



Dirección de
Comunicación Estratégica

UNIVERSIDAD DE LA SERENA
CHILE

Grupos de interés

en **Universidades**: nociones básicas



Grupos de interés

En su concepción clásica, se definen como:

Aquellos que se ven afectados directa o indirectamente por la actividad de una organización

(empresarial, pública o del tercer sector) y que, por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de estas.

Freeman, 1983



División básica

Externo e internos;

sin embargo, hace algún tiempo se ha caracterizado también a los llamados

grupos de interés **vinculados**,

para agrupar a aquellos que se sostienen relaciones de afectación con la organización, en determinados momentos del ciclo de relaciones.

Para el caso de las universidades



Internos

- Funcionarios(as) académicos(as)
- Funcionarios(as) administrativos y de servicio
- Autoridades superiores unipersonales
- Directivos(as)
- Cuerpos colegiados
- Otros



Vinculados

- Estudiantes de pregrado
- Estudiantes de postgrado
- Estudiantes de educación continua y capacitación
- Egresados, graduados y titulados
- Proveedores frecuentes
- Centros de práctica e investigación
- Instituciones en convenio vigente
- Otros



Externos

- Potenciales postulantes /futur@s estudiantes
- Organismos reguladores
- Representantes políticos
- Otras universidades, les y centros de investigación
- Empleadores de titulad@s, egresad@s y graduad@s
- Medios de comunicación
- Comunidad circundante a la operación (campus)
- Sociedad en general
- Entes financiadores
- Agentes públicos
- Otros

Para gestionar la **comunicación estratégicamente**,

se construyen **mapas de grupos de interés**. Con ellos, es posible idear estrategias focalizadas y optimizar los recursos humanos, tecnológicos y financieros que la organización posee para el logro de sus objetivos de posicionamiento y reputación.