

Manual de procedimientos de comunicación



Manual de Procedimientos de Comunicación

Índice

1. ¿Qué es?	3
2. ¿Para qué sirve?	4
3. Objetivos	4
4. Referencias	4
5. Responsabilidad	5
6. Normas de actuación	5
- Relación con los medios de comunicación	5
- Notas y ruedas de prensa	6
- Organización de jornadas	6
- Creación/ difusión de campañas de comunicación.....	7
- Difusión de actividades	7
- Elaboración/ diseño de materiales corporativos	7
- Elaboración de materiales/ diseño básico	8
- Gestión de redes sociales	8
7. Indicadores	8
8. Otros	9

1. ¿Qué es?

El **procedimiento de comunicación** en el Grupo ABD sistematiza la producción de mensajes y la imagen de la entidad tanto en relación con la base social como con el público externo.

El **departamento de comunicación** se encarga de gestionar la información de la entidad de forma externa e interna a través de los canales que considera más adecuados para cada situación.

- La **comunicación interna** va dirigida a socios y socias de la entidad, profesionales, personas voluntarias, colaboradores/as, personas usuarias y sus familias...
- La **comunicación externa** va dirigida *a la opinión pública en general, medios de comunicación, instituciones, empresas y población sensibilizada como plataformas, federaciones o entidades* con las que colaboramos.

2. ¿Para qué sirve?

Al ser un **elemento transversal** de la organización, además de la administración de la información, el departamento de comunicación también se encarga de:

- Transformar la información en mensajes claros
- Proteger y consolidar la identidad corporativa
- Crear procesos comunicativos estándares

3. Objetivos

El **objetivo principal** del procedimiento es asegurar la creación de una imagen corporativa propia de entidad, así como promocionar su alcance en el sector social y la ciudadanía en general.

Los objetivos estructurales son:

- Empoderar la comunicación
- Mejorar el reconocimiento de los programas y servicios de la entidad

4. Referencias

- Plan estratégico ABD

- Plan estratégico comunicación
- Calendario anual campañas de comunicación
- Libro estilo (Logotipo)
- Registro demandas internas de comunicación
- Recopilaciones de prensa
- Reporte general de comunicación
- Registro peticiones medios de comunicación
- Indicadores de comunicación

**El alcance de la comunicación abarca a toda la entidad*

5. Responsabilidad

La responsabilidad recae en la **Dirección del Grupo ABD** y la **Dirección de Comunicación**

6. Normas de actuación

- Relación con los medios de comunicación

Al recibir una petición de prensa se deriva a comunicacio@abd-ong.org. Desde allí se traslada al Área correspondiente y se valora conjuntamente su aceptación. Todas las peticiones serán incluidas en el Registro de peticiones de medios.

Comunicación se encargará de:

- Enviar información corporativa de ABD y del servicio o programa
- La producción de la petición (logística, requerimientos técnicos, datos de soporte...)
- Acompañamiento del servicio en la producción periodística (soporte entrevistas, etc)

El servicio o programa implicado se encargará de:

- Proporcionar la información técnica (datos estadísticos, evidencias y opinión, etc.)
- Asegurar la presencia de profesionales expertos/as para las entrevistas, etc.
- Asegurar la presencia de testigos en caso de que lo requiera la petición.

Al finalizar la producción, Comunicación registrará la publicación en el Documento de Recopilación de prensa y el contacto del periodista o Medio en la base de datos de Medios de Comunicación.

- Notas y ruedas de prensa

Si desde algún servicio o programa se quiere realizar una nota o rueda de prensa para difundir una información a los Medios de Comunicación, se trabajará de la siguiente manera:

El responsable de la información, con la supervisión de la Dirección de Área, contactará con Comunicación ABD y se convocará una reunión para:

- Concretar el contenido que se desea difundir
- Concretar las acciones (notas de prensa, rueda de prensa, actividades de soporte, etc.)

Comunicación acompañará a los profesionales en la preparación del acto y organizará la acción: redacción y envío de nota de prensa, convocatoria de rueda de prensa, contactos con los medios de comunicación, etc. Si se reciben peticiones de prensa se aplicará lo que se dice en el punto anterior de las normas de comunicación.

**Para hacer una nota de prensa, debe avisarse a comunicación con un mínimo de un mes de antelación. Para ruedas de prensa, debe avisarse al menos dos meses antes.*

- Organización de jornadas

Cuando un servicio o programa quiera organizar una jornada, enviará un correo a Comunicación **90 días** antes del acto previsto especificando:

- Día, hora y lugar del acto
- Servicio o servicios en el que se enmarca el acto
- Breve descripción de la actividad
- Objetivo y alcance de la difusión a realizar (interna, externa, etc.)
- Existencia de material de difusión o necesidades de creación de material

Según **el alcance de la jornada** se planificará con el servicio/Área la difusión mediante:

- Boletines internos/externos
- Redes sociales
- Nota web ABD

- Notas y ruedas de prensa

Después del acto, los responsables de la actividad recopilarán y enviarán a Comunicación:

- Material gráfico (fotos, vídeos, etc.)
- Número de asistentes
- Relación de autoridades presentes
- Otras consideraciones importantes

- Creación/ difusión de campañas de comunicación

Si un servicio o programa quiere realizar una campaña de comunicación, deberá:

- Avisar a Comunicación con un mínimo de **3 meses de antelación**
- Rellenar la ficha ['Plantilla campañas de comunicación'](#)

Una vez recibida la información, desde el departamento de comunicación convocarán a **una reunión para concretar las acciones** a realizar.

- Difusión de actividades

Para la difusión de actividades que organicen desde los servicios o programas, o en las que participen profesionales de ABD, se deberá enviar un correo a comunicacio@abd-ong.org indicando:

- Nombre de la actividad
- Fecha y lugar (online)
- Servicio, programa o personas (con su cargo) que participan
- Descripción de la actividad (quien más ha participado, dónde se ha hecho, cómo se ha trabajado, por qué se ha hecho la actividad y con qué objetivo o motivación...)

Para la difusión de actividades ya realizadas, será necesario adjuntar las fotografías o videos de la actividad. Desde **el departamento de comunicación se valorará por qué canales se hará difusión.**

- Elaboración/ diseño de materiales corporativos

En caso de que desde los servicios o programa se edite material en nombre de ABD, se enviará a Comunicación que comprobará:

- Correcta aplicación del logotipo
- Correcta aplicación de la información básica de contacto de ABD
- Supervisión del diseño
- Corrección ortográfica
- Supervisión lenguaje de género y no discriminatorio

En caso de que se requiera el soporte de comunicación en la edición del material, se deberá pedir una reunión con Comunicación para concretar las necesidades. Esta petición deberá formularse con una antelación mínima de un mes.

- Elaboración de materiales/ diseño básico

En caso de que desde los servicios o programa se necesite material gráfico (imágenes, infografías, vídeos...) con un nivel de diseño básico en soporte digital se enviará un correo a comunicación indicando:

- Temática y contenido del acto, servicio o de la información a comunicar
- Volumen del material (número de páginas, formato, canales de difusión internos o externos...)
- Otros requerimientos de la imagen (logos, dimensiones...)

Para la edición de diseños básicos es necesario avisar con una antelación de una semana. En caso de vídeos, se necesitará al menos dos semanas. Para la edición de diseños más elaborados, se recomendará externalizar el servicio con las personas profesionales con las que se trabaja desde comunicación.

- Gestión de redes sociales

Si un programa o servicio quiere crear una cuenta en redes sociales, debe informar al departamento de comunicación, desde donde se valorará su idoneidad.

La persona responsable de gestionar las cuentas de redes sociales de un servicio o programa, puede consultar [la guía sobre la comunicación digital y la gestión de redes sociales](#) elaborada por el departamento de comunicación para Energy Control.

7. Indicadores

Para valorar el impacto y el resultado de las acciones de comunicación se tendrán en cuenta los siguientes indicadores:

- Número de sesiones web
- Número de visitas a páginas web
- Número de noticias publicadas en la web
- Número de personas a las que se llega a través de las redes sociales
- Número de publicaciones en redes sociales
- Número de seguidores/as en redes sociales
- Número de newsletters enviados
- Número de actos con cobertura informativa
- Número de proyectos difundidos
- Impactos en medios de comunicación
- Peticiones de comunicación interna
- Número de notas de prensa

8. Otros

Desde comunicación ponemos a disposición de los servicios y programas herramientas de uso profesional, bajo demanda previa.

Zoom para reuniones con personas externas o para webinarios

Es necesario contactar con comunicación indicando el día de la reunión y el formato para generar la reunión y valorar el funcionamiento de la misma.

Canva para diseño de materiales

Se debe hacer la demanda a comunicación argumentando que su uso sea necesario y habitual. Máximo 1 usuario/a por programa/servicio para garantizar el acceso a todos los programas/servicios.

Materiales corporativos a disposición:

- Video en catalán, español e inglés
- Plantillas ppt
- Presentaciones de la entidad ppt
- Logos solos o con lema
- Memorias impresas o en formato digital

