



**POLÍTICA DE  
COMUNICACIÓN  
RESPONSIBLE Y  
TRANSPARENTE**

DLF-POL-COM-001 VERSIÓN 1.0.

## POLÍTICA DE COMUNICACIÓN RESPONSABLE Y TRANSPARENTE

**Código del Documento:** DLF-POL-COM-001

**Versión:** 1.0

**Fecha:** 03/02/2026

**Propietario:** Dirección de Marketing & Comunicación

**Estado:** Vigente

**Próxima revisión:** Bienal (o antes si hay cambios relevantes)

### CONTENIDO

1. PROPÓSITO .....	1
2. ALCANCE .....	2
5. NORMAS OPERATIVAS .....	3
6. INDICADORES Y SEGUIMIENTO .....	3
7. REVISIÓN DE POLÍTICA Y MEJORA CONTINUA .....	3
8. INTEGRACIONES NORMATIVAS .....	3
9. DOCUMENTOS RELACIONADOS .....	4
10. REVISIÓN Y MEJORA CONTINUA .....	4
11. HISTÓRICO DE MODIFICACIONES .....	4
12. FIRMA DE VALIDACIÓN Y APROBACIÓN .....	4

### 1. PROPÓSITO

Establecer los **principios y compromisos** que rigen toda la comunicación de **DLF International Movers** para asegurar que sea **veraz, accesible, oportuna, ética y coherente** con la normativa y con nuestras metas de calidad, sostenibilidad (ESG) y servicio al cliente. La política se aplica a comunicaciones **internas y externas** (web, RRSS, campañas, notas, atención al cliente, partners/agentes, proveedores y medios).

#### Alineación normativa:

- **FAIM 3.4:** refuerzo en **Customer Feedback & Complaints (MS7.1/7.2)** y **Supply Chain** (coherencia con instrucciones a terceros); integración con comunicación de crisis del **BCP**.
- **ISO 9001:** enfoque al cliente, gestión de la información documentada y comunicación eficaz.
- **ESG/EcoVadis:** transparencia y ética en las comunicaciones corporativas.



## 2. ALCANCE

Obligatoria para toda comunicación de DLF, incluyendo:

- **Corporativa y comercial** (web, blog, RRSS, campañas, presentaciones y propuestas).
- **Operativa** (instrucciones a proveedores/terceros, avisos a clientes/Bookers y agentes FIDI/IAM/LACMA).
- **Atención al cliente** (reseñas, NPS, reclamaciones y su respuesta).
- **Crisis** (según BCP: activación, mensajes y portavoces).

## 3. PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA

1. **Veracidad y exactitud:** mensajes basados en hechos verificables, sin omisiones que induzcan a error.
2. **Accesibilidad y claridad:** lenguaje comprensible; cuando aplique, versión **bilingüe** (ES/EN) para públicos internacionales.
3. **Coherencia y consistencia:** alineada con el **Plan de Transparencia** y con los **objetivos de calidad y ESG**; homogeneidad de mensajes en todos los canales.
4. **Oportunidad (timing):** respuesta ágil a reseñas, quejas e incidencias (según PM-FB-02 y **Reclamaciones/AC-01**).
5. **Ética y cumplimiento:** respeto a la **privacidad (GDPR)**, **antitrust** y **anticorrupción**; nunca promesas no realizables ni comparativas desleales.
6. **Trazabilidad y registro:** conservación de evidencias clave (mensajes de campaña, instrucciones a proveedores, actas y aprobaciones) como **información documentada**.
7. **Mejora continua:** uso de feedback/quejas para **ajustar mensajes y procesos** al menos **semestralmente** (MS7.1/7.2).

## 4. GOBIERNO, ROLES Y RESPONSABILIDADES

- **Dirección de Marketing & Comunicación (owner):** custodiar esta política, validar mensajes sensibles, coordinar campañas y portavoces, y asegurar coherencia con el Plan de Transparencia.
- **Calidad (PM-FB-02 / Reclamaciones):** canaliza feedback/NPS/reclamaciones, alimenta mejoras en mensajes y tono, y documenta AC-01 cuando proceda.
- **Dirección Corporativa/BCP (Crisis):** activa y aprueba la comunicación en crisis (interno/externo/medios), según BCP.
- **Compras/Proveedores:** vela porque las instrucciones a terceros sean claras, trazables y respeten la política (MS3.1/3.2, continuidad con alternos).
- **RRHH/PRL:** valida contenidos de seguridad/PRL y campañas internas.



- **IT/Privacidad:** avala mensajes que incluyan datos o implicaciones GDPR y soporta trazabilidad (evidencias digitales).

## 5. NORMAS OPERATIVAS

### 5.1. Aprobaciones y control documental

- Toda campaña o nota relevante debe contar con **aprobación** del owner y, si aplica, de Dirección (especialmente en crisis).
- Se **archivan** los materiales finales y briefings en el repositorio corporativo (SharePoint/Teams) con metadatos (estado, fecha, propietario).

### 5.2. Gestión de reseñas/quejas (MS7)

- **Reseñas/NPS:** respuesta **ágil** ( $\leq 24-48$  h laborales) y trazable; escalado a Reclamaciones si procede (AC-01).
- **Análisis semestral** de feedback/quejas para orientar **mensajes y contenidos** (MS7.1/7.2)

### 5.3. Comunicación con agentes/proveedores

- **Instrucciones escritas** claras, confirmación de recepción y archivo; coherentes con el **Procedimiento de Instrucciones a Proveedores** y con el **Procedimiento de Terceros Críticos** (MS3.1/3.2).

### 5.4. Crisis y contingencias (BCP)

- Mensajes internos y externos coordinados por Dirección/owner; canales alternativos si el email está caído; registro de comunicaciones clave para post-mortem.

## 6. INDICADORES Y SEGUIMIENTO

- **% de reseñas respondidas en  $\leq 48$  h** (objetivo  $\geq 90\%$ ).
- **Nº de AC-01** originadas por comunicación y % cerradas en plazo.
- **Trazabilidad:** % de campañas con aprobaciones y evidencias archivadas.

## 7. REVISIÓN DE POLÍTICA Y MEJORA CONTINUA

**Bienal** o tras cambios normativos/significativos; incluye input del análisis semestral de feedback (MS7).

## 8. INTEGRACIONES NORMATIVAS

Esta Política de Comunicación Responsable y Transparente se integra de forma explícita con los requisitos de:

- **FAIM 3.4:** MS7 (gestión de feedback y quejas), MS3.1/3.2 (terceros críticos), FD5.9 (seguridad de la información) y FD5.10 (continuidad y comunicación en crisis).



- **ISO 9001:** enfoque al cliente, comunicación interna/externa y control de información documentada.
- **ISO 14001:** comunicación ambiental y emergencias ambientales (relacionado con Anexo F del BCP).
- **ISO 45001:** comunicación en materia de salud y seguridad laboral.
- **GDPR:** comunicación responsable con datos personales, minimización y transparencia.
- **ESG/EcoVadis:** ética, transparencia, responsabilidad ambiental y social.

**DLF** asegura que toda comunicación, interna o externa, se realiza conforme a estos marcos normativos y se mantiene como información documentada controlada.

## 9. DOCUMENTOS RELACIONADOS

- **DLF-GOB-PLAN-001:** BCP plan de comunicación en crisis
- **DLF-CAL-PM-002:** PM-FB-02 gestión de feedback cliente) y Reclamaciones/AC-01 (mejora continua)
- **DLF-GOB-PROC-001:** RMP riesgos reputacionales
- **DLF-COM-PLAN-001:** Plan de Transparencia en la Comunicación (marco estratégico), referenciado en el Mapa Maestro como plan operativo ya existente.

## 10. REVISIÓN Y MEJORA CONTINUA

Esta política se revisará en el marco del **ciclo de revisión y mejora continua** del sistema de gestión de **DLF**, considerando:

- resultados del análisis semestral de feedback y quejas (MS7),
- análisis de riesgos y oportunidades (RMP)
- lecciones aprendidas del BCP (post-incidente)
- cambios documentados en la matriz de planificación de cambios

Revisión mínima: **bienal**, o antes si hay cambios normativos, incidentes, crisis reputacional o mejoras relevantes en el sistema.

## 11. HISTÓRICO DE MODIFICACIONES

- **02 – 2026:** Creación inicial de la Política

Versión	Fecha	Cambios Realizados	Elaborado/Revisado por
1.0	03/02/2026	Creación inicial de la Política Corporativa	Responsable MKT & Com

## 12. FIRMA DE VALIDACIÓN Y APROBACIÓN

**Elaborado por:** Responsable de Marketing, Comunicación y RSC

**Revisado y aprobado por:** Dirección Corporativa e Internacional

**Fecha de implantación:** A partir del 3 de Febrero de 2026





Fdo.: Juan Carlos De La Fuente  
CEO De La Fuente International Movers S.L.

Revisado y actualizada en Valdemoro a 03 de febrero de 2026.

**Cláusula de Confidencialidad y Propiedad:**  
Este documento es propiedad de DE LA FUENTE INTERNATIONAL MOVERS, S.L.  
Su contenido es confidencial y está sujeto a las políticas de control documental de la empresa. No reproducir sin autorización.

