



POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

DIACONÍA MADRID

MARCO GENERAL DE LA POLÍTICA

Objetivo

La Política de Comunicación de Diaconía Madrid, establece directrices para que, mediante procesos de comunicación en sus diferentes ámbitos, se construyan y gestionen las relaciones internas y externas de la entidad con sus grupos de interés.

Declaración de compromiso

Diaconía Madrid fundamenta la comunicación en los principios de transparencia, coherencia, efectividad, oportunidad e inmediatez, como parte esencial de su misión y visión.



MARCO DE ACTUACIÓN

Con el propósito de lograr el cumplimiento del compromiso establecido por la Política de Comunicación, Diaconía Madrid:

1

Asegura el desarrollo de una estrategia de comunicación y procedimientos que garanticen la implementación de la presente política, de acuerdo con sus particularidades.

2

Interactúa con sus grupos de interés de una forma responsable, en concordancia con el direccionamiento estratégico de comunicación y teniendo en cuenta las necesidades y expectativas de cada uno de ellos.

3

Estimula el diálogo y la participación activa y positiva con sus entidades miembro, financiadores, empleados, colectivos beneficiarios, plataformas a las que pertenece y demás grupos de interés.

4

Asegura que la comunicación sea descendente, ascendente, horizontal, participativa, dialogante, evolutiva y flexible, clara y precisa, inmediata, permanente y coordinada.

5

Adopta y promueve el uso de las tecnologías de la información y comunicación, que incentiven la participación.

MARCO DE ACTUACIÓN

A vertical image on the left side of the page showing a close-up of a microphone grille with a fine, woven mesh pattern. The lighting is dramatic, with a strong blue and purple hue, creating a textured, almost abstract appearance.

6

Entiende que todas y todos tenemos algo para comunicar por lo que es fundamental que nos consideremos agentes de comunicación y estemos dispuestos a compartir la información con otros.

7

Promueve la comunicación interna del equipo como un proceso continuo, no un evento, ni una herramienta

8

Gestiona la comunicación externa en base a la selección de canales adecuados (redes sociales, nuevos medios digitales, Página web, boletín informativo, etc.) con el fin de divulgar ampliamente la información relevante que se produce al interior de la entidad.

9

Todos somos fuentes de información, para la comunicación externa, Diaconía Madrid debe contar con portavoces que estén comprometidos con la entidad y que estén en capacidad de compartir el mensaje que se desea transmitir.

10

Asegura que el área de Community Management y Diseño vele por el buen uso de la identidad visual de la organización.

RESPONSABLE DE LA POLÍTICA

La administración de seguimiento y control de esta política, está a cargo del área de Comunicación y Marketing Social. La implementación de la misma requiere un esfuerzo concertado con las áreas de Gestión, Proyectos y Voluntariado, que comparten la responsabilidad de aplicar los principios establecidos en esta política y los medios definidos en el Plan de Comunicación.



EVALUACIÓN Y MEJORA DE LA POLÍTICA

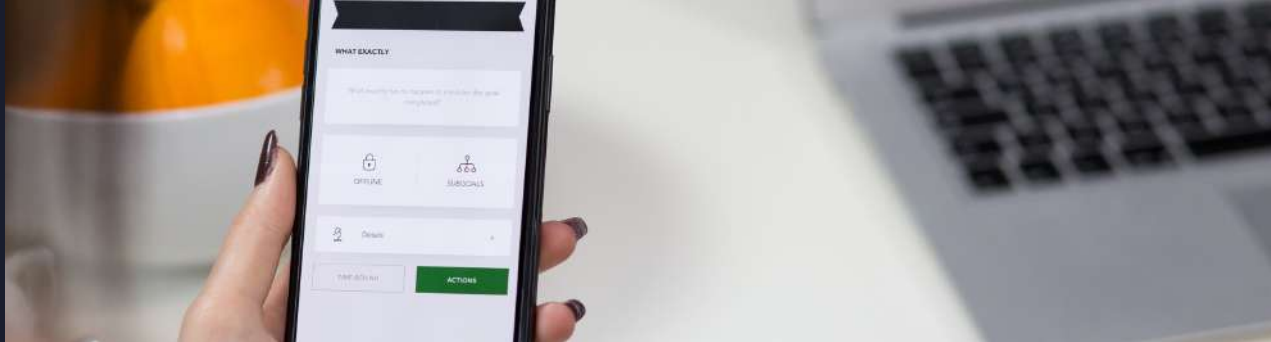
Esta política y cada uno de sus componentes son sujetos a mejora continua. El perfeccionamiento parte de los procesos de autoevaluación.

Es competencia de la oficina de Gestión de Calidad, en coordinación con el área de Comunicación y Marketing Social, liderar la evaluación permanente de la misma, así como la identificación de oportunidades de mejora.



A close-up photograph of a computer keyboard. The focus is on several keys that feature social media icons. A prominent blue key with a white lowercase 'f' (Facebook) is in the foreground. Above it, a red key with a white speech bubble icon (Twitter) is visible. To the right, a blue key with a white speech bubble icon (Twitter) is partially seen. Below the Facebook key, the word 'Facebook' is printed in white on the keyboard's surface. The background is slightly blurred, showing other keys and the texture of the keyboard.

CONCEPTOS APLICABLES



Comunicación

Es el proceso de transmitir ideas o símbolos que tienen el mismo significado para dos o más personas que intervienen en una interacción.

Comunicación descendente

Es la que parte de la Dirección hacia los demás niveles de la estructura y consiste en toda la información que ayude a los empleados a comprender mejor su propia función y la de sus compañeros, además de consensuar estrategias y resolver conflictos.

Comunicación ascendente

Aquella que se realiza hacia la Dirección con el fin de permitir conocer el clima laboral, facilitar la integración del equipo y contribuir en la creación de un clima adecuado.

Comunicación organizacional

Es el conjunto de acciones de comunicación interna y externa, que la entidad transmite a sus diferentes grupos de interés. La comunicación organizacional debe fundamentarse en una estrategia de comunicación y se caracteriza por ser dinámica, planificada, concreta y sujeta a una retroalimentación constante.

Comunicación dialogante

Corresponde a la comunicación de doble vía, que reconoce al interlocutor y permite la retroalimentación de las ideas que se comparten.

Comunicación evolutiva y flexible

Instrumento de gestión que permite la adaptación a las necesidades de sus públicos de interés así como la permanente actualización en los procesos de la entidad.

Comunicación externa

Dirigida a los grupos de interés externos.



Comunicación interna

Es la comunicación que se genera al interior de cada organización y tiene como propósito la difusión del direccionamiento estratégico, cultura y el mantenimiento de las buenas relaciones entre sus colaboradores.

Comunicación inmediata

Transmisión de la información al público de interés de manera rápida y concreta logrando una transferencia efectiva de la información.

Comunicación horizontal

Se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico al interior de la Organización. Su razón de ser es la integración de actividades y la coordinación de las personas.

Comunicación permanente

Hace referencia a la alta frecuencia en el flujo de información interna y externa.

Difusión

Alcance al que llega la transmisión de un mensaje.

Divulgación

Ejercicio de poner al alcance de determinadas audiencias un determinado mensaje.

Estrategia de comunicación

Es un curso de acción establecido de forma anticipada con la finalidad de lograr una percepción acorde con los objetivos estratégicos.

Reputación organizacional

Percepción positiva en los grupos de interés que es resultado de la gestión desarrollada a lo largo del tiempo por una organización.



DOCUMENTOS RELACIONADOS

Como guía para el desarrollo de la comunicación organizacional, se cuenta con los siguientes documentos de apoyo:

Plan de Comunicación Interno/Externo.
Plan Estratégico
Formatos de imagen organizacional.



Calle Pablo Serrano 9, posterior
28043 Madrid



913 820 549
679 998 441



info@diaconiamadrid.org



www.diaconiamadrid.org

Diaconía
Madrid