

Software para administración de inventarios

GreenHouse Software

Esquema de comunicación

Versión: 0100

Fecha: 12/05/2019

HOJA DE CONTROL

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Proyecto** | Software para administración de inventarios: GreenHouse Software | | |
| **Entregable** | Esquema de comunicación | | |
| **Autor** | Jimmy Alexander Pastrana Casteblanco | | |
| **Versión/Edición** | 001 | **Fecha Versión** | 12/05/2019 |
| **Aprobado por** |  | **Fecha Aprobación** | 12/05/2019 |
|  |  | **Nº Total de Páginas** |  |

REGISTRO DE CAMBIOS

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Versión** | **Causa del Cambio** | **Responsable del Cambio** | **Fecha del Cambio** |
| 001 | Versión inicial | Jimmy Alexander Pastrana Casteblanco | 12/05/2019 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

CONTROL DE DISTRIBUCIÓN

|  |
| --- |
| **Nombre y Apellidos** |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

TABLA DE CONTENIDO

[1 INTRODUCCIÓN 4](#_Toc9067798)

[1.1 Objeto 4](#_Toc9067799)

[1.2 Alcance 4](#_Toc9067800)

[2 OBJETIVOS DEL PLAN 5](#_Toc9067801)

[2.1 Determinar los elementos generales sobre los que realizar las acciones de comunicación. 5](#_Toc9067802)

[2.2 Identificar la audiencia objetivo. 5](#_Toc9067803)

[2.3 Establecer los canales de comunicación. 5](#_Toc9067804)

[3 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 6](#_Toc9067805)

[3.1 Comunicación verbal 6](#_Toc9067806)

[3.2 Según el número de participantes 6](#_Toc9067807)

[3.3 Según el canal tecnológico 6](#_Toc9067808)

[4 PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN 7](#_Toc9067809)

[4.1 Acciones de comunicación 7](#_Toc9067810)

[4.2 Planificación 8](#_Toc9067811)

[5 ANEXOS 9](#_Toc9067812)

[6 GLOSARIO 10](#_Toc9067813)

# INTRODUCCIÓN

## Objeto

El objeto de este documento es recoger las distintas acciones de comunicación que se van a llevar a cabo durante el desarrollo del proyecto. Para cada una de las acciones de comunicación, se deberá indicar la siguiente información: descripción y objetivos, canales de comunicación, audiencia objetivo, recursos necesarios, planificación.

## Alcance

Forjar una comunicación asertiva y de mutuo beneficio entre las dos partes involucradas en el proyecto de desarrollo del software GreenHouse Software. El documento tiene la responsabilidad de organizar y dar a conocer el índice de comunicación que se debe tener con la empresa Green House, a su vez que, con la validación de estos componentes de comunicación dejan enmarcada la metodología a seguir durante el desarrollo del proyecto.

# OBJETIVOS DEL PLAN

Se definirá en este apartado los objetivos que pretende alcanzar el plan de comunicación, como son:

## Determinar los elementos generales sobre los que realizar las acciones de comunicación.

* Recolección de información relacionada con el funcionamiento de la empresa.
* Interacción directa con los trabajadores de la empresa.
* Uso de espacios de observación para tomar afinidad con el tema de la administración del inventario.

## Identificar la audiencia objetivo.

La audiencia a la cual está dirigida directamente la comunicación es:

* El gerente de la empresa Green House
* El administrador de las finanzas e inventario de la empresa
* Los trabajadores relacionados con el manejo de materias primas en la empresa

## Establecer los canales de comunicación.

Para una gestión estratégica de la comunicación es necesario tomar en cuenta los flujos de información que corren por estos tipos de canales. Cabe señalar que las comunicaciones pueden ser transmitidas a través de diversos medios. Estos son los medios de los que se hará uso:

* **Escritos**: Pueden realizarse a través de comunicados, cartas, manuales, publicaciones institucionales, entre otras. Estos canales son útiles principalmente porque permiten mantener un registro tangible y verificable del mensaje a comunicar en la organización.
* **Orales**: Dentro de este medio, se encuentran los mensajes transmitidos durante las reuniones, las conversaciones personales y las llamadas telefónicas.
* **Tecnológicos**: Aunque fusiona elementos de los medios anteriores, se ha convertido en un componente muy importante dentro de la comunicación con la empresa. Dentro de él se encuentran los correos electrónicos, las redes sociales y servicios de video llamadas.

# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La información que se va a comunicar con la persona que tiene relación directa con el equipo de desarrollo del proyecto está dada bajo la siguiente tipología:

## Comunicación verbal

La comunicación verbal se caracteriza por el uso de las palabras en la interacción entre el emisor y el receptor. Existen dos tipos, que serán utilizados para la comunicación en este proyecto:

* **Comunicación oral:** se realizará a través de signos orales o palabras habladas.
* **Comunicación escrita:** se realizará a través de códigos escritos mediante el uso del idioma Español Castellano.

## Según el número de participantes

El tipo de comunicación puede variar dependiendo de las personas que participen en la interacción comunicativa, en el caso de este proyecto se hará de la siguiente manera:

* **Individual:** En este tipo de comunicación **solamente interactúan un emisor y un receptor,**es decir, que la comunicación se produce de individuo a individuo, tendiendo así un canal entre uno de los participantes del proyecto y la persona encargada de parte de la empresa de atender esta comunicación.

## Según el canal tecnológico

Dependiendo del canal tecnológico, el tipo de comunicación que se tendrá es:

* **Comunicación virtual o digital:** Comunicación que **se produce gracias al mundo conectado a través de Internet**. Incluye tanto una conversación en línea como la escritura del emisor y la lectura del receptor mediante el uso de correos electrónicos u otros medios digitales (Skype, Discord, Redes sociales, etc).
* **Comunicación telefónica:** Es la comunicación que**se realiza a través del aparato telefónico**. Ya sea fijo o móvil. Permite la interacción de uno de los miembros del equipo de desarrollo y la persona encargada de parte de la empresa de atender dicha solicitud.

# PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN

## Acciones de comunicación

En este apartado se identificarán las acciones de comunicación previstas. Rellenar una tabla por cada acción de comunicación identificada con los siguientes campos:

* Código identificativo se la acción.
* Descripción de la acción de comunicación y objetivos principales perseguidos.
* Responsable(s) de la realización de dicha acción.
* Audiencia objetivo: Perfil o colectivo al que va dirigida la comunicación.
* Dependencias/Condicionantes: Se indicarán las posibles dependencias con otras acciones dentro del plan, así como condicionantes necesarios para la realización de la misma.
* Recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo de la acción.
* Canales de comunicación: Identificar las herramientas, medios o información necesarios para llevar a cabo la comunicación de la acción en cuestión.
* Observaciones o comentarios que se consideren de interés.

|  |  |
| --- | --- |
| **<Acción de comunicación>** | |
| **Código** |  |
| **Descripción/Objetivos** |  |
| **Responsable(s)** |  |
| **Audiencia objetivo** |  |
| **Dependencias/Condicionantes** |  |
| **Recursos humanos y materiales** |  |
| **Canales de comunicación** |  |
| **Observaciones** |  |

## Planificación

En este apartado se debe incluir un diagrama de Gantt con la planificación prevista, para la ejecución del plan. En los casos que no se disponga del diagrama, adjuntar una tabla con la siguiente información:

* Código Acción: Código de la acción comunicación, asignado en el apartado anterior.
* Responsable(s) de la realización de dicha acción.
* Fecha Inicio prevista para la ejecución de dicha acción de comunicación.
* Fecha Fin prevista.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Código Acción** | **Responsable(s)** | **Fecha Inicio** | **Fecha Fin** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# ANEXOS

# GLOSARIO

|  |  |
| --- | --- |
| **Término** | **Descripción** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |