



Biblioteca
Universidad Zaragoza



*Revisión de los grupos de
interés BUZ a mitad de
ciclo estratégico*

REVISIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS DE LA BUZ A MITAD DE CICLO ESTRATÉGICO

A lo largo del ciclo estratégico de cualquier organización se pueden observar variaciones en las prioridades de los GI o stakeholders, por lo que es importante mantener un diálogo constante con ellos, revisar sus expectativas y tenerlas en cuenta.

La BUZ, en el contexto de la revisión de la estrategia realizada a mitad de ciclo, ha visto la necesidad de ajustar no solo la estrategia, sino también la ponderación de sus Grupos de Interés. El modelo EFQM nos ayuda a realizar este análisis a través de los criterios 1,2, 3 (en cuanto a la comprensión de sus necesidades en el contexto de su ecosistema ya la forma en que la organización los implica), así como en el 6 y 7 (en cuanto a la percepción y rendimiento). Todo ello permite enfocar recursos y esfuerzos para el éxito a largo plazo.

Para este análisis se realizó un Mapeo de los GI, siguiendo los siguientes pasos:

- Identificación de los GI: se han mantenido los mismos GI y su clasificación.
- Recopilación de información relevante sobre cada GI:
 - Entorno: Tendencias Ecosistema universitario, nuevos usuarios, nuevos modos de aprendizaje, nuevas tecnologías, nueva legislación...
 - Clientes (Usuarios): recopilación de sus necesidades y expectativas específicas
 - Personas: Evaluación el impacto de la estrategia en las personas y sus necesidades
 - Inversores: Gestión del presupuesto. De qué manera el presupuesto BUZ puede afectar a las necesidades de los GI
 - Reguladores: Cuales son sus expectativas y sus normas y directrices
 - Partners: Compartir recursos para complementarse mutuamente
 - Proveedores: Información y servicio adecuado.
 - Sociedad: Factores ambientales
 - Financiero: Análisis de de la estructura BUZ y sus procesos en relación a sus GI
 - Definición de la propuesta de valor (Servicios) de la BUZ en relación a las expectativas GI.
- Creación de la matriz de ponderación:
 - Se utiliza una matriz con las variables de impacto/influencia
Impacto: determina cuanto puede afectar cada GI a la consecución de la estrategia
Influencia: determina el poder de influencia de la BUZ sobre ese GI
 - Se realiza un gráfico con dos ejes: el eje X representa la influencia (de baja a alta) y el eje Y representa el impacto
 - Se estudia cada GI y se puntúa del 1 al 10 el impacto y la influencia. Se llega a este consenso sobre las puntuaciones:

Grupo de interés (INFLUENCIA/IMPACTO)	Total
Clientes(Usuarios)	35%
Personas	30%
Inversores y reguladores	15%
Partners y proveedores	10%
Sociedad	10%
TOTAL	100%