

CAS-CHILE®

Líder en Software de Gestión Pública

PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN

- Daniel Valdés Gómez



ISV/Software Solutions

ISO 9001

BUREAU VERITAS
Certification



Plan de Comunicación para la Implantación de un Sistema de Gestión

Hoy en día, ante cualquier cambio que se produzca, se hace necesario desarrollar y llevar a cabo un plan de comunicación al interior de una Organización. Ante esto debemos preguntarnos :

¿Cuáles son los objetivos específicos para crear una campaña comunicacional del BSC dentro de la Organización?

Para responder esta pregunta efectivamente, debemos colocarnos en los zapatos de nuestra audiencia y tratar de anticipar sus necesidades de comunicación.



Plan de Comunicación para la Implantación de un Sistema de Gestión

Debemos evitar los rumores y murmullos sobre los cambios que se aproximan en la Organización, producto de la implantación de este sistema de gestión y medición.

Los empleados estarán preguntándose probablemente :

- ¿Qué es el BSC?
- ¿Por qué hemos decidido utilizarlo ahora?
- ¿Quiénes van a usarlo?
- ¿Cuáles serán los impactos más probables al usar el BSC?
- ¿Qué desean hacer?
- ¿Qué tiene de interesante la utilización del BSC?
- ¿Qué herramientas de ayuda se ofrecen para usar el BSC?
- ¿En qué se diferencia este sistema con lo que hemos realizado en el pasado?

Teniendo en cuenta estas preguntas, podremos determinar los objetivos de un plan de comunicación en el contexto de nuestra cultura organizacional, la historia pasada, la introducción de un agente de cambio y el nivel de conocimiento de nuestros empleados.



Objetivos Comunicacionales

- Lograr que los empleados entiendan lo que es el BSC y cómo les afectará.
- Conseguir que el BSC sea usado como una herramienta clave de Gestión Estratégica, Comunicación y Medición.
- Asegurarse de que el BSC permanezca en la Organización como una herramienta clave para seguir la estrategia, como sistema de medición.
- Lograr que la comunicación permita el alineamiento de toda la Organización.
- Dar a conocer los objetivos estratégicos e indicadores.



Elementos Claves a Considerar en la Creación de un Plan Comunicacional

Utilización de Simbología 5W

Who ¿QUIÉN?	Representa a la audiencia objetiva para el plan. Esta dependerá del tamaño de la Organización y el alcance del BSC.
What ¿QUÉ?	Son los mensajes claves, la efectividad de la comunicación para llegar al objetivo deseado.
When ¿CUÁNDO?	Se refiere a la frecuencia de la comunicación.
Where ¿DÓNDE? And How ¿CÓMO?	Representan la forma o vehículo de la comunicación.
WHY ¿POR QUÉ?	Representa la razón de la participación en la tarea de la comunicación.

La comunicación es un factor crítico en “Hacer la estrategia una tarea de todos”.

Las organizaciones altamente profesionalizadas privilegian su plan de comunicación para lograr que sus empleados comprendan cuál es la estrategia.



Modelo de un Plan de Comunicación

Muchas Organizaciones utilizan un modelo que se estructura en tres etapas de desarrollo e implementación formal de la comunicación:

- 1.- Consideración de los puntos tratados anteriormente (definidos en las 5W).
- 2.- Desarrollar el contenido, elaborar los mensajes y medios comunicacionales.
- 3.- Implementación del plan y desarrollo de una mejora continua del mismo.



Barreras y Desafíos a Lograr

- No desear que los competidores aprendan de su estrategia y desempeño.
- Creer que el BSC es un concepto difícil de entender por los empleados o demasiado costoso para nuestro presupuesto.
- No poseer un equipo formal de comunicación, careciendo de responsables con el conocimiento adecuado.
- Creer que los gerentes son comunicadores por excelencia y no necesitan de apoyo.
- No desear que el BSC sea visto como otra campaña de moda dentro de la Organización.