

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS Y PARTES INTERESADAS									
Fecha Elaboración: 29/10/2021				Sede: Nivel Nacional					
Macroproceso: 03. Comunicación				Proceso: 001. Divulgación de la Información General					
Sistema de Gestión: Calidad									
INTERNOS									
GRUPO DE INTERÉS	CARACTERÍSTICAS/ DESCRIPCIÓN	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS	EVALUACIÓN CRITERIOS DE SENSIBILIDAD O PRIORIZACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS *(ver criterios)			NIVEL DE SENSIBILIDAD/ PRIORIZACIÓN*	COMUNICACIÓN
					Poder	Interes	Total		
Administrativos y Contratistas	Está conformado por el personal administrativo y contratistas que apoyan las actividades misionales de la Universidad Nacional de Colombia, en sus diferentes sedes.	Comunicación y divulgación de la información y de los proyectos de comunicación de interés a la comunidad de la Universidad Nacional	Asesoramiento y acompañamiento en los proyectos de comunicación y divulgación	Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Desarrollo de sitios web, sistemas de información, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Asesoramiento asociado 7. Suvenires- merchandising 8. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad 9. Imagen Institucional (Aval) Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategica UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales	0	1	1	BAJO	La Unidad de Medios de Comunicación - Unimedios de la Universidad Nacional de Colombia está atenta a las necesidades presentadas por los grupos de interés y atiende sus requerimientos a través de los 4 canales de atención: atención personalizada, atención telefónica, atención virtual, y atención escrita y sus medios en los cuales se realizara la divulgación serán los siguientes: Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Desarrollo de sitios web, sistemas de información, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Asesoramiento asociado 7. Souvenires- merchandising 8. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad 9. Imagen Institucional (Aval) Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategica UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS Y PARTES INTERESADAS									
Fecha Elaboración: 29/10/2021				Sede: Nivel Nacional					
Macroproceso: 03. Comunicación				Proceso: 001. Divulgación de la Información General					
Sistema de Gestión: Calidad									
INTERNOS									
GRUPO DE INTERÉS	CARACTERÍSTICAS/ DESCRIPCIÓN	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS	EVALUACIÓN CRITERIOS DE SENSIBILIDAD O PRIORIZACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS *(ver criterios)			NIVEL DE SENSIBILIDAD/ PRIORIZACIÓN*	COMUNICACIÓN
Universidad	Institución destinada a la enseñanza superior (aquella que proporciona conocimientos especializados de cada rama del saber), que está constituida por varias facultades y que concede los grados académicos correspondientes.	Institución destinada a la enseñanza superior (aquella que proporciona conocimientos especializados de cada rama del saber), que está constituida por varias facultades y que concede los grados académicos correspondientes.	Asesoramiento y acompañamiento en los proyectos de comunicación y divulgación	Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Desarrollo de sitios web, sistemas de información, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Asesoramiento asociado 7. Suvenires- merchandising 8. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad 9. Imagen Institucional (Aval) Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales	2	2	4	MEDIO	La Unidad de Medios de Comunicación - Unimedios de la Universidad Nacional de Colombia está atenta a las necesidades presentadas por los grupos de interés y atiende sus requerimientos a través de los 4 canales de atención: atención personalizada, atención telefónica, atención virtual, y atención escrita y sus medios en los cuales se realizara la divulgación seran los siguientes: Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Desarrollo de sitios web, sistemas de información, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Asesoramiento asociado 7. Souvenires- merchandising 8. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad 9. Imagen Institucional (Aval) Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales
Docentes	Está conformado tanto por docentes de pregrado como posgrado, en las diferentes sedes de la Universidad Nacional de Colombia, y en las diferentes modalidades que defina la UNAL.	Comunicación y divulgación de la información y de los proyectos de comunicación de interes a la comunidad de la Universidad Nacional	Asesoramiento y acompañamiento en los proyectos de comunicación y divulgación	Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Desarrollo de sitios web, sistemas de información, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Asesoramiento asociado 7. Suvenires- merchandising 8. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad 9. Imagen Institucional (Aval) Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales	0	2	2	BAJO	La Unidad de Medios de Comunicación - Unimedios de la Universidad Nacional de Colombia está atenta a las necesidades presentadas por los grupos de interés y atiende sus requerimientos a través de los 4 canales de atención: atención personalizada, atención telefónica, atención virtual, y atención escrita y sus medios en los cuales se realizara la divulgación seran los siguientes: Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Desarrollo de sitios web, sistemas de información, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Asesoramiento asociado 7. Souvenires- merchandising 8. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad 9. Imagen Institucional (Aval) Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS Y PARTES INTERESADAS									
Fecha Elaboración: 29/10/2021				Sede: Nivel Nacional					
Macroproceso: 03. Comunicación				Proceso: 001. Divulgación de la Información General					
Sistema de Gestión: Calidad									
INTERNOS									
GRUPO DE INTERÉS	CARACTERÍSTICAS/ DESCRIPCIÓN	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS	EVALUACIÓN CRITERIOS DE SENSIBILIDAD O PRIORIZACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS *(ver criterios)			NIVEL DE SENSIBILIDAD/ PRIORIZACIÓN*	COMUNICACIÓN
Todos los procesos	Los Procesos internos de la Universidad identificados en el "mapa de procesos UNAL" con los que interactúa el Proceso de Divulgación General, con los cuales se realiza intercambio de información, productos o servicios, interrelacionados bajo la modalidad de cliente- proveedor	Comunicación y divulgación de la información y de los proyectos de los procesos respecto a su comunicación de interés a la comunidad de la Universidad Nacional Información relativa a desempeño y/o ejecución de actividades	Valores agragados a la prestación de un producto o servicio. Cumplimiento de requisitos dentro de los lineamientos de mejoramiento continuo	Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Desarrollo de sitios web, sistemas de información, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Asesoramiento asociado 7. Souvenirs- merchandising 8. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad 9. Imagen Institucional (Aval) Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales	1	1	2	BAJO	La Unidad de Medios de Comunicación - Unimedios de la Universidad Nacional de Colombia está atenta a las necesidades presentadas por los grupos de interés y atiende sus requerimientos a través de los 4 canales de atención: atención personalizada, atención telefónica, atención virtual, y atención escrita y sus medios en los cuales se realizara la divulgación seran los siguientes: Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Desarrollo de sitios web, sistemas de información, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Asesoramiento asociado 7. Souvenirs- merchandising 8. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad 9. Imagen Institucional (Aval) Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales
OTRO?								FALSE	
¿cuál? (si aplica)								FALSE	
EXTERNOS									

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS Y PARTES INTERESADAS									
Fecha Elaboración: 29/10/2021				Sede: Nivel Nacional					
Macroproceso: 03. Comunicación				Proceso: 001. Divulgación de la Información General					
Sistema de Gestión: Calidad									
INTERNOS									
GRUPO DE INTERÉS	CARACTERÍSTICAS/ DESCRIPCIÓN	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS	EVALUACIÓN CRITERIOS DE SENSIBILIDAD O PRIORIZACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS *(ver criterios)			NIVEL DE SENSIBILIDAD/ PRIORIZACIÓN*	COMUNICACIÓN
Estudiantes	Está conformado por estudiantes nacionales y extranjeros en las diferentes sedes de la Universidad Nacional de Colombia, tanto pregrado como posgrado.	Está conformado por estudiantes nacionales y extranjeros en las diferentes sedes de la Universidad Nacional de Colombia, tanto pregrado como posgrado.	Asesoramiento y acompañamiento en los proyectos de comunicación y divulgación de trabajo investigativo y académico.	Productos y servicios: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Contenidos de sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Adquisición de Souvenires- merchandising 6. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales	0	2	2	BAJO	La Unidad de Medios de Comunicación - Unimedios de la Universidad Nacional de Colombia está atenta a las necesidades presentadas por los grupos de interés y atiende sus requerimientos a través de los 4 canales de atención: atención personalizada, atención telefónica, atención virtual, y atención escrita y sus medios en los cuales se realizara la divulgación seran los siguientes: Productos y servicios: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Contenidos de sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Adquisición de Souvenires- merchandising 6. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales
Egresados	Está conformado por los egresados en las diferentes Sedes de la Universidad Nacional de Colombia, de cualquier programa curricular de pregrado como posgrado.	Mecanismos de participación, comunicación y divulgación de la información y de los proyectos de comunicación que son el resultado del trabajo investigativo y académico, sentido de pertenencia, crecimiento intelectual y publicaciones.	Asesoramiento y acompañamiento en los proyectos de comunicación y divulgación de trabajo investigativo y académico	Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Contenidos de sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Adquisición de Souvenires- merchandising 6. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales	0	2	2	BAJO	La Unidad de Medios de Comunicación - Unimedios de la Universidad Nacional de Colombia está atenta a las necesidades presentadas por los grupos de interés y atiende sus requerimientos a través de los 4 canales de atención: atención personalizada, atención telefónica, atención virtual, y atención escrita y sus medios en los cuales se realizara la divulgación seran los siguientes: Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Contenidos de sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Adquisición de Souvenires- merchandising 6. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS Y PARTES INTERESADAS									
Fecha Elaboración: 29/10/2021				Sede: Nivel Nacional					
Macroproceso: 03. Comunicación				Proceso: 001. Divulgación de la Información General					
Sistema de Gestión: Calidad									
INTERNOS									
GRUPO DE INTERÉS	CARACTERÍSTICAS/ DESCRIPCIÓN	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS	EVALUACIÓN CRITERIOS DE SENSIBILIDAD O PRIORIZACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS *(ver criterios)			NIVEL DE SENSIBILIDAD/ PRIORIZACIÓN*	COMUNICACIÓN
Medios de Comunicación Externos	Este grupo de interés abarca los medios de comunicación (canales de televisión, emisoras de radio y medios impresos, redes sociales y páginas web) a través de los cuales se puede difundir información generada desde la Universidad.	Recibir información de la Universidad Nacional de Colombia en materia de Artes y Culturas; Ciencia y Tecnología; Ciudad y Territorio; Desarrollo Rural; Economía y Organizaciones; Educación; Medio Ambiente; Política Y sociedad, y Salud. Tener	Tener a la Universidad Nacional de Colombia como fuente de divulgación del conocimiento, las investigaciones y avances que ayuden al desarrollo del país.	Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales	0	2	2	BAJO	La Unidad de Medios de Comunicación - Unimedios de la Universidad Nacional de Colombia está atenta a las necesidades presentadas por los grupos de interés y atiende sus requerimientos a través de los 4 canales de atención: atención personalizada, atención telefónica, atención virtual, y atención escrita y sus medios en los cuales se realizara la divulgación seran los siguientes: Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales
Pensionados	Los pensionados conforman la comunidad de trabajadores que reciben las prestaciones correspondientes de acuerdo con la legislación de cada país.	Accesibilidad productos y servicios	Sentido de pertenencia UNAL	Productos y servicios: Tienda UNAL Periodico UNAL, Radio UNAL Televisión UNAL	0	1	1	BAJO	La Unidad de Medios de Comunicación - Unimedios de la Universidad Nacional de Colombia está atenta a las necesidades presentadas por los grupos de interés y atiende sus requerimientos a través de los 4 canales de atención: atención personalizada, atención telefónica, atención virtual, y atención escrita y sus medios en los cuales se realizara la divulgación seran los siguientes: Canales de Comunicación Tienda UNAL Periodico UNAL, Radio UNAL Televisión UNAL

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS Y PARTES INTERESADAS									
Fecha Elaboración: 29/10/2021				Sede: Nivel Nacional					
Macroproceso: 03. Comunicación				Proceso: 001. Divulgación de la Información General					
Sistema de Gestión: Calidad									
INTERNOS									
GRUPO DE INTERÉS	CARACTERÍSTICAS/ DESCRIPCIÓN	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS	EVALUACIÓN CRITERIOS DE SENSIBILIDAD O PRIORIZACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS *(ver criterios)			NIVEL DE SENSIBILIDAD/ PRIORIZACIÓN*	COMUNICACIÓN
Comunidad Universitaria	Está conformado por individuos en general como padres de familia, fundaciones, ONG, ciudadanos, comunidades indígenas, poblaciones vulnerables, entre otros.	Presencia en las regiones, infraestructura, oportunidades de empleo, actuaciones favorables, inversión social y medio ambiente.	Convocatorias académicas, convocatorias laborales, programas educativos, disponibilidad de cupos, investigación y extensión.	Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Contenidos de sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Adquisición de Suvenires- merchandising 6. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales	0	1	1	BAJO	La Unidad de Medios de Comunicación - Unimedios de la Universidad Nacional de Colombia está atenta a las necesidades presentadas por los grupos de interés y atiende sus requerimientos a través de los 4 canales de atención: atención personalizada, atención telefónica, atención virtual, y atención escrita y sus medios en los cuales se realizara la divulgación seran los siguientes: Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Contenidos de sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales 5. Adquisición de Souvenires- merchandising 6. Campañas, Eventos, mercadeo y publicidad Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Tienda UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co) APP - Aplicaciones móviles institucionales
Entidades Universitarias	Universidades Públicas y privadas de caracter Nacional e Internacional con interes de convenios, acuerdos, contratos comunicativos, acceso y suministro de productos y servicios del proceso	Establecer relaciones interinstitucionales en materia de consumo de información científica, artística, cultural, y tecnológica, y su difusión a través de los medios de comunicación internos y externos.	UNAL Referente en los medios de comunicación universitaria y contenidos de carácter científico, artístico, cultural, y tecnológica	Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Contenidos de sitios web y redes sociales Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co)	0	1	1	BAJO	La Unidad de Medios de Comunicación - Unimedios de la Universidad Nacional de Colombia está atenta a las necesidades presentadas por los grupos de interés y atiende sus requerimientos a través de los 4 canales de atención: atención personalizada, atención telefónica, atención virtual, y atención escrita y sus medios en los cuales se realizara la divulgación seran los siguientes: Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Contenidos de sitios web y redes sociales Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co)

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS Y PARTES INTERESADAS	
Fecha Elaboración: 29/10/2021	Sede: Nivel Nacional
Macroproceso: 03. Comunicación	Proceso: 001. Divulgación de la Información General
Sistema de Gestión: Calidad	

INTERNOS									
GRUPO DE INTERÉS	CARACTERÍSTICAS/ DESCRIPCIÓN	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS	EVALUACIÓN CRITERIOS DE SENSIBILIDAD O PRIORIZACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS *(ver criterios)			NIVEL DE SENSIBILIDAD/ PRIORIZACIÓN*	COMUNICACIÓN
Entidades Gubernamentales	Organismo gubernamental que pertenece a la estructura del Estado, con funciones de inspección, vigilancia y control, que inciden y definen Políticas y lineamientos principalmente en el sector de comunicaciones y educación	Establecer relaciones interinstitucionales en materia de consumo de información científica, artística, cultural, y tecnológica, y su difusión a través de los medios de comunicación internos y externos.	UNAL Referente en los medios de comunicación pública y contenidos de carácter científico, artístico, cultural, y tecnológica	Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Contenidos de sitios web y redes sociales Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co)	0	1	1	BAJO	La Unidad de Medios de Comunicación - Unimedios de la Universidad Nacional de Colombia está atenta a las necesidades presentadas por los grupos de interés y atiende sus requerimientos a través de los 4 canales de atención: atención personalizada, atención telefónica, atención virtual, y atención escrita y sus medios en los cuales se realizara la divulgación seran los siguientes: Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Contenidos de sitios web y redes sociales Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co)
Entidades No Gubernamentales	Entidades no gubernamentales de carácter Nacional e Internacional con interes de convenios comunicativos, acceso y suministro de productos y servicios del proceso	Establecer relaciones interinstitucionales en materia de consumo de información científica, artística, cultural, y tecnológica, y su difusión a través de los medios de comunicación internos y externos.	UNAL Referente en los medios de comunicación pública y contenidos de carácter científico, artístico, cultural, y tecnológica	Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Contenidos de sitios web y redes sociales Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co)	0	1	1	BAJO	La Unidad de Medios de Comunicación - Unimedios de la Universidad Nacional de Colombia está atenta a las necesidades presentadas por los grupos de interés y atiende sus requerimientos a través de los 4 canales de atención: atención personalizada, atención telefónica, atención virtual, y atención escrita y sus medios en los cuales se realizara la divulgación seran los siguientes: Productos: 1. Contenidos audiovisuales 2. Documentos radiofónicos 3. Contenidos periodísticos, Boletines de noticias, artículos en UN Periódico. 4. Contenidos de sitios web y redes sociales Canales de Comunicación: Agencia de Noticias UNAL Periódico UNAL Televisión UNAL Radio UNAL Orgullo UNAL Estrategia UNAL Redes sociales Página Web Institucional (unal.edu.co)

* CRITERIOS PARA DETERMINAR LA SENSIBILIDAD O PRIORIZACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
Para determinar el nivel de sensibilidad o la priorización de los diferentes grupos de interés, califique los siguientes criterios de 0 a 3, siendo 0 la calificación más baja y 3 la calificación más alta		
ESCALA CALIFICACIÓN	PODER (Capacidad de afectar el proceso)	INTERÉS (Nivel de participación del grupo de interés sobre el proceso)
0	El grupo de interés no afecta el desempeño del proceso analizado, ni por sus decisiones, ni por asignación de recursos, no emite mandatos con relación al proceso analizado	El grupo de interés no tiene participación en la planeación o gestión del proceso analizados, es decir no interviene en el planear, el hacer, el verificar o el actuar
1	El grupo de interés tiene baja capacidad de influencia en aspectos como: toma de decisiones, asignación de recursos para el proceso, mandatos o lineamientos que determinen el funcionamiento del proceso	El grupo de interés tiene baja participación en el proceso analizado, es decir esporádicamente participa en las fases del ciclo PHVA.

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS Y PARTES INTERESADAS							
Fecha Elaboración: 29/10/2021				Sede: Nivel Nacional			
Macroproceso: 03. Comunicación				Proceso: 001. Divulgación de la Información General			
Sistema de Gestión: Calidad							
INTERNOS							
GRUPO DE INTERÉS	CARACTERÍSTICAS/ DESCRIPCIÓN	NECESIDADES	EXPECTATIVAS	PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS	EVALUACIÓN CRITERIOS DE SENSIBILIDAD O PRIORIZACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS *(ver criterios)	NIVEL DE SENSIBILIDAD/ PRIORIZACIÓN*	COMUNICACIÓN
2	El grupo de interés tiene moderada capacidad de influencia en alguno de los siguientes aspectos: toma de decisiones, asignación de recursos para el proceso, mandatos o lineamientos que determinen el funcionamiento del proceso				El grupo de interés tiene moderada participación en el proceso analizado, es decir interviene en alguna de las fases del PHVA del proceso analizado		
3	El grupo de interés afecta altamente el desempeño del proceso analizado; tiene alta capacidad de influencia con respecto a la toma de decisiones, es responsable de la asignación de recursos para el proceso, es responsable de emitir mandatos o lineamientos que determinen el funcionamiento del proceso				El grupo de interés tiene participación alta o destacada en el proceso analizado, es decir interviene en varias de las fases del PHVA del proceso y es determinante para la toma de decisiones del proceso analizado		
<p>Para obtener el puntaje total se suman las calificaciones de los criterios de "Poder" e "Interés" y de acuerdo al resultado se realiza la clasificación.</p> <p>Puntaje mayor probable: 6 - Puntaje menor probable: 1</p> <p>CLASIFICACIÓN: Resultado 5 y 6: ALTO Resultado 3 y 4: MEDIO Resultado 1 y 2: BAJO</p> <p>Resultado 0: El grupo de interés no aplica para el proceso</p>							

Formato automatizado en el SoftExpert