



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

Responsabilidad Social en las Organizaciones

Profesor: Manuel Arana

Sesión N° 3

Análisis Estratégico: Los Grupos de Interés

ACREDITACIONES



EUROPEAN
COUNCIL FOR
BUSINESS
EDUCATION

RECONOCIMIENTOS



Agenda de esta sesión



1. El diálogo con los grupos de interés
2. Identificación, definición y mapeo de grupos de interés
3. Reconocimiento de expectativas: la prueba de relevancia de 5 partes
4. Priorización de los grupos de interés
5. Control de grupos de interés

El diálogo con los grupos de interés



Trabajo de grupos

Definición de grupos de interés

“Los **grupos de interés** o stakeholders están constituidos por aquellos **grupos e individuos** que son, pueden o creen ser **afectados** por algún aspecto de las **actividades** de la **organización** y aquellos que tienen o pueden tener algún **interés** o **pueden afectar a la organización**”

Apoyo y Perú 2021 (2007), “Relación y Compromiso con los Grupos de Interés”.

ACREDITACIONES



EUROPEAN
COUNCIL FOR
BUSINESS
EDUCATION

29/09/2015

RECONOCIMIENTOS

4



EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE

Identificación, definición y mapeo

1. Identificación

- ¿Quiénes son los grupos de interés de mi organización?
 - A quiénes impacto o podría impactar con mis actividades
 - Quiénes pueden afectar las actividades de la organización
- ¿Cómo divido a estos grupos de interés?

Identificación, definición y mapeo

2. Definición

- Descripción de los individuos que forman el grupo de interés
- Características de la relación con cada grupo de interés
- Será necesario dividir a este grupo en subgrupos

Identificación, definición y mapeo

3. Mapeo

- Grupos y subgrupos
- Definiciones
- Principales áreas que gestionan la relación
- Objetivos de la organización relacionados a cada grupo
- Canales de comunicación (actuales y por implementar)
- Expectativas

Reconocimiento de expectativas



Tabla 1.3: Prueba de relevancia de cinco partes

AccountAbility ha desarrollado una prueba de relevancia de cinco partes como marco estructural para considerar la relevancia de los temas. Las cuestiones que se puedan identificar con uno o más de las siguientes pruebas se considerarán importantes:

A	Temas que produzcan impactos financieros directos a corto plazo.
B	Cuestiones para las que la compañía haya acordado políticas de naturaleza estratégica suelen adoptar la forma de compromisos con stakeholders clave.
C	Temas que organizaciones similares consideren relevantes; es decir, normas basadas en organizaciones pares.
D	Temas que los stakeholders consideren lo bastante importantes como para movilizarlos a la acción (ahora o en el futuro).
E	Temas que se consideren normas sociales (según indiquen la regulación, probables regulaciones futuras o normas y prácticas institucionalizadas).

Accountability (2005). El compromiso con los stakeholders.

Reconocimiento de expectativas

Las expectativas y mis objetivos estratégicos



- ¿Qué expectativas ya satisfago?
- ¿Qué expectativas puedo satisfacer?
- ¿Qué expectativas no podré satisfacer?

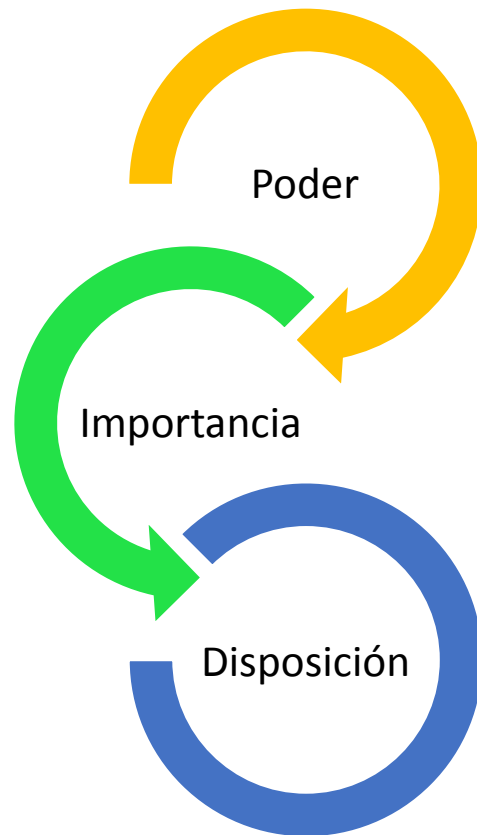
Reconocimiento de expectativas

Priorización de las expectativas

Madurez del tema	Evidencia	Concienciación	Expectativas
Latente	Poca evidencia concreta o científica.	Algunas comunidades de activistas y ONGs son conscientes del tema. La comunidad empresarial no tiene mucha consciencia del tema.	No hay normas ni parámetros reconocidos para las empresas.
Emergente	Ya hay investigaciones sobre el tema, pero aún no hay consenso en relación a las conclusiones.	Tema central de campañas de ONGs y de creciente atención política y mediática. Las empresas líderes prueban distintos enfoques para gestionar el tema.	Los límites de la responsabilidad empresarial son objeto de debate público.
En consolidación	Evidencia fuerte	Alto nivel de consciencia general del tema en los organismos relevantes de empresas, sociedad civil y sector público.	Creciente promoción y reconocimiento de las mejores prácticas relacionadas con el tema. Se establecen normas voluntarias y hay propuestas de legislación.
Institucionalizado	Menor énfasis en la evidencia: el tema ya se ha aceptado.	Afrontar el tema es parte natural de un modelo de excelencia empresarial.	Establecimiento de legislación o estrictas normas empresariales.

Accountability (2005). El compromiso con los stakeholders.

Priorización de los grupos de interés



1. No tiene potencial de incidir en las operaciones de la organización.
2. Pequeño potencial por medio de influenciar en la opinión pública o de otros públicos de interés.
3. Mediano potencial por medio de influenciar en la opinión pública o de otros públicos de interés.
4. Alto potencial para articular sus recursos con los de otros grupos para constituir un frente común, para interrumpir o apoyar las operaciones de la organización.

El indicador toma el valor de 1 cuando el grupo en cuestión no es importante para la organización y un valor máximo de 4 cuando el grupo es muy importante, pasando por los restantes valores de acuerdo a estos criterios mínimos y máximos.

1. A favor de la actividad o proyecto de la organización.
2. Posición neutral frente a la actividad o proyecto de la organización
3. Posición negativa frente a la actividad o proyecto de la organización
4. Posición hostil frente a la actividad o proyecto de la organización

Priorización de los grupos de interés

Objetivos estratégicos de relación	Temas de Interes	GI involucrados	Poder (1-4)	Importancia (1-4)	Disposición (1-4)	Total
Conocer expectativas de la Comunidad de Villa El Salvador	empleo local	Jóvenes VES	3	4	4	11
		Adultos mayores VES	1	1	3	5
		Municipio VES	3	3	3	9
		Ministerio de Trabajo	1	2	1	4
		ONGs que trabajan con jóvenes	4	3	3	10
		Institutos de VES	3	3	3	9
		Trabajadores actuales	4	2	1	7
	negocios locales					
	alta delincuencia					

ACREDITACIONES



EUROPEAN
COUNCIL FOR
BUSINESS
EDUCATION

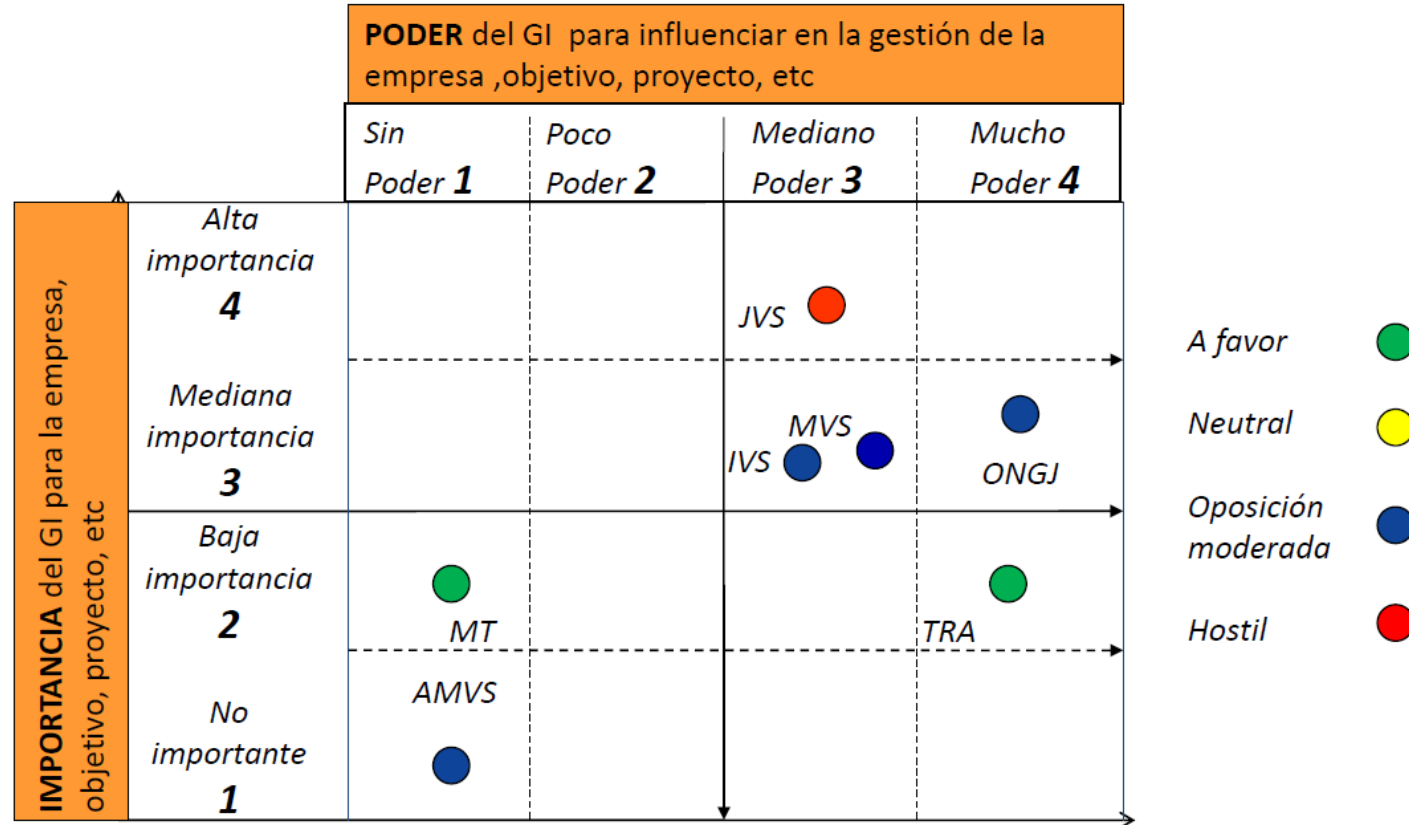
29/09/2015

RECONOCIMIENTOS

12



Priorización de los grupos de interés



Control de los grupos de interés

		Poder del GI en relación a la empresa (u objetivo, proyecto, etc)			
		Sin Poder	Poco poder	Mediano poder	Mucho poder
Importancia del GI para la empresa o proyecto	Alta importancia	Tratamiento justo – honrar los compromisos con estos GI según las políticas de la empresa, la ley y reglas de la industria. (-) Persuadir (+) mantener satisfechos dentro de los límites de una relación costo-beneficio equilibrada		Amenaza u oportunidad estratégica – Invertir en los procesos de relación para comprender las inquietudes y desarrollar soluciones (-) Controlar muy de cerca (+) Controlar muy de cerca	
	Mediana importancia				
	Baja importancia	Baja prioridad – Ofrecer acceso a los canales generales de información y retroalimentación (-) Mantener informados (+) Mantener informados		Mantener la participación e información , pero asegurar un equilibrio entre las inquietudes de los GI de alto poder y las personas afectadas por las decisiones (-) Monitorear (+) Movilizar su Interés y apoyo	
	No importante				

Fin de la sesión

¡Muchas gracias por su atención!

Para cualquier consulta, pueden escribir a marana@peru2021.org

ACREDITACIONES



EUROPEAN
COUNCIL FOR
BUSINESS
EDUCATION

29/09/2015

RECONOCIMIENTOS

15



EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE