

10 GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

EQUIPO JUICE IN TIME

- Nora Fonseca Benharref (NF)
- Alicia Morató Biosca (AM)
- Laia Gil Claperà (LG)
- Marta Vila Kuklinski (MV)

REVISIÓN	FECHA	MODIFICACIÓN	REVISADO
001	05/06/18	Creación del documento	MV
002	17/06/18	Revisión del documento	AM
003	20/06/18	Revisión del documento	NF
004	21/06/18	Revisión del documento	LG
005	28/06/18	Revisión del documento	MV

ÍNDICE

10.1. PLAN DE GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	2
MATRIZ DE COMUNICACIONES	3

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. MATRIZ DE COMUNICACIONES	3
------------------------------------	---

Bloque 10. Gestión de la comunicación

10.1. Plan de gestión de las comunicaciones

Planificar la gestión de las comunicaciones es el proceso de construir un plan adecuado a las expectativas de los interesados y los activos de la organización ejecutante de proyecto acerca de la difusión de la información relativa al proyecto dentro y fuera de él.

No llevar a cabo este trabajo proactivo sobre qué necesitamos comunicar, a quién y en qué formato, resultará seguramente en malentendidos, difusión de falsos rumores, conflictos, etc., que pueden afectar al propio proyecto en todos sus ámbitos y a las personas involucradas.

Para determinar el plan de gestión de las comunicaciones, se utilizarán distintas técnicas y herramientas:

- Análisis de los Requisitos de Comunicación: lo que esperan los interesados sobre frecuencia, formato, etc., de la información a recibir es el factor esencial para que las comunicaciones en el proyecto funcionen.
- Tecnología de la comunicación: decidir cuáles son los formatos y canales más adecuados para comunicarse con los distintos interesados (reuniones, correos electrónicos, llamadas telefónicas, ...)
- Modelos de comunicación: se desarrollará un esquema que proporcione el contexto donde se produce la información, identificando el emisor, mensaje, receptor y el feedback.
- Métodos de comunicación: debemos diferenciar entre la comunicación interactiva (reuniones, conversaciones, conferencias, etc.) y, por otro lado, la comunicación Push (preparamos la información y la enviamos) en contraste con la comunicación Pull (se crean repositorios de información para que los interesados la recuperen a demanda).
- Reuniones: el director de proyecto y su equipo deben de preparar una estrategia y compartirla con los interesados sobre el calendario de reuniones, quienes atienden, información a compartir, formato, etc.

Descuidar el aspecto de las comunicaciones podría resultar en mayor riesgo de conflicto y fracaso del proyecto.

Para recoger el plan de comunicaciones el proyecto, se utilizará la siguiente plantilla conocida como la matriz de comunicaciones.

MATRIZ DE COMUNICACIONES

Destinatario(s)	Información Necesaria	Franja Temporal	Responsable	Formato
Cliente, CEOS, equipo de proyecto	Iniciación del proyecto (Acta constitución)	Una vez, al inicio del proyecto	PM	Documento PDF vía e-mail
Cliente, CEOS, equipo de proyecto	Iniciación del proyecto (recopilación Requisitos)	Una vez, al inicio del proyecto	PM	Documento PDF vía e-mail
Cliente, CEOS, equipo de proyecto	Planificación detallada del proyecto (plan de proyecto con alcance, tiempo y coste)	Una vez, al inicio del proyecto	PM	Documento PDF vía e-mail
CEOS, equipo de proyecto	Estado del proyecto (informe de rendimiento)	Semanal	PM	Documento PDF vía e-mail
Cliente	Estado del proyecto (informe de rendimiento)	Mensual	PM	Documento PDF vía e-mail
Cliente, CEOS, equipo de proyecto	Información detallada reuniones (Acta de reunión)	Semanal	PM	Documento PDF vía e-mail (firmado por asistentes)
Cliente, CEOS, equipo de proyecto, proveedores	Estado del proyecto (informe de rendimiento)	HITO (procesos y materiales verificados)	PM	Documento PDF vía e-mail
Cliente, CEOS, equipo de proyecto, proveedores	Estado del proyecto (informe de rendimiento)	HITO (cápsula diseñada)	PM	Documento PDF vía e-mail
Cliente, CEOS, equipo de proyecto, proveedores	Estado del proyecto (informe de rendimiento)	HITO (prototipo desarrollado y verificado)	PM	Documento PDF vía e-mail
Cliente, CEOS, equipo de proyecto, proveedores	Estado del proyecto (informe de rendimiento)	HITO (proyecto entregado)	PM	Documento PDF vía e-mail
Cliente, CEOS, equipo de proyecto, proveedores	Cierre del proyecto	Una vez, al cierre del proyecto	PM	Documento PDF vía e-mail (firmado por las distintas partes del proyecto)
Cliente, CEOS, Media	Nota de prensa	Una vez, a la finalización con éxito del proyecto	PM	Documento PDF vía e-mail

Figura 1. Matriz de comunicaciones

*Cliente se refiere a Nestlé y CEOs se refiere al equipo directivo de la empresa de innovación contratada por Nestlé para llevar a cabo este proyecto.