



# Comunicación



Mejorar la Comunicación Interna y Externa con todos los grupos de interés de la empresa.

**C E R C A**

PLAN ESTRATÉGICO 2017- 2020



PLAN ESTRATÉGICO 2017- 2020

# Comunicación

## 1. Mejora de Comunicación Interna

---

**1 proyecto**

## 2. Mejora de Comunicación Externa

---

**2 proyectos**

## 3. Grupo de trabajo Movilidad EMT

---

**1 proyecto**

# Comunicación

## 1. Mejora de Comunicación Interna

### 1.1 Plan de Comunicación Interna

#### ¿En qué consiste?

Una encuesta interna lanzada a finales del año 2015 con el título "Hablamos" puso de manifiesto las deficiencias en comunicación interna que existían en EMT. Los trabajadores consideraban, según esta encuesta, que no se les escucha ni se les informa adecuadamente de las decisiones que se toman en la empresa. Para revertir esta situación, nace el Plan de Comunicación Interna.

La Comunicación Interna es uno de los aspectos fundamentales para la correcta gestión de nuestra empresa. Este tipo de comunicación va dirigida, obviamente, a todos los integrantes de la organización. Sin embargo, la comunicación interna no debe ser un flujo desde la Dirección hacia los trabajadores de escalas inferiores, sino que debe ser una estrategia para conseguir una cohesión comunicativa entre todas las personas que forman parte de EMT.

El Plan de Comunicación Interna pretende dar coherencia a todas las acciones encaminadas a generar, fomentar o mejorar la comunicación dentro de nuestra organización. Este plan intenta mejorar los procesos productivos, el trabajo en equipo y que los empleados de EMT trabajen por la consecución de los mismos objetivos.

#### ¿Ya está funcionando?

Las primeras cinco fases o etapas del plan ya han sido desarrolladas.

En estos momentos, nos hallamos en la fase 6 ("Implantación del Plan de Comunicación Interna"). La primera acción de esta fase ha sido el lanzamiento de boletines informativos internos en soporte físico y digital, la remodelación del Portal del Empleado y la mejora de contenidos para canales de comunicación interna tales como el propio Portal Corporativo o Telegram.

## ¿Para qué sirve?

El Plan de Comunicación Interna tiene los siguientes objetivos:

- Retener el talento y conseguir el mejor capital humano posible.
- Motivar a los trabajadores. Los empleados necesitan ser conscientes de la importancia de su esfuerzo.
- Cohesionar el equipo. El clima laboral será mucho mejor y el trabajo es más productivo.
- Transmitir la misión, visión y valores de la organización. Si los trabajadores asumen como propia la cultura corporativa de la empresa, ésta tendrá en sus empleados su principal pilar y su mejor tarjeta de presentación. Los trabajadores son los mejores prescriptores. Si asumen los valores de la compañía como propios, los trabajadores serán los mejores defensores de la marca en cualquier situación.
- Evitar rumores que puedan perjudicar a la actividad empresarial. La conocida como comunicación de pasillo también forma parte de la gestión de la comunicación interna y uno de sus principales aliados es el rumor, que a su vez es uno de los principales enemigos de una política de comunicación interna de éxito. Evitarlo, identificarlo y combatirlo es esencial para poder llevar a cabo una política de comunicación transparente y eficaz.
- Conseguir inputs. La comunicación interna es clave para que los mandos directivos puedan conocer mejor y con mayor fiabilidad la realidad empresarial y de este modo contar con información precisa que les permita tomar decisiones con mayor acierto.

## Estructura del Proyecto

El Plan de Comunicación Interna se estructura en siete etapas o fases.

**Etapa 1:** Documentación y diseño del plan estratégico de comunicación interna.

**Etapa 2:** Análisis y reflexión sobre la realidad y estado de la comunicación interna en EMT; sobre el clima interno; sobre la cultura actual de la organización, y sobre la política informativa.

**Etapa 3:** Formulación de objetivos.

**Etapa 4:** Planteamiento estratégico.

**Etapa 5:** Proceso de comunicación.

**Etapa 6:** Implantación.

**Etapa 7:** Seguimiento y mejora continua.

Área responsable **Dirección de Comunicación y Consultoría**

# Comunicación

# Comunicación

## 2. Mejora de la Comunicación Externa

### 2.1 Comunicación Servicios

#### ¿En qué consiste?

El Plan de Comunicación Externa de EMT consiste en una herramienta que pretende informar a los usuarios y a la ciudadanía de los servicios que presta la empresa, así como de sus características y beneficios para la ciudad y para los ciudadanos. Se trata de poner de relieve los principales hitos informativos que EMT genera a lo largo de un determinado periodo de tiempo con el ánimo de enfocar la atención de los medios de comunicación y, por tanto, de la opinión pública, en nuestra empresa de una forma sostenida y prolongada a lo largo de dicho periodo.

Con las acciones informativas y comunicativas previstas en el Plan de Comunicación Externa, se pretende dar relevancia a EMT en los medios de comunicación y, por ende, reforzar la imagen de nuestra empresa entre la ciudadanía y los diferentes sectores de la sociedad.

Este Plan pretende, asimismo, consolidar la imagen de nuestra empresa; afianzar el nombre y la marca de EMT y poner de relieve la importancia de la empresa en el funcionamiento de la ciudad y su papel como 'buque insignia' del transporte urbano de superficie y la movilidad en general a nivel europeo.

Finalmente, el Plan de Comunicación Externa tiene como objetivo destacado dar cabida a los nuevos servicios que EMT presta desde 2014 por añadidura al de Autobuses: Aparcamientos, Grúa, BiciMAD, Teleférico y Consultoría.

#### ¿Ya está funcionando?

Un Plan de Comunicación Externa es una herramienta viva que está en funcionamiento desde el mismo momento en que se diseña y considerando que incluye un calendario o programa de acciones que se van desarrollando durante todo su periodo de vigencia.

Las acciones que se han venido desarrollando, en virtud de lo programado en el Plan y en función de los diferentes hitos informativos son las siguientes: inauguraciones, presentaciones, ruedas de prensa, notas y dossieres de prensa, visitas técnicas, jornadas técnicas.

En todo caso, hay que tener en cuenta que, como tal herramienta viva, y teniendo en cuenta que la actualidad y la realidad informativa no son elementos rígidos, el Plan de Comunicación experimenta constantes actualizaciones y modificaciones a lo largo de su vigencia.

## ¿Para qué sirve?

El Plan de Comunicación Externa sirve para definir la estrategia informativa y comunicativa de EMT durante un periodo de tiempo definido y para fijar los diferentes mensajes que se quieren transmitir a los usuarios y a la ciudadanía. Los mensajes definidos en el vigente Plan de Comunicación son los siguientes:

- EMT y el Plan A de Calidad del Aire y Cambio Climático.
- Futuro y evolución de EMT: objetivo 2020.
- Electrificación de EMT.
- EMT como operador global de la movilidad de superficie en Madrid.
- Nuevas líneas de negocio y nuevas actividades de EMT.
- EMT y la movilidad como servicio (MaaS-Mobility as a Service).
- EMT como líder tecnológico y pionero en innovación.
- EMT tiene una importancia vital para la movilidad de Madrid.
- EMT es algo más que autobuses: nuevos servicios que presta EMT (Grúa, Aparcamientos, BiciMAD y Teleférico).
- Sostenibilidad y Medio Ambiente: EMT y su papel en la implantación de Madrid Central y la lucha contra la contaminación atmosférica.

Este Plan sirve, asimismo, para consolidar y fortalecer la imagen de EMT; afianzar el nombre y la marca de EMT y poner de relieve la importancia de la empresa en el funcionamiento de la ciudad y su papel como 'buque insignia' del transporte urbano de superficie y la movilidad en general a nivel europeo. Asimismo, debe servir a los siguientes efectos:

- Homogeneizar la imagen de EMT y sus diversas actividades.
- Lograr que la ciudadanía tenga una visión unitaria e integradora de todos los servicios de movilidad que explota EMT.
- Reafirmar el papel de EMT como operador global de movilidad y como principal facilitador de una mejor movilidad y una mayor sostenibilidad en la ciudad de Madrid.

## Datos cuantitativos

En 2018, en función del Plan de Comunicación, se han ejecutado las siguientes acciones:

97 notas de prensa, 9 dossiers de prensa, 3 jornadas técnicas, 19 visitas técnicas, 6 presentaciones de prensa, 3 ruedas de prensa y 2 inauguraciones.

## Estructura del proyecto

El Plan de Comunicación se ha estructurado en acciones trimestrales en función del calendario previsto de hitos EMT susceptibles de ser comunicados.

Área responsable **Dirección de Comunicación y Consultoría**

# Comunicación

# Comunicación

## 2. Mejora de la Comunicación Externa

### 2.2 Relaciones Institucionales

#### ¿En qué consiste?

Se trata de convenios de colaboración docente sobre estudios e investigación con distintas Universidades Públicas para potenciar los conocimientos en diferentes líneas de actuación y objetivos estratégicos en EMT.

#### ¿Para qué sirve?

Para la potenciación de las áreas estratégicas de EMT relacionados con el transporte y la movilidad y busca:

- Proyectos de investigación y desarrollo colaborativos.
- Difusión y transferencias de conocimiento.
- Apoyo mediante becas y/o premios a la realización de Tesis Doctorales o Pre-doctorales, Trabajos Fin de Master y Trabajos Fin de Grado.
- Proyectos de investigación competitiva nacionales e internacionales.
- Realización de jornadas de carácter nacional o internacional.
- Cursos de formación especializada.
- Publicaciones sobre temas de interés.

#### Datos cuantitativos

El objetivo en 2018 fue celebrar diferentes convenios de colaboración docente e investigadora con instituciones universitarias para complementar el conocimiento en EMT en distintas áreas estratégicas. El proyecto se enmarca en el trienio 2019 - 2021 con una dotación de 110.000 € anuales.

## Características particulares

Se han comenzado tres nuevos convenios concretos en el campo de la investigación:

- Cátedra con la Universidad Politécnica de Madrid sobre vehículo eléctrico y autónomo.
- Cátedra con la Universidad Complutense de Madrid sobre estudios de movilidad ciclista en la ciudad de Madrid.
- Aula con la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) con proyectos de investigación sobre modelos dinámicos de calidad del aire.

Área responsable **Subdirección de Servicios Generales**

U N I V E R S I D A D  
C O M P L U T E N S E  
M A D R I D



POLITÉCNICA

UNED

Comunicación

# Comunicación

## 3. Mejora de la Comunicación Externa

### 3.1 Creación y Acciones Grupo de Trabajo

#### ¿En qué consiste?

Se trata de un foro de debate, creado por iniciativa de EMT, que tiene como objetivo tratar con Colectivos Ciudadanos y la Administración Pública los distintos temas sobre transporte y movilidad que afectan de forma generalizada a las ciudades y más particularmente a Madrid.

#### ¿Ya está funcionando?

El proyecto se encuentra iniciado en mayo 2018 y con una actividad permanente.

#### ¿Para qué sirve?

Para la concienciación ciudadana sobre distintos temas de movilidad, generación de conocimiento y debate entre los distintos puntos de vista con técnicos y responsables de cada temática tratada.

## Datos cuantitativos

Durante 2018 se han celebrado tres sesiones sobre movilidad ciclista, Vehículos de Movilidad Personal (VMP) y accesos a la Ciudad por la A5.

**Junio de 2018.** “El impacto de la movilidad ciclista en la Ciudad de Madrid y Ciudad de México”.

**Octubre de 2018.** “El papel de los nuevos vehículos de movilidad personal en la Ciudad”.

**Diciembre de 2018.** “La transformación urbana de la A5 (Carretera de Extremadura) en el Distrito de Latina”.

## Estructura del proyecto

Foro de opinión y debate donde intervienen colectivos ciudadanos afectados, responsables del Ayuntamiento de Madrid y otras Administraciones Públicas, así como ciudadanía en general.

La actividad se realiza en el Salón de Actos de los servicios centrales de EMT en C/ Cerro de la Plata, 4 de Madrid.

Áreas responsables **Dirección de Comunicación y Consultoría  
Subdirección de Servicios Generales**



**MADRID** *se mueve*

EL DESAFÍO DE LA MOVILIDAD A DEBATE

**Comunicación**