

UNIVERSIDAD
DEPARTAMENTO
GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN



ENSAYO SOBRE EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN Y SU RELACIÓN CON LA IDENTIFICACIÓN DE INTERESADOS

Realizado por:

Tu nombre

Fecha

País

INTRODUCCIÓN

La comunicación significa compartir, se entiende por comunicar al proceso complejo que involucra el intercambio de información, datos, ideas, pensamientos, experiencias, opiniones, actitudes y sentimientos entre dos más personas. La comunicación es inherente al ser humano, es la facultad que tiene el ser vivo de transmitir a otro o interesados, ya que a través de ella el hombre forma colectivos, ponen algo en común, por lo tanto es importante para el desarrollo de cualquier interacción humana.

En las organizaciones a finales de los setenta comienzan a entender la importancia de la comunicaciones y comprenderla, como un conjunto de técnicas y actividades que facilitan y agilizan el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio, o bien, a influir en la opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta sirva para cumplir con los objetivos de la organización.

El autor Pablo Lledó afirma que la habilidad principal de un Director de Proyectos es saber comunicar. No importa la profesión que haya alcanzado si no aprende a comunicarse correctamente de manera efectiva y hacia los interesados.

DESARROLLO

SUDOE y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) ponen a disposición a los socios acerca del plan estratégico y gestión eficaz de las actividades y herramientas de comunicación y difusión.

El plan de comunicación y difusión tiene mucha relación ya que va dirigido a los interesados (Destinatarios) que son clasificados, y que tiene el objetivo de transmitir los mensajes e informaciones a estos grupos claramente identificados. Y se trata de los siguientes grupos:

Destinatarios directos internos:

- Los socios (el partenariado).
- Responsables de la gestión y coordinación del Programa SUDOE INTERREG IVB.

Destinatarios directos externos:

- Pequeñas y medianas empresas de las regiones participantes, especialmente
 - PYMEs con necesidades de innovación.
 - PYMEs de sectores maduros con necesidad de innovar o diversificar.
 - Empresas jóvenes innovadoras y/o de base tecnológica.
- Emprendedores con proyectos empresariales en fase de pre incubación, incubación o creación de empresa.
- Potenciales emprendedores de base: alumnos de últimos años de carreras tecnológicas, alumnos de doctorado, alumnos de Formación Profesional y otras personas con iniciativa o ideas de negocio.

- Organismos intermedios, como centros tecnológicos, universidades, etc. y entidades de apoyo a la creación de empresas y Empresas especializadas de soporte a la innovación.

Destinatarios generales:

- Organismos y entidades públicas de otras regiones del SUDOE y otras regiones europeas no pertenecientes al SUDOE.
- Decisores políticos a nivel local, regional, nacional y europeo.
- Los medios de comunicación y los agentes económicos y sociales, entre otros grupos de interés.
- La sociedad en general.

La importancia de la Comunicación y Difusión

El plan de comunicación y difusión es un documento que se utiliza para optimizar el flujo de la información entre los socios del proyecto y organizar una comunicación eficiente entre las instituciones participantes en el proyecto, también dar a conocer el proyecto a los potenciales actores involucrados y a los principales beneficiarios y por último informar y comunicar los resultados del mismo a organismos y entidades públicas y privadas de otras regiones europeas y de las instituciones nacionales y europeas que podrían estar interesadas en el proyecto, por lo tanto SUDOE establece la importancia para poder alcanzar los objetivos de la organización.

SUDOE estableció un ejemplo muy práctico referente a los mensajes del proyecto en saber proyectar debido que es la esencia del proyecto., y es el siguiente:

El aspecto a difundir: “Proyecto europeo a favor de la creación de empresas y de la innovación”.

El mensaje de nota de prensa sobre la firma del acuerdo y el lanzamiento del proyecto fue el siguiente:

“La Comisión Europea cofinancia un proyecto de cooperación europea para potenciar la innovación y la creación de empresas”

En definición enseña que la comunicación debe ser simple y concreta, suponen la base para todas las actividades de difusión y debe ser relevante para los públicos objetivo (los interesados), el mensaje recordara el objetivo y pone en relieve el valor añadido y los beneficios que el proyecto aportará.

SUDOE, Al crear este “PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN Y DIFUSION” logró dar una información sistemática, simple y con comentarios que puede ayudarnos a identificar la información y el responsable de comunicación del proyecto, también la tecnología de información a usar, los medios de comunicación, actos y eventos, publicaciones, es importante resaltar la gestión del presupuesto sería el gasto total por cada socio para las

actividades a desarrollar de comunicación y difusión, el cronograma de difusión, el seguimiento y evaluación para obtener los resultados esperados esto nos brindaría ideas para el desarrollo de las tareas como Director de proyecto.

CONCLUSIONES

Este ensayo realiza el intento de interpretar y resumir el contexto del plan de comunicación y difusión y su importancia. Es importante recapitular que el éxito de un proyecto depende en gran medida de las actividades de comunicación y difusión, en pocas palabras es un mecanismo mediático, potente y eficaz para lograr los objetivos y culminar el proyecto.

BIBLIOGRAFIA

1. Guía de los fundamentos de la dirección de proyectos. Project Management Institute (PMI) 2016. <http://www.pmi.org/PMBOK-Guide-and-Standards.aspx>.
2. Lledó, P. Cómo aprobar el examen PMP sin morir en el intento. (2013) 2da ed. Victoria, BC. Canadá.

SITIOS WEB.

<http://www.revistanegotium.org.ve/pdf/2/2art2.pdf>