



**PLAN DE COMUNICACIÓN  
INTERNA Y EXTERNA**



RIOD  
Antonia Lancha 50  
28019, Madrid  
[riod@riod.org](mailto:riod@riod.org)  
[www.riod.org](http://www.riod.org)

# Índice

Contextualización y Valores .....	3
Definición de objetivos .....	4
Público objetivo .....	5
El mensaje y estilos comunicativos.....	6
Canales de comunicación y acciones concretas .....	8
Presupuesto .....	13
Sistemas de control y Evaluación de Plan de Comunicación .....	13

## Contextualización y Valores

La RIOD (Red Iberoamericana de ONG que trabajan en Drogas y Adicciones) nace en 1998 y se constituye legalmente en 1999, a iniciativa de la Delegación del Gobierno de España para el Plan Nacional sobre Drogas y la Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas de la Organización de los Estados Americanos (CICAD-OEA), y con el apoyo financiero de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), para dar respuesta a necesidades hasta el momento no cubiertas en el ámbito de las drogas, promoviendo el encuentro y el debate sobre las políticas públicas y la complementariedad entre las administraciones y las entidades sociales.

La RIOD agrupa a las principales ONG iberoamericanas, entre las que se encuentran 3 plataformas (FONGA, FLACT y UNAD), participando así cerca de 1.000 entidades en la red procedentes de toda América Latina y España que trabajan en el ámbito de las drogas y las adicciones, tanto en materia de prevención, como de tratamiento, inserción, investigación e incidencia política. Desde el año 2016, la RIOD es Entidad con Estatus Consultivo Especial ante el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas (ECOSOC).

### Misión

Desde un enfoque de Derechos Humanos, incidir en las políticas públicas y los problemas relacionados con el consumo de drogas y las adicciones, a través del fortalecimiento de las organizaciones de la sociedad civil.

### Visión

Una red consolidada que sea un referente en el fenómeno global de las drogas para la construcción de políticas sociales desde la Sociedad Civil y con capacidad de diálogo con los estados y organismos internacionales, para responder a las necesidades y realidades que surgen desde la diversidad de los pueblos de Iberoamérica.

El Plan de Comunicación de RIOD es un documento que recoge las estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar la RIOD. Este Plan, además, implica el seguimiento y la evaluación permanente de los procesos de comunicación, reorientando constantemente las actividades y prioridades, buscando una mayor eficiencia y calidad. Los valores que rigen e inspiran el desempeño de nuestra tarea son:



#### Integralidad

Abordaje bio-psico-social y educativo del consumo problemático de las drogas



#### Multiculturalidad

América Latina es un subcontinente en el que conviven diferentes culturas que la RIOD define y tiene en cuenta



#### Transparencia

Los fines, los procedimientos y las cuentas de RIOD serán públicos



#### Antropocentrismo

El ser humano en el centro de todas las estrategias, planes y programas



#### Corresponsabilidad

Los problemas asociados al consumo de drogas son responsabilidad de todos: ciudadanía, gobiernos, instituciones

## Definición de objetivos

COMUNICACIÓN EXTERNA	
Objetivo General	Objetivos Específicos
Difundir el posicionamiento de RIOD en el ámbito de las drogas y las adicciones visibilizando el trabajo que realizan las ONG que la conforman	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Consolidar a la RIOD como una organización de referencia en el ámbito de las drogas y las adicciones, en base a un posicionamiento consensado de las ONG que la conforman.</li> <li>▪ Incrementar la incidencia de la RIOD en las políticas públicas relativas al ámbito de las drogas, fomentando su participación en espacios de debate y reflexión internacionales, nacionales, y regionales.</li> <li>▪ Mejorar la calidad del contenido de informaciones/formaciones sobre drogas, basado en evidencias y Buenas Prácticas, y no en posicionamientos morales, religiosos o políticos.</li> <li>▪ Involucrar a los medios de comunicación en los temas de salud en general, y de consumo problemático de drogas en particular.</li> <li>▪ Reducir la exclusión social de las personas y comunidades afectadas por el uso problemático de drogas.</li> <li>▪ Buscar e implementar medios que permitan la mejora continua de la comunicación en la organización, a través de nuevas estrategias y herramientas.</li> </ul>

COMUNICACIÓN INTERNA	
Objetivo General	Objetivos Específicos
Optimizar los procesos internos de comunicación para fortalecer la red y contribuir al cumplimiento de sus objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Informar de manera constante y transparente a profesionales y entidades que pertenecen a la RIOD para que estén al corriente de la misión y estrategia de la red, así como de cualquier aspecto que afecte a la misma.</li> <li>▪ Facilitar el diálogo entre el órgano directivo y profesionales y entidades que pertenecen a la RIOD.</li> <li>▪ Potenciar la identidad y sentimiento de pertenencia de profesionales y entidades que pertenecen a la RIOD.</li> <li>▪ Implicar y motivar a profesionales y entidades que pertenecen a la RIOD en la puesta en marcha de iniciativas y desarrollo de actividades, identificando como propios los objetivos a alcanzar.</li> <li>▪ Fortalecer la comunicación y el intercambio de informaciones entre las organizaciones integradas en la RIOD.</li> <li>▪ Buscar e implementar medios que permitan la mejora continua de la comunicación en la organización, a través de nuevas estrategias y herramientas.</li> </ul>

<b>COMUNICACIÓN EXTERNA</b>	<b>COMUNICACIÓN INTERNA</b>
<p>Las acciones de comunicación externa de la RIOD irán dirigidas a sus grupos de interés, que engloba en un primer nivel a Organismos Internacionales, Gobiernos y Administraciones Públicas, organizaciones y grupos de profesionales expertos en el ámbito de las drogas; y en un segundo nivel a la sociedad en general, Medios de Comunicación, Universidades, etc.</p> <p>En resumen, el público objetivo consiste en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organismos Internacionales (ONU, CICAD-OEA, OPS-OMS, COPOLAD).</li> <li>▪ Agencias de Cooperación para el Desarrollo.</li> <li>▪ Gobiernos y Administraciones Públicas de Iberoamérica.</li> <li>▪ ONG y otras entidades sociales del ámbito de las drogas.</li> <li>▪ Profesionales del ámbito de las drogas.</li> <li>▪ Medios de Comunicación (referentes en el ámbito de las drogas, y en general).</li> <li>▪ Universidades.</li> <li>▪ Personas y comunidades afectadas por el uso problemático de drogas.</li> <li>▪ Sociedad en general.</li> </ul>	<p>Las acciones de comunicación interna de la RIOD están centradas en mejorar y optimizar el sistema de intercambio, cooperación y participación establecido entre las organizaciones que conforman la red, así como entre los diferentes espacios internos en los que interactúan. Una comunicación interna eficaz ayuda a que la organización funcione como un todo cohesionado, empujando todos en la misma dirección para la consecución de los objetivos de la organización.</p> <p>En resumen, el público objetivo consiste en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organizaciones no gubernamentales socias, siendo extensible la comunicación a todo el equipo de personas que las conforman (profesionales, voluntariado, personas usuarias de los programas, etc.).</li> <li>▪ Órganos de Gobierno de la red (Junta Directiva).</li> <li>▪ Nodos geográficos, la RIOD se estructura bajo parámetros geográficos en forma de 4 nodos: Nodo Andino, Nodo Centroamérica y Caribe, Nodo España, y Nodo Sur.</li> <li>▪ Comisiones de Trabajo, integradas por representantes de las diferentes ONG, que trabajan conjuntamente sobre temas concretos.</li> <li>▪ Equipo técnico presente en la sede física de RIOD, ubicada en Madrid (España).</li> <li>▪ Financiadores y donantes.</li> </ul>

## El mensaje y estilos comunicativos

La RIOD es una entidad caracterizada por la diversidad y la pluralidad, pero tiene entre sus fines la elaboración y difusión de un mensaje compartido y consensuado en el ámbito de las drogas.

Los mensajes pueden incluirse en distintos formatos: comunicados de prensa, newsletters, ponencias, entrevistas, declaraciones, discursos, documentos, etc.

Independientemente del contenido de los mensajes, se debe transmitir una imagen de RIOD fundamentada en los siguientes aspectos:

1. Ser la entidad social de referencia en Iberoamérica en el ámbito de las drogas,
2. Representar el movimiento asociativo en este sector con capacidad de incidencia adaptándose al contexto de cada país,
3. Ser una entidad transparente y democrática.

Los mensajes específicos incluirán referencias ideológicas y filosóficas sobre la visión que RIOD tiene en relación al ámbito de las drogas y los derechos humanos. Los elementos básicos de esta visión, y por tanto la definición de los mensajes de RIOD son:

- El consumo problemático de drogas es, además de un problema global, un problema social, y por lo tanto requiere de respuestas integrales donde la responsabilidad de intervención esté repartida entre diferentes actores y de diferentes niveles de intervención.
- Los derechos humanos tienen que ser la base y un principio esencial presente en las políticas públicas de drogas y en la actuación de las organizaciones.
- Las estrategias y programas sobre drogas tienen que incorporar acciones comprometidas con el desarrollo sostenible que asuman e incorporen miradas desde el enfoque de los derechos humanos, la salud pública, la justicia social, y la equidad de género, siempre en el marco de la Agenda 2030.
- La diversidad es considerada como elemento fundamental de una red internacional, siendo nuestro objetivo el intercambio de conocimiento y la incidencia, posicionando a la RIOD como altavoz de las personas y comunidades más vulnerables.
- La persona tiene que estar en el centro de la intervención y los programas deben adaptarse a ellas, en base a un modelo biopsicosocial.
- Las acciones deben estar encaminadas a aminorar el sufrimiento individual y colectivo, trabajando con las personas y comunidades, independientemente de su opción de dejar de consumir o no.
- Las políticas, estrategias y programas en el ámbito de las drogas deben visibilizar los contextos y las necesidades de los que emergen los problemas asociados al

consumo, priorizando abordajes en poblaciones de mayor vulnerabilidad, incluyendo estrategias de disminución de riesgos y daños.

- Las instituciones, la sociedad civil y las personas tenemos el derecho y la obligación de participar en el diseño, ejecución y evaluación de políticas públicas, en coordinación con los organismos internacionales y gobiernos.
- Nos rodean realidades distintas y por tanto no podemos asumir ningún modelo único, siendo las organizaciones de la sociedad civil actores principales e imprescindibles en la búsqueda y propuesta de soluciones al ser conocedoras de primera mano de la realidad en el terreno.
- Es necesaria la revisión del tratamiento legal y penal asociado a la tenencia y consumo de drogas, atendiendo a criterios de defensa de derechos humanos, proporcionalidad de las penas y mantenimiento de dignidad de las personas, considerando programas de justicia restaurativa y medidas alternativas al arresto y el encarcelamiento.

En cuanto al estilo comunicativo, la RIOD se define por la simbiosis de varios de los estilos existentes.

La comunicación de RIOD se basa en el estilo denominado Comunicación Organizada, que obedece a un Plan de comunicación previamente establecido, cuenta con herramientas predeterminadas y con una imagen corporativa definida.

El ámbito de las drogas es un tema en permanente evolución, muy cambiante, por lo que también se atiende a la Comunicación Improvisada, que obedece a coyunturas específicas en las que la entidad adapta su comunicación a una fuerte demanda externa, o a momentos de una intensa actividad comunicativa.

En el ámbito de las relaciones institucionales, RIOD se basa en la complementariedad, y en este sentido el estilo de comunicación utilizado es la Comunicación Institucional, que se basa en la transmisión de una organización seria que busca la colaboración con otras instituciones.

Teniendo en cuenta tanto a las ONG que trabajan en el ámbito de las drogas no integradas en RIOD, y a otras instituciones que trabajan en ese ámbito, se utilizará la Comunicación Cooperativa, que refleja cómo trabajan el resto de entidades.

En el apartado informativo y en la colaboración con los medios de comunicación, RIOD combina la Visión Contextual, que se basa en la explicación detallada de las causas de la situación de marginación, pobreza, o exclusión; y la Visión Proactiva, que se basa en la elaboración y presentación de propuestas para mejorar la calidad de vida de las personas con problemas de drogas.

## Canales de comunicación y acciones concretas

En este apartado quedarán reflejados los canales a través de los cuales haremos nuestra comunicación, y las acciones concretas para cada uno de ellos.

Además, previa a la explicación de los canales de comunicación de los que dispone RIOD, es importante recalcar que contamos con un [Manual de uso del logo e imagen corporativa de RIOD](#) que será de obligado cumplimiento en todas las publicaciones y mensajes que se transmitan desde la organización.



A continuación se muestran los diferentes canales de comunicación con los que cuenta la RIOD, estableciendo la diferencia entre los canales de comunicación externa e interna:

### CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

#### Redes Sociales

La RIOD cuenta con perfil corporativo en las siguientes redes sociales: Twitter, Facebook, LinkedIn y Youtube. El objetivo es dinamizar nuestras redes sociales para fortalecer nuestra presencia e imagen pública, fomentando la participación de manera activa y continuada, y sensibilizando a nuestro público objetivo, siendo referentes en el sector.

Se establece una periodicidad de una/dos publicaciones diarias en relación a los siguientes temas:

- Publicaciones y artículos de interés relevantes en el sector
- Noticias relacionadas con las entidades de la red
- Noticias relacionadas con los países donde la red tiene presencia
- Entrevistas a personas de referencia

En relación al canal de Youtube de la RIOD, la frecuencia de publicaciones estará determinada por la ejecución de los proyectos, siendo un canal que está a disposición de los mismos en el caso de que sea pertinente dar visibilidad en formato de vídeo a un tema en concreto.

A final de cada mes se realiza un análisis de la evolución de las redes sociales en las que RIOD cuenta con mayor flujo de visitas: Facebook y Twitter. Este análisis contempla nº de seguidores, alcance, nº de publicaciones, visitas al perfil, etc.

### Mailing

La comunicación a través de mailing masivo a toda la base de datos de la red se llevará a cabo en ocasiones puntuales. No está prevista la utilización de este canal en base a una frecuencia concreta, pero sí se percibe como imprescindible en la transmisión de mensajes esporádicos, sobre todo en el marco de proyectos para la transmisión de conclusiones, o en campañas de sensibilización.

### Newsletter

La Newsletter de RIOD es una publicación institucional publicada con una frecuencia bimensual que tiene la finalidad de informar regularmente a nuestro público objetivo con noticias de interés, tanto con novedades de RIOD y sus entidades socias como con noticias relacionadas con el sector, consiguiendo ser una publicación de referencia en el ámbito de las drogas.

En la Newsletter se recoge la siguiente información:

- Noticias de prensa de actualidad en el sector.
- Bibliografía de referencia en el sector.
- Noticias relevantes de RIOD.
- Noticias relacionadas con las entidades de la red.

Para la elaboración y envío de la Newsletter se utiliza el programa Mailchimp.

### Página web

La página web de RIOD [www.riod.org](http://www.riod.org) es entendida como un espacio digital desde el que difundir nuestra misión como red y las acciones que desarrollamos, ampliando nuestro alcance, fortaleciendo nuestro posicionamiento y mejorando nuestro impacto.

Esta web está en continua actualización; cuenta con secciones de “noticias” y “publicaciones” que se van nutriendo según surge contenido para ello (aproximadamente dos publicaciones mensuales); y secciones como las de “quiénes somos”, “transparencia” y “qué hacemos”, que son actualizadas en caso de que se produzca alguna modificación en la organización.

La plataforma digital está diseñada en un formato Wordpress y es el equipo técnico de la RIOD el encargado de actualizar/modificar su contenido.

### Microsites específicas

En la ejecución de proyectos se considera el diseño y puesta en marcha de microsites específicas para profundizar en temas concretos. Estas microsites comparten dominio con la página web de RIOD y se entienden como una extensión de la misma. Estas plataformas pueden contener contenido descargable, material de sensibilización, bibliografía y entrevistas abordando temáticas específicas, etc.

No hay una periodicidad concreta para la elaboración de microsites, se determina la creación de las mismas en función de los objetivos de la RIOD.

### Celebración de seminarios/jornadas

La RIOD, como mínimo, celebra con una periodicidad anual un seminario iberoamericano sobre cooperación y drogas, lo que supone un encuentro de gran importancia y muy significativo al contar con profesionales y expertos del sector, pertenecientes a organizaciones de la sociedad civil, Gobiernos y organismos internacionales, que abordan la problemática y sus posibles soluciones desde diferentes perspectivas y de manera articulada.

Todos los materiales resultantes (ponencias, declaraciones, conclusiones, vídeos, etc.) son, a su vez, difundidos por diferentes canales de comunicación.

### En colaboración con entidades aliadas

La RIOD, por su colaboración con entidades aliadas, difunde información en sus portales mediante diferentes formatos: artículos, notas de prensa, publicaciones, declaraciones, etc. A su vez la página web de RIOD servirá de plataforma de difusión para los comunicados de sus entidades aliadas.

La frecuencia de estas colaboraciones estará determinada por la propia actividad de las organizaciones, en tanto que tengan contenido que deseen difundir.

### Cartelería sobre la entidad y específica sobre proyectos/temas concretos

La RIOD cuenta con cartelería corporativa (flyers, dípticos, memorias, roll ups, photocall, etc.) para dar a conocer su imagen, misión y las actividades que realiza.

Además, en el marco de proyectos concretos, se diseñan y publican materiales de sensibilización e información sobre temáticas específicas.

## CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

### Reuniones presenciales/por Skype

La RIOD es una red de organizaciones ubicadas en diferentes países de Iberoamérica, por lo que las reuniones vía Skype son constantes para asegurar la correcta dinámica de la organización. Este canal de comunicación se utiliza en todos los espacios de participación que contempla la RIOD: reuniones de nodos geográficos, reuniones de grupos de trabajo, reuniones de la Junta Directiva, reuniones del Equipo Técnico con las entidades y la Junta Directiva, o reuniones con comisiones específicas para el desarrollo de proyectos, entre otros. De estas reuniones se desprenden actas que son archivadas para dar seguimiento al funcionamiento de los espacios de participación.

Además, al menos una vez al año se lleva a cabo una reunión presencial tanto de la Junta Directiva como de la totalidad de las entidades socias.

### Mail

El correo electrónico es la vía más utilizada a la hora de comunicarnos internamente, es eficaz y nos permite transmitir información en cualquier momento, evitando la estricta necesidad de coincidir horarios entre diferentes países cuando se trata de reuniones por vídeo conferencia.

Por tanto, usar el email para comunicar nos permite decidir cuándo y cómo queremos transmitir la información, considerándolo un canal con muchas ventajas, ya que es: gratuito, ágil, versátil (enviamos desde mensajes cortos, hasta contenidos extensos con documentación adjunta), medible (podemos dar seguimiento y control a la recepción de los correos electrónicos), personalizable, eficaz, analizable, compartible, e interactivo. Definitivamente es una herramienta muy útil que se utiliza a diario en la organización.

### Carta de la presidenta

La Carta de la presidenta se trata de un comunicado que de manera trimestral la presidencia de la RIOD envía a las organizaciones socias. Este documento mantiene informadas a las entidades sobre todo lo sucedido en ese periodo de tiempo, comenta las actividades llevadas a cabo, y los intereses y/o preocupaciones de la red.

Es un instrumento imprescindible para que todas las ONG socias puedan estar al corriente y consigamos, así, mantener una mirada unificada y un objetivo compartido al que orientarnos.

### Jornadas internas

Una vez al año, en el marco de la celebración del Seminario Iberoamericano sobre Drogas y Cooperación que organiza la RIOD, se celebra una Jornada Interna. Este encuentro habitualmente tiene una duración de dos días y asisten personas representantes de todas las entidades socias de la red.

Las actividades que se desarrollan en la jornada, si bien varían de un año a otro en función de las necesidades de la RIOD, todas van orientadas al desarrollo y fortalecimiento de la red.

### Asamblea General

La Asamblea General es el órgano supremo de gobierno, y la expresión máxima de la voluntad de las socias de la RIOD y estará integrada por todas las entidades asociadas por derecho propio irrenunciable y en igualdad absoluta, que adopta sus acuerdos por el principio mayoritario o de democracia interna. Cada entidad socia ostentará derecho a un voto que emitirá a través de su representante directamente, o bien por delegación.

La Asamblea se celebrará de forma virtual, cuando no se pueda reunir de manera presencial y siempre que el estado de la técnica lo permita. Históricamente, la celebración de la Asamblea General se lleva a cabo en el marco de la Jornada Interna.

Este espacio es imprescindible para el funcionamiento de la red, ya que es cuando se presenta el informe de gestión del año vencido, las cuentas anuales auditadas, la memoria de actividades, los datos de las entidades socias, entre otros puntos. Además, mediante un sistema de votaciones, es cuando se toman decisiones relevantes para la RIOD.

El funcionamiento de la Asamblea General está recogido en el Artículo 14 de los [Estatutos de la RIOD](#).

### Intranet

La plataforma digital de la RIOD está compuesta por una página web enfocada al público en general, y por una intranet a la que tienen acceso las entidades socias.

Este espacio tiene el objetivo de mejorar la interlocución entre las entidades socias, facilitando y promoviendo el intercambio de conocimiento y experiencias, la creación de sinergias, la generación de nuevas propuestas y el fortalecimiento del trabajo conjunto (investigación, debate y reflexión para la elaboración colectiva de documentos y posicionamientos (incidencia política y fortalecimiento institucional)).

La intranet cuenta con diferentes secciones: para el trabajo de los nodos geográficos y el trabajo de las comisiones temáticas, un “banco de ideas” (para compartir conocimiento y encontrar sinergias), un blog de noticias, y un espacio para la comunicación entre las entidades socias y el Equipo Técnico de la RIOD.

## Presupuesto

La RIOD cuenta para el desarrollo de su actividad, principalmente, con la financiación de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

En concreto, los gastos de estructura de la organización, entre los que se encuentra el presupuesto destinado al desarrollo del Plan de Comunicación, históricamente están cubiertos por la convocatoria de concesión de ayudas económicas a entidades privadas sin fines de lucro y de ámbito estatal, para la realización de programas de alcance supracomunitario sobre adicciones, en el marco de prioridades del Plan Nacional sobre Drogas y con cargo a los Presupuestos Generales del Estado.

## Sistemas de control y Evaluación de Plan de Comunicación

El seguimiento durante todo el desarrollo del Plan de Comunicación permitirá comprobar la consecución de las metas propuestas para cada medida y conocer el proceso de desarrollo, con el fin de introducir otras medidas si fuera necesario o corregir posibles desviaciones.

La evaluación del Plan de Comunicación permitirá la revisión de las prácticas en función de sus resultados para facilitar el cumplimiento de los objetivos de comunicación de RIOD.

El presente Plan de Comunicación contempla diferentes sistemas de control, dependiendo del canal de comunicación concreto. Entre las acciones específicas de seguimiento, se encuentran:

- **Reportes de Mailchimp:** estos informes detallados, de cada una de las campañas de mailing que realizamos a través de la plataforma de Mailchimp, nos aporta un análisis sobre los destinatarios, si el email ha sido entregado correctamente, la tasa de apertura, la tasa de clics, la actividad social de los suscriptores, las personas receptoras que más han interactuado con el envío y, en general, el rendimiento social e impacto que ha tenido cada una de nuestras campañas. Este método de seguimiento es el que se utiliza para analizar la acogida de Newsletters y mailings.
- **Tráfico de plataformas digitales:** el número de personas que interactúan en alguna de nuestras plataformas web, ya sea la página oficial de RIOD como en microsites específicas diseñadas y publicadas en el marco de proyectos de la red, se registra para hacer balance del impacto que tienen, desde qué países nos visitan, qué apartados causan mayor interés, etc. Esta metodología de seguimiento también es utilizada en el caso de la intranet, a la que tienen acceso las entidades socias de la red.

- **Estadísticas de Redes Sociales:** en el caso de las redes sociales, al final de cada mes se realiza un análisis en base a n° de seguidores, n° de publicaciones, alcance de las mismas, n° de visitas al perfil, e interacciones en la página. Estos registros mensuales permiten evaluar desviaciones e identificar aquellos temas que son de mayor interés, conociendo así donde resulta óptimo incidir y qué tipo de publicaciones tienen mejor recepción.
  
- **Cuestionarios de evaluación:** en relación a la celebración de seminarios y jornadas, al finalizar siempre se hace entrega de un cuestionario de evaluación en el que las personas asistentes de forma anónima pueden valorar cómo ha sido la difusión del evento, la entrega y utilidad del material, los canales de comunicación para la toma de contacto, etc. De esta manera, la organización está en continuo proceso de mejora y actualización para conseguir un mayor impacto en sus comunicaciones.
  
- **Actas de reuniones:** la totalidad de las reuniones que se llevan a cabo en los espacios contemplados para la participación de las entidades socias -Junta Directiva, Asamblea General, comisiones temáticas, y comisiones de nodo, entre otros- cuentan con un acta escrita que refleja todo lo sucedido durante la misma.
  
- **Comisión de Comunicación:** atendiendo al valor de multiculturalidad de la RIOD, siendo una red en la que conviven diferentes culturas al ser entidades de distintos países y procedentes de contextos diversos, la RIOD cuenta con una Comisión de Comunicación, compuesta por un representante de cada nodo geográfico, a fin de asegurar una información actualizada y equilibrada entre los mismos, además de evitar sesgos, confusiones en base al lenguaje y posibles bulos informativos.

Finalmente, y en el marco de la evaluación anual del Plan Operativo y el Plan Estratégico de la entidad, se evalúa el Plan de Comunicación y las acciones concretas que se hayan determinado llevar a cabo en ese año. En base a esta evaluación se redefine y actualiza la estrategia de comunicación para el siguiente año, la cual es aprobada por la Junta Directiva.