**Matriz de Comunicaciones**

**¿Qué es la matriz de comunicaciones?**

La matriz de comunicaciones es una herramienta de gestión que contiene una descripción detallada de todos los requisitos y necesidades de información de los participantes del proyecto y cuya responsabilidad de elaborar e implementar recae sobre el líder del proyecto.

La matriz es más que una lista de lo que el proyecto comunica; se trata de una estrategia que permite enfocar los recursos en las comunicaciones más importantes. Una buena matriz de comunicaciones permitirá al proyecto y a sus stakeholders recibir información práctica, confiable y sobre todo pertinente en relación con las necesidades de los diferentes involucrados que toman sus decisiones y forman sus opiniones con base en las comunicaciones que reciben.

La matriz de gestión de comunicaciones es creada, distribuida y mantenida de acuerdo a las decisiones hechas durante el proceso de planeación de la comunicación.

**Propósito e importancia de la matriz**

El propósito de la matriz de comunicaciones es definir los requerimientos de comunicación para el proyecto y cómo serán distribuidos. Una buena matriz define los siguientes aspectos:

* Los requerimientos de comunicación basados en los roles del proyecto.
* Qué información será comunicada.
* Cómo la información será comunicada.
* Cuándo será distribuida la información.
* Quién lleva a cabo la comunicación.
* Quién recibe la información.

La matriz de comunicaciones es una herramienta que juega un rol importantísimo dentro del proceso de gestión de la comunicación en los proyectos, puesto que asegura que toda la información sobre el proyecto cumpla con la calidad y amplitud adecuadas, y que llegue en el momento preciso a los diferentes stakeholders según sus requerimientos. Manteniendo a todos los involucrados en la misma línea, evitando desviaciones y rupturas durante el ciclo de vida del proyecto.

**¿Cómo se desarrolla una matriz de comunicaciones?**

Para desarrollar una matriz de comunicaciones, primero que nada el líder de proyecto debe determinar quiénes son los principales interesados y receptores de las comunicaciones del proyecto, comprender la información contenida en el cronograma para determinar los tiempos de entrega y las comunicaciones del proyecto, y finalmente conocer las obligaciones internas del proyecto para comunicar tanto a los niveles ejecutivos como a las otras entidades.

Una vez que el líder del proyecto conoce esta información, debe hacer uso de las herramientas y técnicas a su alcance para crear la matriz que esté acorde a las necesidades del proyecto y de la organización. Para el caso de la matriz de comunicaciones, la técnica recomendada es el análisis de requisitos de comunicación, la cuál implica identificar las necesidades de información de cada stakeholder, definiendo el tipo de datos y formatos necesarios para cada uno de ellos, formando así una estrategia que mantenga el interés de éstos en el proyecto.

Figura 1. Proceso de la matriz de comunicaciones

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Entradas | Herramientas y Técnicas | Salidas |
| * Matriz de stakeholders * Cronograma * Factores organizacionales | * Análisis de requisitos de comunicación | * Matriz de comunicaciones |

Es recomendable que la efectividad de la matriz sea evaluada regularmente para asegurar que es continuamente útil. Si la matriz no comunica adecuadamente la información que debería, hacia quién va dirigida, la manera en que debería ser comunicada y el momento en que debería ser emitida, entonces debe ser modificada. Cuando la matriz de comunicaciones se desarrolla y se usa de manera apropiada, esta se convierte en una importante herramienta de gestión de proyectos.

**Componentes de la matriz**

Una matriz de comunicaciones principalmente contiene los siguientes componentes:

* ¿Qué comunicamos? Es el mensaje principal, los datos y/o los temas específicos requeridos en la comunicación.
* ¿Por qué? Determina el por qué el proyecto debe enviar la información. En algunos casos será en cumplimiento de las obligaciones del proyecto, en otros, para apoyar las estrategias de manejo de relaciones con los diferentes stakeholders.
* Remitente/Destinatario. Indica el nombre de la persona o grupos que recibirán la comunicación.
* Método de comunicación. Describe el método a usar para enviar la información; por ejemplo, correo electrónico, presentaciones u otros medios que los interesados hayan definido como estándares, incluyendo los formatos de entrega.
* Responsabilidad. Indica el nombre de la persona o miembro del equipo que será responsable de:
* Preparar la información.
* Enviar la información.
* Solicitar, recibir y analizar la retroalimentación para un mejor proceso de comunicación.
* Tiempo. Señala los requerimientos que definen la frecuencia de la comunicación, esto incluye:
* Fecha de inicio del envío.
* Frecuencia del envío.

**Referencias**

* <http://www.brighthub.com/office/project-management/articles/33854.aspx>
* <http://www.projectmanagementdocs.com/templates/communications-management-plan.html>
* <http://www.1000ventures.com/business_guide/crosscuttings/project_communication.html>
* Rodolfo Siles, PMP y Ernesto Mondelo, PMP, Guía de Gestión de Proyectos para Resultados PM4R, 2ª edición, BID-INDES, 2012.