangos de edades. Esta variable permite hacer grupos por características similares.
 - Ocupación: actividad a la que se dedica el usuario. Esta variable es importante para identificar necesidades asociadas a la ocupación y/o actividad económica del interesado.

- Educación: máximo nivel de educación alcanzado. Ejemplo: ninguna, primaria, secundaria, universitaria, especialización, maestría, doctorado.
 - Vulnerabilidad: individuos con características que limitan su capacidad para realizar intercambios con la entidad que le son necesarios. esta variable es importante para garantizar el acceso equitativo de todos los usuarios interesados en el servicio a prestar.
- Nivel intrínseco: este nivel hace referencia a actividades o valores comunes a los ciudadanos, usuarios o grupos de interés que permiten identificar características para diferenciarlos, entre las cuales se encuentran las siguientes variables.
- Conocimiento: qué tanto conocen los servicios de la entidad. Esta variable es importante para identificar el esfuerzo requerido por la entidad para habilitar a sus usuarios en el aprovechamiento de los servicios prestados, así como para definir una estrategia de comunicación adecuada por parte de la entidad.
 - Uso de canales: aquellos a los que se tiene acceso y se usan. Esta variable es importante para identificar canales de comunicación en los cuales la interacción sería más efectiva.
 - Intereses: actividades que el usuario frecuenta. Esta variable es importante para identificar temas comunes que faciliten la comunicación con los usuarios.
- Nivel Comportamental: se concentra en las acciones observadas en los clientes. Permite identificar los motivos o eventos que los llevan a interactuar con la entidad, entre las cuales se encuentran las siguientes variables:
- Beneficios buscados: atributos del servicio que el ciudadano beneficiario valora o espera. Esta variable es importante para priorizar elementos del diseño de los servicios que tendrían mayor impacto en la satisfacción de los diferentes grupos de interés frente a la Entidad.
 - Niveles de uso: hace referencia a la frecuencia de los momentos de verdad (intercambios) que el usuario sostiene con la entidad. Esta variable es importante en aquellos casos en los que existe potencial que el mismo usuario requiera del mismo servicio en múltiples oportunidades.

Criterios: para realizar de mejor manera el análisis de variables con respecto a la relación actual entre la entidad y los clientes, se han definido

dos criterios con el objeto de considerar el tipo de relación con el cliente en cada caso particular y poder establecer mejor el tipo de comunicación para cada propósito. Los criterios son:

- ☐ Regulación: todo lo referente a la actividad regulatoria.
- ☐ Comunicación: mecanismos de divulgación y canales de comunicación específicos para cada tipo de usuario.

Descripción de caracterización para persona jurídica

CRITERIOS				
NIVEL	VARIABLES	CONTRIBUCIÓN	COMUNICACIÓN	REGULACIÓN
Geográfico				
Demográfico				
Intrínseco				
Comportamental				

Nivel: esta columna incluye los niveles en los cuales se clasifican las variables que se analizarán para cada tipo de usuario, (i) Geográfico (ii) Tipología Organizacional (iii) Comportamiento Organizacional.

- ☐ Nivel Geográfico: en este nivel se determinan las características de los clientes por la zona geográfica donde se encuentran. entre las cuales se identifican las siguientes variables:
 - Ubicación principal: lugar donde se encuentra la oficina principal de la organización. Esta variable permite identificar los sitios en donde se toman decisiones o se puede adquirir información sobre las necesidades de la organización usuaria.
 - Densidad población (cobertura geográfica): número de personas por área geográfica, esta variable nos permitirá identificar la cobertura de los servicios.
- ☐ Nivel Tipología organizacional: este nivel se concentra en las características generales asociadas a la constitución de la organización y su naturaleza, entre las cuales se identifican las siguientes variables.
 - Actividad Económica: actividad a la que se dedica la organización.
 - Fuente de ingresos: la fuente de los recursos que se hacen disponibles para la operación de la organización. Esta variable es importante para identificar oportunidades y limitaciones que las organizaciones usuarias pueden tener en su operación.

- Tipo de clientes: los clientes que hacen uso de los servicios las organizaciones.
- Nivel Comportamiento Organizacional: este nivel se concentra en las acciones observadas en las organizaciones atendidas. Estas características buscan reconocer los procesos y criterios bajo los cuales las organizaciones generan interacciones con la entidad. Al ser cercanas a las motivaciones de la toma de decisión en la organización, permiten acercarse a los usuarios de manera oportuna y relevante, entre las cuales se identifican las siguientes variables:
- Procedimiento usado: mecanismos y canales empleados por la organización usuaria, para solicitar algún tipo de servicio con la Entidad. Esta variable contribuye a identificar si los procedimientos establecidos y los canales habilitados responden a las necesidades de las organizaciones o si se requieren adecuaciones o ajustes.
 - Gestor de procedimientos: Es aquella persona que hace directamente el contacto con la entidad al momento de solicitar el servicio. Esta variable es importante para identificar el grado de autonomía que tiene el solicitante del servicio, ante las variaciones y requerimientos que puedan surgir de la prestación de este.

Criterios: para realizar de mejor manera el análisis de variables con respecto a la relación actual entre la entidad y los clientes, se consideran tres criterios con el objeto de considerar el tipo de relación con el cliente en cada caso particular y poder establecer mejor el tipo de comunicación para cada propósito. Los criterios son:

- Regulación: todo lo referente a la actividad regulatoria de la entidad, solicitud de información, solución de controversias, participación en foros y eventos regulatorios.
- Contribución: para los efectos de pagos de contribución.
- Comunicación: mecanismos de divulgación y canales de comunicación específicos para cada tipo de usuario.

Paso 4. Priorizar variables.

El instrumento que se plantea a continuación permite priorizar las variables que se tendrán en cuenta, basado en costo-beneficio, para generar la caracterización de acuerdo con las categorías.

Categoría	Calificación - La variable es					Puntaje Total	Seleccionada	
	Relevante	Económica	Medible	Asociativa	Consistente		Sí	No
Geográficas	Ubicación	1	1	1	1	5	X	
	Clima	0	1	0	1	2		X
Demográficas	Edad	1	1	1	1	5	X	
	Sexo	1	1	1	1	5	X	
	Ingresos	1	1	0	0	3	X	
	Actividad Económica	1	1	0	0	3	X	
	Puntaje Saben	1	1	0	0	3	X	
	Tamaño familia	1	1	0	0	2		X
	Etapas del ciclo familiar	0	0	0	0	0		X
	Niños/as	1	0	0	0	3	X	
Intrínsecas	Nivel académico	1	1	0	1	5	X	
	Intereses	1	0	0	0	1		X
	Lugares de encuentro	0	0	0	0	1		X
	Acceso a canales	1	1	1	1	5	X	
De comportamiento	Uso de canales	1	1	0	0	3	X	
	Niveles de uso	0	0	0	0	1	X	
	Estados del usuario	0	1	1	1	4		X
	Existentes	0	0	0	0	0		X

Paso 5. Identificación de mecanismos de recolección de información.

Antes de considerar nuevos mecanismos de recolección de información es necesario que las entidades tengan en cuenta las herramientas existentes y la información ya recolectada (históricos). Por ejemplo, bases de datos de programas sociales, asistentes a ejercicios de participación ciudadana, instancias de participación ciudadana, resultados de los informes de peticiones, quejas y reclamos, entre otros.

En este paso se deben identificar los mecanismos mediante los cuales se puede recolectar la información que servirá como insumo para la caracterización de los ciudadanos, usuarios o interesados. Es muy importante establecer el alcance, los recursos y nuevamente repasar los objetivos del ejercicio de caracterización, ya que éstos determinarán los instrumentos que se deben utilizar.

Para el tratamiento de la información recolectada, la entidad deberá desarrollar una política de protección de datos personales y deberá establecer en el índice de información clasificada y reservada (Ver Guía de instrumentos de Gestión de información pública), si existen motivaciones para realizar una clasificación.

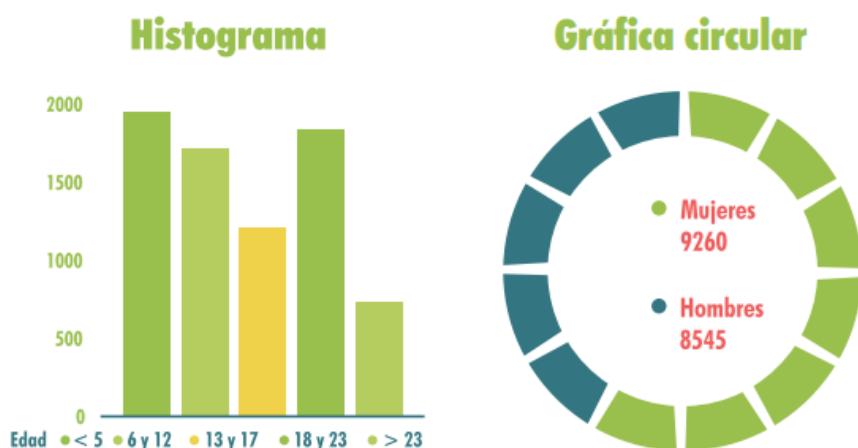
Entre los métodos más recurrentes para recolectar información se encuentran los siguientes:

- ☐ Encuesta
- ☐ Puntos de Atención al Ciudadano
- ☐ Buzón de sugerencias
- ☐ Registros administrativos
- ☐ Grupos Focales
- ☐ Experimentos de usuarios
- ☐ Observación directa
- ☐ Análisis de PQR's



Paso 6. Automatizar la información y establecer grupos o segmentos de ciudadanos, usuarios o interesados con características similares.

Una vez se ha recolectado la información de cada una de las variables, se recomienda la estructuración y automatización de bases de datos que faciliten el análisis, cruce y filtro de la información, con el fin de agrupar a los ciudadanos, usuarios o interesados según características similares. Una primera agrupación se obtiene al cuantificar los ciudadanos, usuarios o interesados que comparten cada una de las variables. Entre las herramientas que facilitan esta agrupación se encuentran: los histogramas, las gráficas circulares, las infografías, las líneas de tiempo, entre otros.



Es posible que esta primera segmentación no de información suficiente para la toma de decisiones, por lo que se recomienda que los parámetros que se definan para la segmentación estén directamente relacionados con los objetivos establecidos para el ejercicio de caracterización. Esto implica el análisis cruzado de la información recolectada.

Cuando se utilizan encuestas representativas, en los cruces de la información se deben tener en cuenta las posibles pérdidas de representatividad de la información, ya que las muestras o grupos se van haciendo más pequeños cada vez.

Estos cruces de información pueden partir de la revisión del objetivo general y los objetivos específicos del ejercicio de caracterización, seguido de la identificación de los grupos o segmentos de población más relevantes y la de las variables con mayor incidencia dentro de cada segmento para analizar la forma en que el grupo se relaciona con la entidad y las necesidades particulares.

Paso 7. Analizar y generar mapa de diálogo.

Establecer un diálogo con los grupos de interés es necesario para conocer cuáles son sus expectativas frente a la gestión de la Entidad, y asimismo para poder informar de mejor manera y contar gestionar la relación pertinente con cada grupo.

Este análisis se debe realizar después de tener los grupos identificados a partir de la descripción de la caracterización de cada grupo de interés para poder establecer los mecanismos de comunicación que se establecerá con cada uno de ellos. El análisis de los grupos de interés se realizará a partir del mapa de dialogo y la matriz de poder/interés, influencia/impacto.

Mapa de Diálogo: el mapa de diálogo se consolida a través de un cuadro con la información general de la relación entre los grupos de interés y la Entidad. A continuación, se explica cada campo.

- ☐ Categoría: es un nivel de agrupación global común para varios grupos de interés.
- ☐ Grupo de Interés: nombre del grupo de Interés.
- ☐ Población: se escribe las cifras identificadas.
- ☐ Variables de vinculación: es el criterio por el cuál existe una fuerte relación entre las dos partes. A continuación, se describe las cuatro posibles variables:

Poder: capacidad y competencia para tomar decisiones y asumir la responsabilidad de las mismas, de acuerdo con las funciones de dirección, administración y fiscalización, que le correspondan.

Interés: demanda y uso de los servicios y de la información que genera la entidad.

Impacto: resultado de acciones u omisiones que generen sobrecostos o pérdida de recursos públicos o que pongan en riesgo la garantía del derecho a la educación.

Influencia: capacidad para irradiar imagen positiva o negativa sobre el Ministerio de Educación y sus políticas en la opinión pública.

- ☐ Grado: la intensidad (alta, media o baja) de las variables de vinculación.
- ☐ Relacionamiento: la razón por la cual se da la relación (normativo, operación, social, cultura)
- ☐ Objetivo de la entidad: determinar cuál es el objetivo de la entidad frente a la población identificada.
- ☐ Tema de interés para el grupo: cuáles son los temas que requiere la población que la entidad gestione.
- ☐ Necesidades de información del grupo: los mensajes y datos que requiere el grupo de interés que genera la entidad relacionado con los temas que les compete.
- ☐ Tema de interés para la entidad: los insumos que requiere la entidad como producto del relacionamiento con el grupo.
- ☐ Qué se ha hecho con ellos - tipo de relacionamiento: las gestiones que se han realizado para mantenerse en diálogo con el grupo de interés.

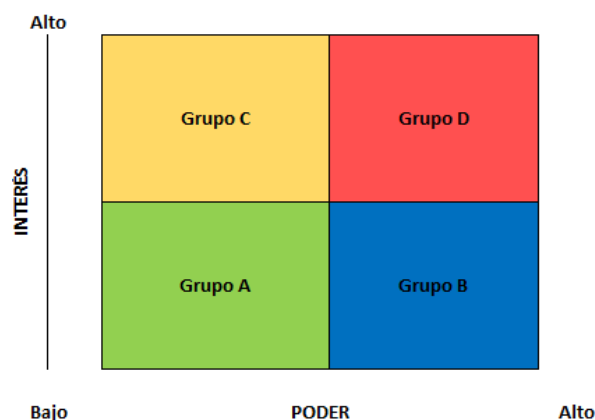
CATEGORÍA	GRUPO DE INTERÉS	POBLACIÓN (CIFRAS)	VARIABLES DE VINCULACIÓN (PODER, INTERÉS, IMPACTO, INFLUENCIA)	GRADO (ALTO, MEDIO, BAJO)	RELACIONAMIENTO	OBJETIVO DE LA ENTIDAD	TEMA DE INTERÉS PARA EL GRUPO	NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL GRUPO	TEMA DE INTERÉS PARA LA ENTIDAD	QUÉ SE HA HECHO CON ELLOS - TIPO DE RELACIONAMIENTO

Teniendo en cuenta lo anterior, se clasifica los grupos de interés de acuerdo con el poder que poseen y el grado de interés demostrado por la actividad de la Entidad. De igual forma, se establece la capacidad de influencia y su posibilidad de impacto frente al quehacer institucional.

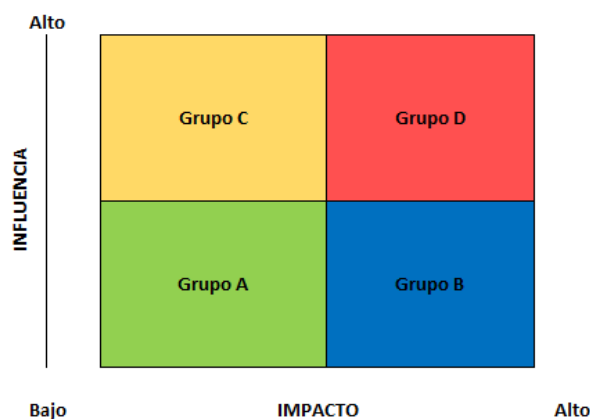
De acuerdo con el grado de intensidad (alto, medio y/o bajo), en cada una de las variables, se ubica al público en cada uno de los cuadrantes (grupo A, B, C y D). Cada cuadrante tiene un escenario específico sobre el cual se genera un tratamiento, intervención y/o priorización.

En la siguiente gráfica se puede observar la relación antes señalada:





- ☐ Grupo A: requieren solo de supervisión y esfuerzos mínimos.
- ☐ Grupo B: son poderosos, pero su nivel de interés en la Entidad es bajo, son generalmente pasivos, pero pueden emerger repentinamente, como resultado de ciertos acontecimientos, cambiando en esos momentos al grupo D. Por tal razón, se debe planificar actividades de relacionamiento focalizadas.
- ☐ Grupo C: requieren que se les mantengan informados. Pueden incidir en los grupos de valor más poderosos. Se debe planificar algunas actividades de relacionamiento.
- ☐ Grupo D: son poderosos y altamente interesados en la actividad de la Entidad. La generación de estrategias para el relacionamiento con estos jugadores dominantes debe ser planificada y priorizada por la Entidad.



- ❑ Grupo A: requieren solo de supervisión y esfuerzos mínimos.
- ❑ Grupo B: requieren que se les mantenga informados, pueden incidir en los grupos de interés con mayor capacidad de influencia en la opinión pública.
- ❑ Grupo C: son influenciadores, pero su nivel de impacto en la Entidad es bajo, pero sus acciones, durante ciertos acontecimientos, pueden cambiarlos al grupo D, razón por la cual, se requiere una relación cuidadosa y planificada de manera focalizada.
- ❑ Grupo D: son influenciadores y generan impacto en la actividad de la Entidad. La generación de estrategias para el relacionamiento de estos jugadores dominantes debe ser planificada y priorizada por la Entidad.

La Entidad deberá tener especial cuidado con aquellos grupos que se encuentren en las dos matrices (poder/interés, influencia/impacto) en el cuadrante del Grupo D. Para este público la organización generará un plan de comunicación constante para recibir retroalimentación y tener un sistema de alertas tempranas que le ayudará a tomar decisiones que cumplan las necesidades y expectativas de los grupos de interés.

Durante la planificación del diálogo con cada grupo de interés la Entidad debe definir los siguientes aspectos:



Responsable de la Entidad: es necesario definir quién es el responsable del diálogo con cada grupo de interés.

Método de relación: que método se utilizará para la comunicación con cada grupo de interés.

Interlocutor en el grupo de interés: quien será el contacto del grupo de interés con la Entidad.

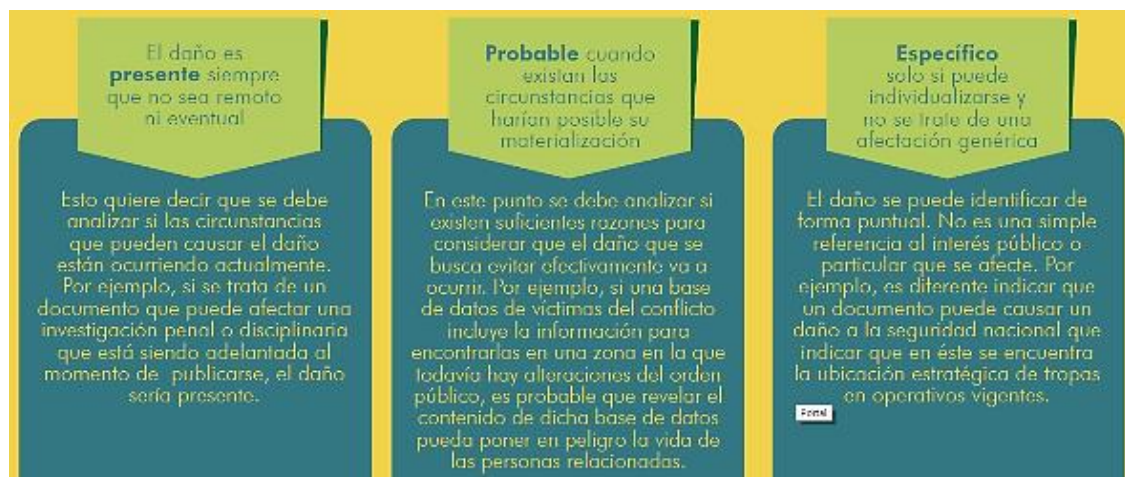
Paso 8. Divulgar y publicar la información.

Este último paso la entidad debe realizar un proceso interno de divulgación de la información, para que los resultados sean conocidos por todas las dependencias y los responsables de procesos y servicios, y así facilitar y mejorar la toma de decisiones y el diseño de intervenciones.

Con el fin de fortalecer los procesos de colaboración y coordinación con otras entidades de la Administración Pública, y en la línea de la Ley 1712 de 2019, se recomienda que la entidad publique la información sobre los resultados de los ejercicios de caracterización de forma tal que puedan servir

de insumo para el público en general y para otras entidades que requieran fortalecer su conocimiento sobre los ciudadanos, usuarios o interesados, o que requieran del uso de la información para el diseño de sistemas que faciliten la interacción con los ciudadanos para la entrega de la oferta institucional. Los resultados deberán publicarse como dato abierto con el fin de que cualquier usuario pueda reutilizar dicha información

La entidad deberá asegurar que los datos personales no serán informados o utilizados por terceros sin contar con la previa, expresa y libre autorización del titular de la información. Adicionalmente, para la divulgación y uso de estos datos, además de tener en cuenta los parámetros de clasificación de la información ya mencionados deberá considerar cuál es el daño presente, probable y específico de la divulgación de la información



12. Recomendaciones

- ❑ Si bien todas las caracterizaciones presentadas utilizan los criterios definidos en el manual de caracterización de grupos de interés, es importante unificar y homologar el formato que se use de modo que exista uniformidad, tanto en el manejo de los contenidos como en la forma de presentarlos.
- ❑ Es muy importante continuar el ejercicio de diligenciar la información de cada uno de los grupos de interés pues esta información es útil y relevante para definir las políticas de relacionamiento con los mismos.
- ❑ Una vez se tenga toda la información diligenciada valdría la pena desarrollar una aplicación que permita mantener actualizada la información con el fin de que sea utilizada en las definiciones estratégicas de la entidad.

- ❑ La caracterización de los grupos de interés es un ejercicio permanente de la entidad y, en la medida que se van presentando nuevas opciones de intervención organizacional o nuevos direccionamientos estratégicos, este ejercicio cobra la mayor importancia.
- ❑ Es importante que desde la alta dirección se utilice la información de la caracterización pues esto la hace relevante y de alto impacto para las decisiones estratégicas.

Control de Cambios		
Versión	Fecha de entrada en vigencia	Naturaleza del cambio
01	Rige a partir de su publicación en el SIG	Se incorpora el SIG para estandarizar la caracterización de los grupos de valor por parte de todos los procesos.

Registro de aprobación					
Elaboró		Revisó		Aprobó	
Nombre	Maura Ramírez Goez	Nombre	Edna del Pilar Páez	Nombre	Edna del Pilar Páez
Cargo	Contratista-SDO	Cargo	Subdirectora de Desarrollo Organizacional.	Cargo	Subdirectora de Desarrollo Organizacional.