

GOLONDRIN-BUS

13 Gestión de los Interesados



EQUIPO:

IGNACIO CALLE DEL CAMPO

JUAN DIEGO MONTIJANO LUNA

MARCO SPIAGGI

ELLEN VORSTENBOSCH



Tabla de contenido

Tabla de contenido	2
13. GESTIÓN DE LOS INTERESADOS	3
13.1 IDENTIFICACIÓN DE LOS INTERESADOS	3
13.2 ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE LOS INTERESADOS	4
13.3 PLAN DE COMUNICACIÓN CON LOS INTERESADOS	6



13. GESTIÓN DE LOS INTERESADOS

13.1 IDENTIFICACIÓN DE LOS INTERESADOS

A la hora de desarrollar el proyecto, tenemos que identificar cuáles son los interesados (stakeholders). Este proceso consiste en identificar a las personas, grupos u organizaciones que podrían afectar o ser afectados por una decisión, actividad o resultado del proyecto, así como analizar y documentar información para saber en qué forma podrían influir en el proyecto y qué impacto podrían tener en él.

A continuación, el listado de interesados y una breve descripción de ellos:

1. **ATM:** La Autoridad del Transporte Metropolitano (ATM), es un consorcio encargado de coordinar y planificar el transporte público de la región urbana de Barcelona. En el proyecto es el cliente que nos ha solicitado que le demos una solución.
2. **Empresas de barcos turísticos:** Son empresas con barcos turísticos que realizan pequeñas travesías para mostrar el litoral de Barcelona o similar en la área de Barcelona. Serán proveedores en nuestro proyecto ya que con ellos implementaremos el servicio propuesto.
3. **Ayuntamientos:** Son los órganos de gobierno y administración de los municipios. En este caso los ayuntamientos que están involucrados son los de Barcelona y Masnou.
4. **Ports de la Generalitat/La Autoridad Portuaria de Barcelona (APB):** Son las organizaciones que gestionan los puertos donde vamos a implementar el servicio.
5. **Ministerio de fomento/Dpto. de territorio y sostenibilidad de la Generalidad:** Son las entidades tanto a nivel nacional como autonómica de gestionar los transportes públicos.
6. **Usuarios:** Serán los que utilizaran el servicio.
7. **Capitanía marítima:** Es un órgano periférico de la Administración Marítima española, dependiente del Ministerio de Fomento el cual tiene entre otras funciones la de autorizar la entrada y salida de buques en aguas españolas así como todas aquellas funciones relativas a la navegación, seguridad marítima, salvamento marítimo y lucha contra la contaminación.
8. **Medios de comunicación:** Al ser un proyecto que ofrece un servicio público, serán una fuente de difusión para informar a los potenciales usuarios sobre el proyecto

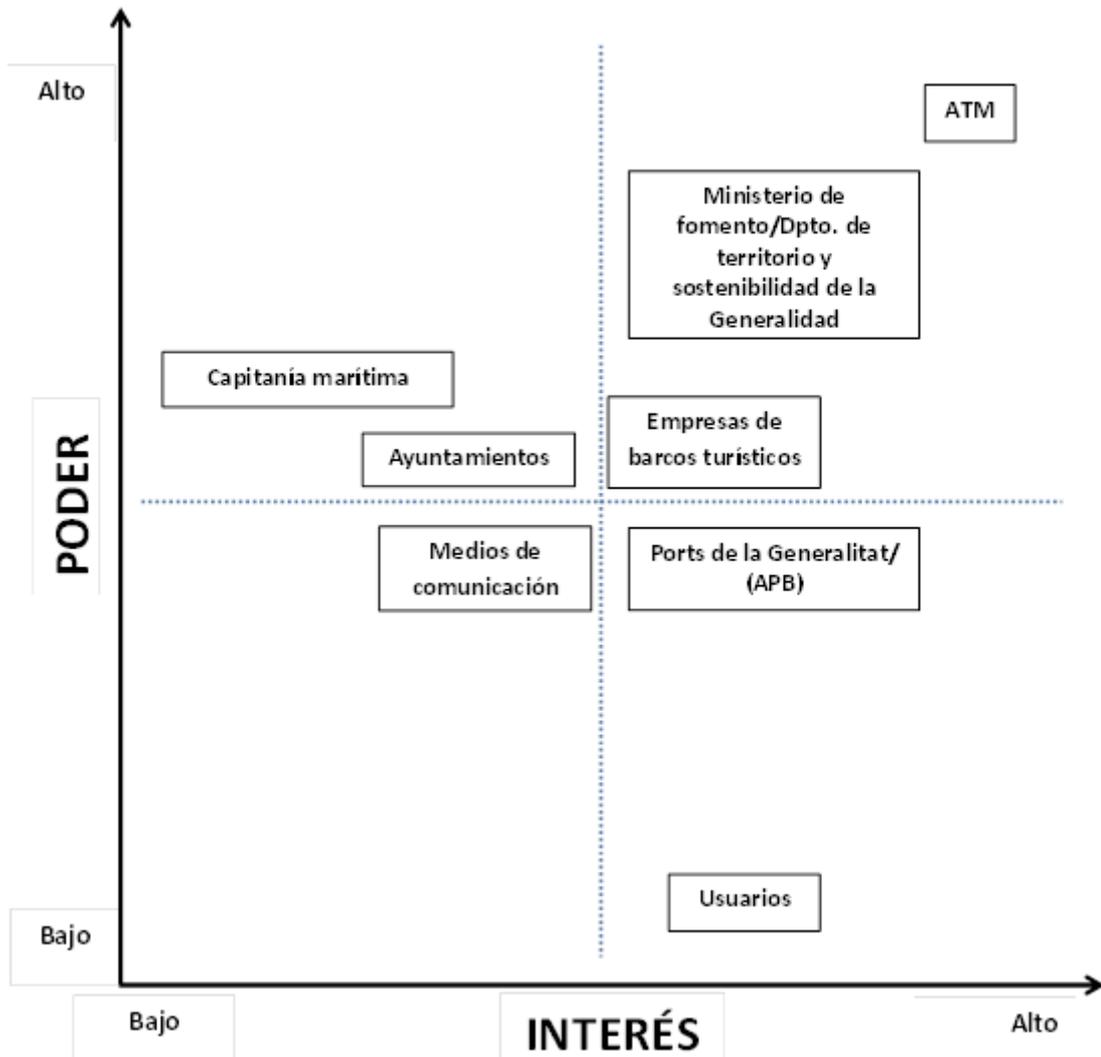


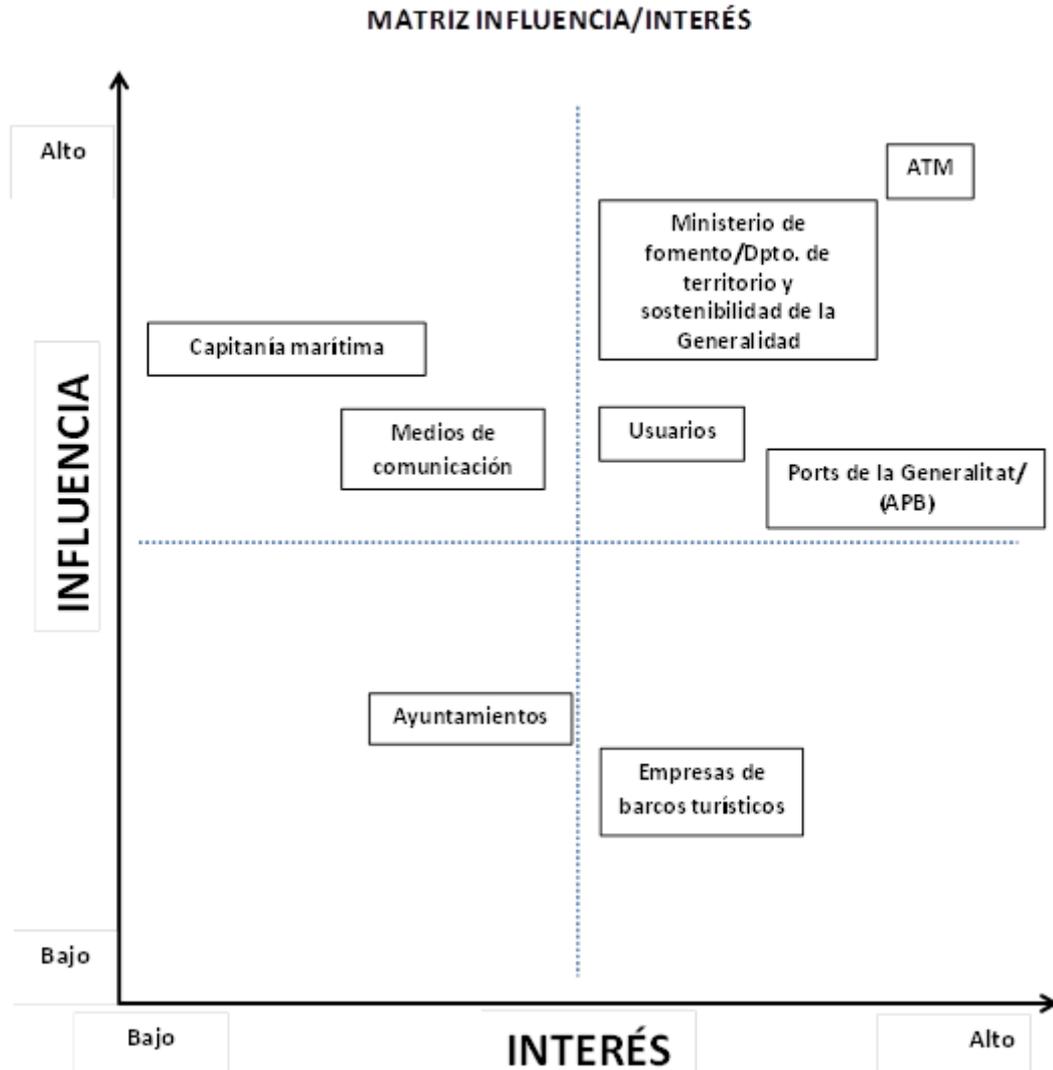
GolondrinBus. El equipo buscará diferentes medios de comunicación para llegar a los usuarios como periódicos nacionales, regionales y locales, social media y cadenas de televisión regionales y locales.

13.2 ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE LOS INTERESADOS

Una vez reconocidos todos los interesados, realizaremos varias matrices para poder clasificarlos y saber qué acciones tendremos que realizar en cada uno de ellos dependiendo en la posición donde estén ubicados:

MATRIZ PODER/INTERÉS





Como podemos ver hay algunos interesados que prácticamente no cambian de posición entre las matrices de influencia/interés y poder/interés. Estos serían ATM, Capitanía marítima y Ministerio de fomento/Dpto. de territorio y sostenibilidad de la Generalidad. Como dicho anteriormente, dependiendo del cuadrante donde esté colocado tendremos que llevar a cabo diferentes acciones con los interesados.

13.3 PLAN DE COMUNICACIÓN CON LOS INTERESADOS

En el proceso de desarrollar las estrategias de gestión de los interesados es importante saber de qué forma vamos actuar y comunicarnos con cada uno de ellos y porque nos vamos a comunicar con el interesado. Para ello hemos desarrollado la siguiente matriz:

INTERESADO	NIVEL DE INVOLUCRACIÓN		REQUISITOS DE COMUNICACIÓN	INFORMACIÓN	
	ACTUAL	DESEADO			
ATM	PARTIDARIO	LÍDER	Requisitos necesarios para diseñar el servicio.	Lenguaje	Formal
			Mantener ATM informado sobre el avance del proyecto	Formato	E-mail, informe y reuniones
				Nivel de detalle	Muy alto
				Frecuencia	Mensuales
EMPRESAS DE BARCOS TURÍSTICOS	DESCONOCIDO	PARTIDARIO	Presentar proyecto GolondrinBus.	Lenguaje	Formal
			Negociar colaboración y pre-acuerdo	Formato	E-mail, informe y visitas/reuniones
			Recopilar información técnica.	Nivel de detalle	Muy alto
				Frecuencia	Mensuales
AYUNTAMIENTO	DESCONOCIDO	A FAVOR	Presentar proyecto GolondrinBus.	Lenguaje	Formal
			Conocer requisitos para poder construir paradas en los puertos y navegar el GolondrinBus.	Formato	E-mail, informe y visitas
				Nivel de detalle	Alto
				Frecuencia	De forma puntual.

GENERALITAT	DESCONOCIDO	A FAVOR	Presentar proyecto GolondrinBus.	Lenguaje	Formal
			Conocer requisitos para poder construir paradas en los puertos y navegar el GolondrinBus.	Formato	E-mail, informes.
				Nivel de detalle	Alto
				Frecuencia	De forma puntual.
MINISTERIO DE FOMENTO	DESCONOCIDO	A FAVOR	Presentar proyecto GolondrinBus.	Lenguaje	Formal
			Conocer requisitos para poder construir paradas en los puertos y navegar el GolondrinBus.	Formato	E-mail, informes.
				Nivel de detalle	Alto
				Frecuencia	De forma puntual.
USUARIOS	DESCONOCIDO	PARTIDARIO	Encuesta de usuarios	Lenguaje	Formal/Informal
			Publicidad del servicio GolondrinBus	Formato	Encuesta, Publicidad,
				Nivel de detalle	Bajo
				Frecuencia	Al principio del proyecto bajo, pero en cuanto ATM ejecute el proyecto la frecuencia será alta por la campaña de marketing
PUERTOS	DESCONOCIDO	PARTIDARIO	Presentar proyecto GolondrinBus.	Lenguaje	Formal
			Recopilar información técnica.	Formato	E-mail, informes.

				Nivel de detalle	Alto
				Frecuencia	De forma puntual.
CAPITANIA MARITIMA	DESCONOCIDO	PARTIDARIO	Presentar proyecto GolondrinBus.	Lenguaje	Formal
			Conocer requisitos para poder construir paradas en los puertos y navegar el GolondrinBus.	Formato	E-mail, informes.
				Nivel de detalle	Alto
				Frecuencia	De forma puntual
MEDIA	DESCONOCIDO	A FAVOR	Difundir la existencia del (futuro) servicio GolondrinBus	Lenguaje	Formal/Informal
				Formato	E-mail, entrevistas
				Nivel de detalle	Bajo
				Frecuencia	Al principio del proyecto bajo, pero en cuanto ATM ejecute el proyecto la frecuencia será alta por la campaña de marketing