



Plan de comunicación

1. Políticas de comunicación

- Plan de comunicación interna: está dirigido a quienes laboran, proveen servicios o materias primas a la empresa, accionistas o inversores; es decir se dirige a quienes participan en la operación y funcionamiento del negocio.
- Plan de comunicación externa: consiste en todos los mensajes diseñados para que los reciban personas externas, es decir clientes, medios de comunicación y otras empresas del sector.
- Plan de comunicación formal: se trata de un mensaje institucional que busca simplemente informar.
- Plan de comunicación informal: es un documento con un tono más casual y que busca generar cierta interacción.
- Todos los planes de comunicación de la organización deben incluir estrategias para llegar a los públicos principales: instituciones donantes, gobierno estatal y Congreso del Estado, directivos de los medios de comunicación y a

2. Objetivos de la comunicación

- El objetivo principal de un plan de comunicación es organizar todo lo relacionado con la comunicación de una organización, garantiza que haya mejores resultados porque se tienen objetivos claros que cumplir.
- Con el plan de comunicación puedes reforzar la comunicación interna de la organización y así optimizar las relaciones con colaboradores, clientes y otras empresas.
- Brindar mensajes adecuados y oportunos para una audiencia específica es una gran forma de generar una percepción positiva de las acciones y operaciones del negocio; lo cual ayuda a fortalecer a una marca en su mercado y entre la comunidad.
- Todos los programas de trabajo de comunicación de la organización deberán alinearse a los objetivos, estrategias y plan operativo anual.

3. Mensajes a enviar y recibir

- Todas las publicaciones institucionales (informe, trípticos, presentaciones multimedia, boletín, videos, entre otros) deben ser revisadas y aprobadas por el comité de comunicación.
- Los canales escritos (como las encuestas, los manuales o los comunicados internos).
- Los canales orales (como las reuniones, las llamadas telefónicas o las conversaciones personales).
- Los canales tecnológicos o digitales (como el chat, las redes sociales, o los correos).
- Redes Sociales Corporativas.

4. Grupos de involucrados previamente definidos

- El comité de comunicación estará integrado por la persona que ocupe el puesto de administrador de proyecto y cinco gerentes directivos encargados de diferentes áreas. Los expertos participan con voz, pero sin voto.
- Administrador de proyecto de la empresa Ing. Eduardo García Espinosa.
- Gerente del departamento de programación Ing. Kenai Haiden Jiménez Serrano.
- Gerente del departamento de diseño Ing. Michelle Fernanda Gutiérrez Lira.
- Gerente del departamento de ventas, Ing. Karla Vázquez Espino.
- Gerente del departamento de compras Ing. Jonathan Preza Domínguez.
- Gerente de los departamentos de fabricación y mantenimiento, Ing. José Alexis Aguilar Hernández

5. Tecnologías o medios a emplear para comunicarse

Robot de Combate

resa; y también a sus
D.
ernas a la compañía, es

ción con el público.
ciples, que son:
autoridades educativas.

a organización. Planear

relaciones con

percepción positiva sobre
mpetencia.
egias y metas de nuestro

otros) deberán ser

o en la organización, por

- Los diseños de cada uno de estos materiales serán enviados vía correo electrónico a los integrantes del Comité de Comunicación que realicen sus observaciones. En caso de no haber recibido respuesta en 48 horas posteriores al envío el diseño será considerado como aprobado.
- El comité de comunicación se reunirá una vez al mes en el horario y fecha que determine el mismo por consenso. Se podrán realizar reuniones extraordinarias cuando así lo determinen sus integrantes.
- Vídeo Conferencias.

6. Programa de comunicación

Se solicitará una reunión por el administrador del proyecto cada mes, o si se llegará a presentar algún inconveniente en las comunicaciones, se harán reuniones antes o después de las reuniones ya programadas para los vistos buenos del avance del proyecto a lo largo de la elaboración del proyecto del robot de pelea. Cada departamento responsable del avance en la realización del producto cumple satisfactoriamente con los objetivos propuestos por el administrador del proyecto.

mité de Comunicación para
diseño se considerará
enso. Podrá realizar

te en cualquiera de las
e que se vaya haciendo a
ación de la primera parte