



A) DECLARACIÓN

SPB persigue ser una compañía honesta y transparente y eso se traduce en sus comunicaciones. Toda comunicación acerca de SPB debe serlo igualmente, estar basada en información veraz y estar en consonancia con los valores corporativos y la estrategia empresarial.

La comunicación es una política transversal que cruza toda la empresa. Su objetivo principal es apoyar la estrategia de SPB proporcionando coherencia e integración entre los objetivos, los planes y las acciones de la dirección; y la difusión y gestión de la imagen y de la información.

B) BASES

La comunicación en la empresa es una necesidad diaria, debe realizarse de forma regular y controlada, sus resultados se muestran a largo plazo. Requiere de un seguimiento y control y por supuesto de una mejora constante.

- **Emisor o fuente:** es aquella persona que tiene capacidad para emitir un mensaje y lo transmite por medio de un canal a un receptor. Es la persona que se encuentra al inicio de la emisión.
- **Receptor:** es aquella persona o grupo que recibe el mensaje.
- **Código:** es la forma en la que se transmite la información. La existencia de un código implica que se ha de descifrar o decodificar el paquete de información que se transmite.
- **Mensaje:** es el contenido informativo que se traslada.
- **Canales:** es el medio físico a través del cual se transmite la información. Ejemplo: departamentos, mensajeros, internet, salas de juntas.

Las nuevas formas de relacionarnos han llevado a un nuevo paradigma de la comunicación, cuyos principios básicos son: comunicación más participativa; interpersonal; global (sin barreras de espacio ni fronteras); operativa (volcada a la acción) y para todo el mundo.

C) INSTAURACIÓN

Las comunicaciones en SPB se organizan en comunicaciones internas y externas.

Comunicaciones internas

Aplica a todas las comunicaciones que se dan entre los actores y/o públicos internos de SPB (tanto emisor como receptor pertenecen a SPB) que afectan a la compañía abarcando los canales, medios, mensajes, periodicidad, mecanismos de retroalimentación y análisis de impactos.

Comunicaciones externas

Aplica a todas las comunicaciones que se dan entre la organización y sus públicos externos objetivo que afectan a la compañía abarcando los canales, medios, mensajes, periodicidad, mecanismos de retroalimentación y análisis de impactos.

Miguel Burdeos
Ceste, 25 de junio de 2019