

PLAN DE COMUNICACIÓN



THAISMON
ASOCIACIÓN



Índice

1. Presentación del plan de comunicación	3
2. Misión y valores	5
3. Objetivos y metas	7
4. Análisis de la situación actual	9
5. Herramientas y estrategias de comunicación	12
5.1. Estrategias de mejora de la comunicación interna	13
5.2. Estrategias de mejora de la comunicación externa	16
6. Protocolo en situación de crisis	18
7. Seguimiento y evaluación	20
8. Conclusiones	22



1. Presentación del plan de comunicación

Asociación Thaismon desarrolla y trabaja constantemente en la realización de acciones para mejorar la comunicación y los canales utilizados para llevarla a cabo, tanto de forma interna como externa de la mejor forma posible.

Se ha tomado la decisión de llevar a cabo un Plan de Comunicación debido a que se han detectado una serie de necesidades que cubrir y con la finalidad de establecer una mejora significativa en la comunicación del personal que conforma Asociación Thaismon.

En este Plan de Comunicación, tal y como hemos comentado anteriormente, se busca cubrir una serie de necesidades como, por ejemplo:

- Establecer canales de comunicación claros y concisos para evitar la fuga y/o pérdida de información importante para el día a día de la Asociación.
- Identificar claramente a quién, de qué forma y mediante qué canal se debe informar de cada situación que surja en el día a día en Asociación Thaismon.
- Facilitar al personal herramientas y canales de comunicación acordes a las necesidades que presenten para que puedan dirigirse a la persona idónea para comentar su necesidad de una forma directa.
- Fijar canales de comunicación visibles y directos para el personal externo, con la finalidad de canalizar la información hacia cada departamento con la mayor agilidad posible, evitando la pérdida de información importante.



La comunicación como tal, podemos decir que se trata de un proceso de intercambio de información continuo, en este caso interno con el personal que conforma Asociación Thaismon y, externo con el resto de las personas que se relacionan con nosotros con algún motivo y/o interés común.

La comunicación interna, tal y como se ha descrito, se puede decir que se trata del proceso de intercambio de información con todos los miembros de la organización. Es necesario marcar los estándares idóneos y el camino a seguir para conseguir la comunicación idónea.

La comunicación externa es la que tiene que ver en como Asociación Thaismon se relaciona con el exterior y la imagen que se transmite de esta hacia el resto del mundo. Es un aspecto muy importante, ya que es vital para nuestra organización mostrar al público nuestra misión así como los valores que aportamos a la comunidad.

Por ello, en nuestra organización consideramos la comunicación interna como uno de nuestros pilares fundamentales para el buen funcionamiento de ésta. El correcto funcionamiento es esencial para poder desarrollar relaciones de trabajo, mejorar todos los procesos del personal de nuestra organización y, de esta forma, involucrar de una forma positiva al personal al sentir escuchadas sus voluntades y necesidades.

De otra forma, nos ayudará también a la consecución de los objetivos marcados con una buena toma de decisiones, lo que fortalecerá a la empresa en términos de innovación, eficiencia y clima organizacional.



2. Misión y valores

Las comunidades religiosas durante su vida han conocido la experiencia de una vocación dedicada a los demás, y llegado el momento se enfrentan a la vejez.

Envejecer es un proceso inevitable que no podemos cuestionar. Una vez llegados a la madurez, las capacidades físicas se degradan inexorablemente.

La etapa de la vejez muchas veces está asociada a la enfermedad. Esta situación puede quedar compensada en parte, fomentando la experiencia vital, la creatividad, la disponibilidad, la lucidez y la libertad de espíritu.

La medicina moderna ha aumentado la esperanza de vida al mismo tiempo que el periodo de enfermedad y sus altibajos, así como el periodo de dependencia, principalmente en las edades más avanzadas.

De un tiempo a esta parte, intentamos aumentar la esperanza de vida. Se constata también que las enfermedades crónicas y degenerativas causan cierta angustia y se interpretan como un síntoma de decadencia y deshumanización.

La solidaridad de las personas más cercanas dentro de una institución religiosa es muy importante en materia de dependencia, pues representa una forma privilegiada de profundizar en los lazos humanos. Pero el riesgo de agotamiento de estos colectivos en ausencia de profesionales bien formados se hace evidente.

En Asociación Thaismon, creemos que este soporte es necesario principalmente para mantener el espíritu vocacional de cada institución.

La dependencia de la vejez vinculada a una situación de enfermedad ya no será percibida como una decadencia sobre todo cuando los cuidadores y las atenciones recibidas se integren dentro de una relación de reciprocidad, de reconocimiento y de afecto.

Hoy en día, los cuidados paliativos han transformado profundamente nuestra mirada y nuestra actitud en relación con las personas en dependencia.



En Asociación Thaismon hacemos que las personas enfermas y dependientes se sientan vivas, aportando nuestra larga experiencia en el campo específico de la asistencia domiciliar a instituciones religiosas dentro del ámbito de los servicios de acompañamiento de las personas dependiente.

Nuestro sentido cristiano nos hace valorar profundamente que es necesario añadir a nuestra profesionalidad el respeto hacia unas congregaciones religiosas cuya vida está dedicada a un sentimiento de un amor y fraternidad que han dado sentido a su vocación.

Por todo ello, desde Thaismon, creemos poder aportar una valiosa experiencia para llenar un vacío que existe actualmente en muchas comunidades.

Thaismon proporciona la confianza necesaria a aquellas personas que a causa de su situación ya no pueden seguir el ritmo de vida de la comunidad. Todas ellas recibirán nuestro servicio profesional y nuestro soporte.



3. Objetivos y metas

Asociación Thaismon, con la realización de este Plan de Comunicación, tiene como objetivo principal la creación de una cultura de comunicación en la organización, en la que se incluya y se fomente la participación de todos los trabajadores de Asociación Thaismon. Para ello, consideramos necesario establecer los mejores canales y medios para transmitir la información y facilitar las herramientas necesarias para conseguir la mejor estrategia de comunicación organizacional tanto de forma interna como externa.

Por todo lo comentado, los objetivos dentro de este plan de comunicación serían:

1. Mejorar el sentimiento de pertenencia en Asociación Thaismon, fomentando la participación del personal en la toma de decisiones acordes a cada nivel dentro de la organización.
2. Facilitar la comunicación y establecer canales de comunicación entre los departamentos de la organización. La finalidad es mejorar los flujos de comunicación tanto vertical como horizontalmente en todos los departamentos y direcciones de Asociación Thaismon.
3. Mejorar la fluidez de la información entre las diferentes posiciones de la organización, estableciendo canales y herramientas necesarios para aumentar y mejorar la calidad de la transmisión de la información de forma horizontal y vertical entre los miembros de la organización.
4. Mantener informado a todo el personal sobre todos los aspectos que la Dirección de la empresa considere oportuno, facilitando información acorde a cada puesto de trabajo. De la misma manera, establecer canales correctos para comunicar políticas generales sobre las empresas, actividades, políticas sociales, entre otros aspectos a comunicar.



5. Facilitar herramientas a todo el personal con el objetivo de sensibilizar y hacer entender la importancia de la comunicación tanto interna como externa, con el objetivo de mejorar los procesos de comunicación y mejorar las relaciones entre departamentos y del personal que conforma Asociación Thaismon.
6. Fomentar la comunicación en la organización, con la finalidad de utilizar esta como un instrumento de medición de la calidad del trabajo.
7. Mejorar la comunicación de la Asociación con el personal externo, con la finalidad de fortalecer la imagen y reputación de la organización y, fidelizar los clientes actuales y atraer nuevas posibilidades de colaboración.
8. Identificar y mejorar los mejores canales de difusión de la comunicación interna basándonos en la sensibilización con la comunicación en nuestro personal.

La meta de la confección del Plan de Comunicación se basa en, establecer las directrices a seguir por parte de todo el personal de Asociación Thaismon, con la finalidad de conseguir que la información fluya de la mejor forma posible por toda la organización.

Por ello, es muy importante mediante este Plan de Comunicación establecer los canales y medios correctos entre todos los departamentos que conforman Asociación Thaismon para poder informar de forma clara y concisa entre los miembros de la organización.

Además, es muy importante establecer interlocutores claros dentro de la organización encargados de relacionarse con el personal externo, para conseguir una comunicación externa idónea y acorde a la imagen que se quiere facilitar por parte de Asociación Thaismon hacia el exterior.



4. Análisis de la situación actual

Actualmente, en Asociación Thaismon creemos necesario la realización de un Plan de Comunicación para poder afrontar las necesidades y trabajar en mejorar la comunicación entre los miembros de la organización.

Previamente a examinar las medidas a realizar, necesitamos realizar una evaluación del estado de la organización y analizar las características internas de la misma. De esta manera, las medidas a adoptar estarán adaptadas a la realidad actual de nuestra organización.

Para realizar el diagnóstico de la situación actual con relación a la Política Comunicativa dentro de Asociación Thaismon creemos que es idóneo hacerlo mediante un Análisis DAFO.

El análisis DAFO es un proceso que muestra las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de una organización. Este método analiza y evalúa todos los puntos fuertes y débiles de una institución, así como las posibles oportunidades de mejora y las amenazas tanto internas como externas que pueden surgir. En este caso, lo realizaremos basándonos solo en la política comunicativa.



Análisis DAFO

El objetivo de realizar un análisis DAFO es mostrar una imagen real de la situación actual de nuestra Asociación y, a partir de aquí, tomar decisiones estratégicas para la consecución de los objetivos fijados.

Debilidades:

- Fragmentación de la Asociación Thaismon en varias demarcaciones territoriales alrededor de la península.
- Falta de personal especializado en instrumentos de comunicación e información.

Amenazas:

- Los cambios acelerados en las tecnologías de la información y la comunicación deben alinearse con normativas sobre protección de datos y normativas de los usuarios.
- El constante avance de las tecnologías y la problemática de quedarse obsoletos si no nos preparamos y formamos para afrontar los cambios tecnológicos y de la información que vendrán en el futuro.



Fortalezas:

- Existencia de una Intranet corporativa con comunicación directa con Administración y Recursos Humanos.
- Estructura interna bien organizada y jerarquizada, lo que facilita la transmisión de la información interdepartamental.
- Incorporación reciente de un plan de acogida y todos los protocolos obligatorios que establece la normativa actual para nuevas empleadas, facilitando el *onboarding* del personal.

Oportunidades:

- La implementación de nuevas tecnologías puede mejorar la eficiencia y el alcance del mensaje.
- Oportunidades de mejora en la comunicación y los canales utilizados tanto de forma interna como externa, con la finalidad de obtener una comunicación más fluida y eficiente tanto de forma interna con todos los departamentos, como externa con nuestros clientes y proveedores.



5. Herramientas y estrategias de comunicación

De acuerdo con las conclusiones del diagnóstico de la situación actual de la comunicación interna en la organización y de los resultados del análisis DAFO presentado, es necesario establecer herramientas y estrategias que nos permitan conservar nuestras oportunidades y fortalezas para conseguir así ventajas comunicativas.

Los canales de comunicación usados actualmente de forma interna son los siguientes:

1. El correo electrónico es el medio más usado en la organización debido a las distancias geográficas entre los centros de trabajo y la idoneidad de este. Su capacidad para enviar archivos y de consultar conversaciones anteriores es vital para el desarrollo de las funciones del personal.
2. La llamada telefónica es usada también por el personal para tratar temas de menor importancia que los del correo electrónico. Tiene su función por su carácter más personal y su rapidez. Está utilizado excesivamente en materias de instrucciones y procedimientos formales, los cuales deberían tratarse únicamente por correo electrónico .
3. El WhatsApp también es un canal usado por el personal de la empresa por su inmediatez y su facilidad. Debido a la formalidad mínima requerida en un ambiente de trabajo ideal se considera que este medio debería usarse lo mínimo posible ya que existen medios más adecuados como el correo electrónico o por conversación telefónica.
4. La Intranet de Asociación Thaismon es el canal por donde se transmite documentación interna de carácter general. Aunque existe un canal de noticias para comunicar novedades al personal y un canal de denuncias, la Intranet es un canal que tiene potencial .



5.1. Estrategias de mejora de la comunicación interna

Desde Asociación Thaismon, una vez analizada la situación actual en nuestra organización sobre la comunicación interna, vemos la necesidad de actuar sobre el protocolo de comunicación que actualmente tenemos.

La finalidad de las actuaciones que pretendemos realizar con las nuevas estrategias sería la de optimizar los canales a nuestro alcance, para poder mejorar la comunicación entre todos los departamentos que conforman Asociación Thaismon.

Para ello, hemos establecido una serie de directrices y/o estrategias a seguir para la consecución de los nuevos objetivos planteados en este plan de comunicación, que mostramos a continuación:

- Designación clara de los canales que deben usarse para cada tipo de mensaje. Como se ha mencionado anteriormente, no cualquier canal sirve para enviar todo tipo de información. Los canales que deberían usarse son los siguientes:
 - Correo electrónico: Para el contacto entre los departamentos y/o centros de trabajo de la organización para la transmisión de información y datos de un carácter diario.
 - Firma digital: Utilizaremos este canal para un intercambio de información de un carácter más privado y/o legal, con la finalidad de evitar fugas de información importante para la empresa como, por ejemplo, la firma de toda la documentación contractual de las trabajadoras de Asociación Thaismon.

Asimismo, este canal es esencial para el cumplimiento de la legislación en materia de Protección de Datos.



- Conversación telefónica: Contacto entre departamentos con la finalidad de resolución de dudas y temas urgentes.

Este canal, tal y como hemos comentado anteriormente, debemos limitar su uso y acotar los temas a tratar mediante este y, temas que actualmente resolvemos por este medio redirigirlos hacía un canal más idóneo, como podría ser el correo electrónico, la intranet o bien, mediante reuniones presenciales o virtuales directamente con los miembros afectos a este tema.

- Intranet: Con este medio, buscamos ampliar la comunicación y relación con el personal que conforma Asociación Thaismon, con la finalidad de relacionarnos para toda la documentación del día a día con el personal.
 - Reunión presencial o virtual: Utilizaremos este canal, para establecer reuniones directas con el personal afecto a un tema, para poder afrontar de una forma más directa y dar resolución a la materia abordada en la reunión.
 - Canal ético: En la página web corporativa de Asociación Thaismon, se pone a disposición de todas/os las empleadas/os, el canal ético para que puedan tener un acceso fácil al uso de este.
- Ante la existencia de personal que no tiene las capacidades suficientes de empleo suficiente en materia de informática y ofimática, valoramos positivamente la formación del personal con estas carencias para una formación en ofimática básica y nuevas tecnologías, con la finalidad de poder utilizar los canales idóneos de comunicación planteados en este plan de comunicación.
 - Reuniones periódicas del personal para escuchar su *feedback* y/o *sugerencias* para mejorar la comunicación de la organización. Estas reuniones nos



permitirán fomentar el compromiso de las trabajadoras e identificar dificultades antes de que se conviertan en problemas mayores.

- Realización de encuestas anónimas para conocer la opinión de los empleados. Actualmente, son una herramienta esencial en el mundo laboral, ya que garantizan que los empleados puedan expresar sus opiniones y preocupaciones sin temor a ninguna represalia o reproche.
- Creación del foro dentro de la Intranet de la empresa. Permitirá al personal compartir información y discutir temas de interés sin tener que recurrir a correos electrónicos o a una llamada telefónica. El personal se sentirá más involucrado en la cultura de la empresa y agilizará la resolución de posibles problemas.



5.2. Estrategias de mejora de la comunicación externa

La comunicación externa es vital para el desarrollo de la imagen y reputación de las organizaciones con el entorno y establecer lazos con la comunidad. Permite fortalecer las alianzas tanto con clientes como con proveedores, así como de la obtención de nuevas oportunidades con nuevas empresas.

Para comunicarse de manera externa con el público general en la actualidad se utiliza solamente la página web. La comunicación externa no está siendo considerada con la importancia que merece y es un ámbito con mucho potencial por explorar. El impulso que pueden dar las redes sociales para revitalizar la imagen de una organización hacia el exterior es demasiado grande como para ignorarlo.

Por estos motivos mencionados, implementaremos una serie de medidas para realizar un avance significativo en esta materia.

- Creación de perfiles en redes sociales, las cuales son una gran herramienta para aumentar nuestra imagen de marca y difundir tus valores a la sociedad.

Las plataformas más interesantes para nuestro tipo de organización serían:

- Facebook
- Instagram
- Twitter / X
- YouTube

En estas plataformas podríamos compartir información general sobre nuestra organización, así como nuestra labor social y trabajo que venimos realizando como Asociación desde nuestros inicios.

- Actualización del diseño de la página web para mejorar la usabilidad por parte de los usuarios y ayudará a transmitir de forma óptima la información a los usuarios.



- Creación de videos y contenido visual que nos serán un gran apoyo a la hora de difundir nuestra contribución a la comunidad y cómo desarrollamos nuestra misión y valores.
Este contenido será esencial mostrarlo a través de nuestras redes sociales y poder difundir al público la labor social que realizamos como Asociación.
- Organización de eventos relacionados directamente con nuestro objetivo social, con la finalidad de poder concienciar a más personas sobre nuestras metas organizacionales y poder dar a conocer a un mayor público la marca “Asociación Thaismon”.
- Análisis de métricas y opiniones nos permitirá conocer el impacto de las redes sociales y el contenido publicado de nuestra organización. De esta manera, podremos valorar cómo mejorar nuestro *engagement* y qué tipo de contenido publicar.

Es importante que los mensajes enviados por la Asociación, tanto de forma interna como externa, hagan uso del lenguaje inclusivo. El lenguaje inclusivo es la manera de expresarse sin discriminar a un sexo, género social o identidad de género en particular y sin perpetuar estereotipos de género.

Nos será fundamental para promover la diversidad y la inclusión y fortalecerá la imagen corporativa, además de contribuir a una cultura organizacional más justa. Para el correcto uso del lenguaje inclusivo, se planearán formaciones de distintos tipos al personal responsable de comunicación, para que estos puedan concienciar al resto de personal sobre la importancia de utilizar este tipo de lenguaje y comunicación.



6. Protocolo en situación de crisis

Una crisis es un evento imprevisto que provoca inquietud entre las personas de una organización. Pueden ocurrir diferentes tipos de crisis, todas las cuales requieren una administración experta para mantener a la Asociación trabajando hacia sus objetivos. Es necesario que, en situaciones de esta índole, la organización se exprese de manera rápida, veraz y anticipadamente.

De esta forma, conseguiremos minimizar los riesgos y problemas que puedan surgir en determinadas circunstancias ya que estaríamos tratando con situaciones que, si no se corrigen, podrían tener un gran impacto en la imagen de la organización.

La preparación es un aspecto fundamental para evitar las situaciones extremas, para ello, el personal encargado deberá ejecutar un análisis de los riesgos posibles en la organización y medidas preventivas para tratar de impedirlos. El personal encargado de la comunicación deberá previamente realizar un diagnóstico de los tipos posibles de crisis y establecer una respuesta adaptada a cada tipo.

En caso de que la prevención fallase, se establecería un protocolo de situaciones de crisis donde se formaría un Comité. Este Comité sería el encargado de establecer las pautas y las directrices a seguir que variarían en función de las circunstancias.

El Comité de Crisis estaría formado por:

- Directora General.
- Director de RR.HH.
- Responsable jurídico.
- Coordinadora General.
- Técnico de Prevención de Riesgos Laborales.
- Trabajadoras Sociales.



Este Comité tendría las funciones de analizar el posible impacto potencial de la crisis en la organización, tanto en el aspecto reputacional como jurídico y activar las medidas adecuadas. Gestionará a los distintos equipos internos de la empresa, informado a las trabajadoras de la situación antes de emitir ningún comunicado externo.

Más tarde, se encargará de designar un portavoz oficial para tratar de evitar contradicciones en el mensaje y que este sea más claro y conciso. Será este portavoz el que se dirigirá al público general y a los clientes para aclarar sus dudas y dar explicaciones sobre la situación.

Al finalizar la crisis, será este mismo Comité el que se encargue de evaluar la imagen de la organización y los pasos a seguir para restaurarla. Además, se encargará de revisar los protocolos establecidos para valorar si se han seguido de forma correcta y si hubiese que modificarlos.



7. Seguimiento y evaluación

El seguimiento de la aplicación del Plan de Comunicación es, quizás, la parte más importante de este proyecto. Con esto queremos decir, es esencial que las medidas adoptadas en ese, así como todas las directrices y estrategias mencionadas en el Plan de Comunicación de Asociación Thaismon se continúen llevando a término siempre y no caiga en el olvido el uso correcto de la comunicación en nuestra organización.

Para ello, se designarán miembros por departamento y/o centro de trabajo, cuya finalidad será la de velar por la aplicación de estas medidas y la consecución de los objetivos establecidos en este.

Además, propondremos la realización de reuniones presenciales y virtuales entre estos miembros designados para que compartan información sobre estos temas y, puedan ayudarse con las dudas planteadas tanto por el personal hacia ellos, como las que les surjan en su día a día como miembros designados.

Para evaluar que se está siguiendo el plan de comunicación de manera correcta y que se están alcanzando los objetivos propuestos, se establecerán diversos sistemas de control dependiendo del objetivo a seguir. Se podrían añadir nuevas medidas si así se detectara que fuera necesario para cumplir las metas propuestas.

Sistemas de control de carácter interno:

- Informes anualizados: en estos se valorarán las medidas realizadas y qué objetivos se han alcanzado y cuáles no. Asimismo, establecerán qué medidas habrá que complementar para seguir mejorando. Estos informes serán elaborados por el responsable de comunicación pertinente.
- La designación de equipos o personas que se encarguen de ejecutar y supervisar el plan.
- Realización de reuniones periódicas de seguimiento entre el personal designado para evaluar la ejecución del plan y ajustarlo si esto lo consideraran necesario.



- Realización de encuestas internas al personal de forma anónima, para poder conocer de primera mano la opinión de las trabajadoras sobre el rumbo que toma la comunicación en nuestra organización.

Sistemas de control de carácter externo:

- Seguimiento de los canales externos de información para analizar cómo ha evolucionado la imagen de la organización de cara al público. Dependiendo de la evolución, se irán adaptando las medidas realizadas para progresar adecuadamente en la línea que la organización quiera tomar sobre su imagen hacia el exterior.
- Realización de encuestas a clientes y proveedores para conocer su perspectiva y opinión respecto a la imagen de la empresa.
- Control y actualización de la web corporativa de Asociación Thaismon, con la finalidad de ir adaptando las comunicaciones y la imagen que damos con esta hacia el personal externo y clientes de la organización.



8. Conclusiones

La comunicación interna constituye un aspecto fundamental que toda institución bien gestionada debe considerar, ya que favorece tanto el ambiente de trabajo como el desempeño de los empleados. Además, se debe ver la comunicación interna como una oportunidad para el intercambio entre los miembros de la organización.

El análisis llevado a cabo, junto con el cumplimiento de los objetivos específicos establecidos, a través de los resultados obtenidos, permite llegar a las siguientes conclusiones:

El presente Plan de Comunicación de Asociación Thaismon ha sido diseñado con el propósito de optimizar los procesos de comunicación interna y externa, garantizando un flujo de información eficiente y alineado con los valores y objetivos de la organización.

Tras el análisis de la situación actual, se ha identificado la necesidad de mejorar los canales de comunicación para evitar la dispersión de información, facilitar la coordinación entre departamentos y reforzar la identidad corporativa.

La implementación de estrategias concretas permitirá fortalecer la comunicación interna, promoviendo la participación activa de los empleados y su sentido de pertenencia dentro de la organización.

En cuanto a la comunicación externa, se reconoce la importancia de proyectar una imagen coherente y profesional hacia el público, clientes y colaboradores. La incorporación de nuevas herramientas digitales y la actualización de la estrategia en redes sociales permitirán ampliar el alcance y mejorar la percepción de Asociación Thaismon en su entorno.



El protocolo de crisis propuesto proporciona un marco sólido para la gestión de situaciones adversas, asegurando respuestas rápidas y coordinadas que minimicen el impacto en la reputación institucional.

Finalmente, el sistema de seguimiento y evaluación garantizará la mejora continua del plan, permitiendo ajustes y optimizaciones en función de los resultados obtenidos. La comunicación, entendida como un proceso dinámico, requiere de un compromiso constante por parte de todos los miembros de la organización para que sea efectiva y contribuya al crecimiento de la Asociación Thaismon.