



G08/D03/O

# Directrices – Difusión

Modelo de Gestión de Documentos y  
Administración de Archivos (MGD) para  
la Red de Transparencia y Acceso a la  
Información (RTA)

**Versión: 1.0**

**Fecha: diciembre de 2014**

---

### **Coordinadores**

Beatriz Franco Espiño  
Ricard Pérez Alcázar

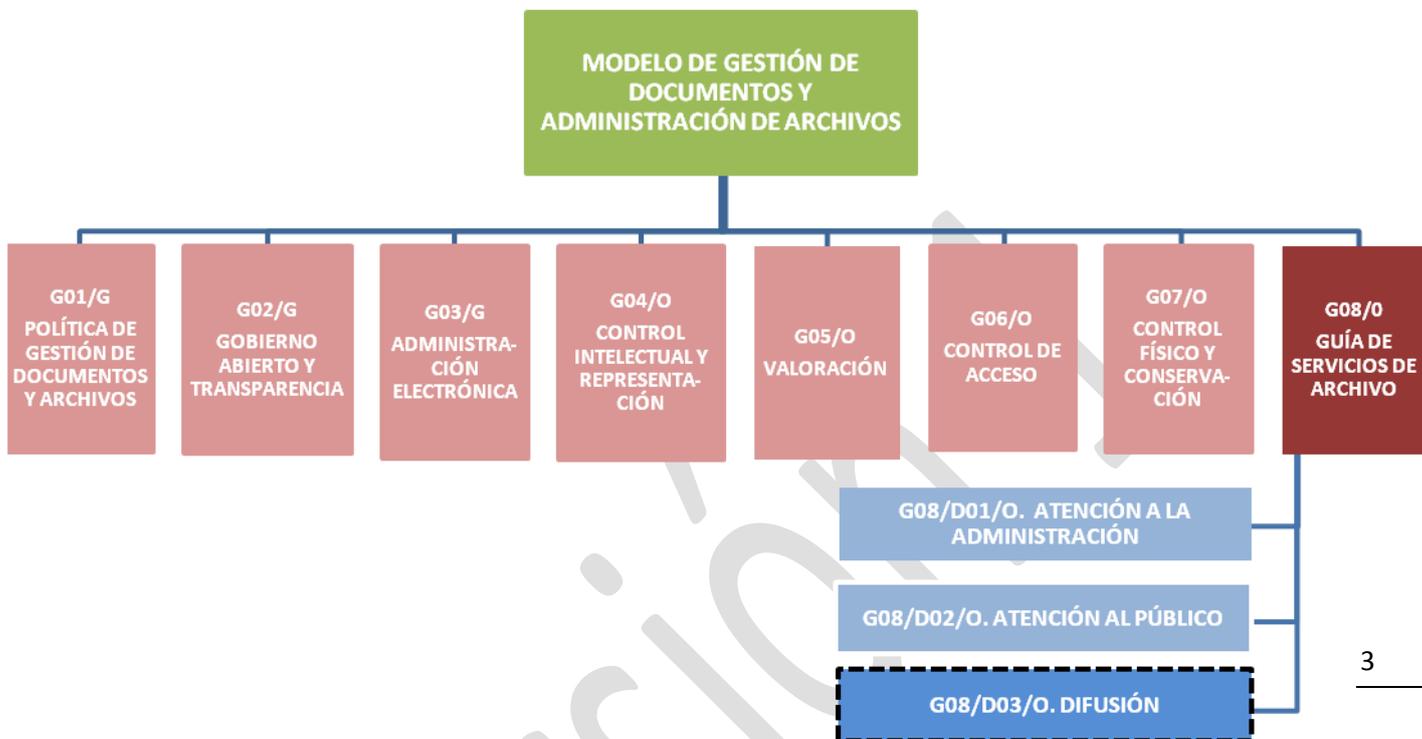
### **Equipo**

Blanca Desantes Fernández  
Francisco Fernández Cuesta  
Javier Requejo Zalama

© De los textos: sus autores

Este documento se encuentra en fase borrador. Ni la RTA ni los autores se hacen responsables de un mal uso de esta información

Estas Directrices se integran en el MGD según se especifica en el siguiente Diagrama de relaciones:



1. Presentación y objetivos
  - 1.1. Finalidad
  - 1.2. Alcance y contenido
  - 1.3. Documentos relacionados
2. La difusión de documentos en las organizaciones
  - 2.1. Aspectos a considerar
  - 2.2. El Plan de difusión
  - 2.3. Obtención de resultados
3. Metodología para la creación de un Plan de difusión
  - 3.1. Análisis de situación
  - 3.2. Desarrollo de los procesos relativos a la difusión
  - 3.3. Construcción del Plan de difusión
  - 3.4. Ejecución y evaluación del Plan de difusión
4. Cuadro de compromisos de cumplimiento
5. Términos y referencias
  - 5.1. Glosario
  - 5.2. Bibliografía

## 1. Presentación y objetivos

---

### 1.1. Finalidad

---

La finalidad de estas Directrices es ofrecer una serie de instrucciones técnicas para llevar a cabo el proceso de difusión de documentos que se puede desarrollar en una organización, en el marco del Modelo de Gestión de Documentos y administración de archivos de la Red de Transparencia y Acceso a la Información (RTA).

### 1.2. Alcance y contenido

---

Estas Directrices proporcionan unos fundamentos esenciales para comprender cómo se puede desplegar adecuadamente el proceso de difusión vinculado a la documentación de una organización concreta desde la unidad responsable de gestionar sus documentos y poder desarrollarlo eficazmente a diferentes niveles de aplicabilidad en una organización, según establece el Modelo de Gestión de Documentos y administración de archivos de la RTA.

### 1.3. Documentos relacionados

---

	G08/O	Guía de servicios de Archivo
	G08/D01/O	Atención a la Administración
	G08/D02/O	Atención al público

## 2. La difusión de los documentos en las organizaciones

---

Tradicionalmente, se ha considerado la difusión como una función archivística cuya finalidad era promover y generalizar la utilización de los fondos documentales de los archivos, al tiempo que se hacía partícipe a toda la sociedad del papel que desempeñan los archivos dentro de ella.

Los archivos, entendidos como aquellas unidades dependientes de la organización, responsables de la custodia y gestión de los documentos que produce y recibe dicha organización, se constituyen en una fuente continua de información y conocimiento que puede estar al servicio de la propia organización, pero también de la sociedad en general.

Por este motivo, las personas responsables de la gestión documental dentro de cada organización deben contemplar como uno de los pilares de su actividad esa función social, como garantes del conocimiento y de la evolución de la sociedad, tal y como se refleja en la información que contienen los documentos de su organización.



Las personas responsables de la gestión de documentos deben organizar sus actividades pensando en las necesidades presentes de la organización, pero también deben tener en consideración las necesidades futuras de la organización y la sociedad.

En este sentido, a los efectos de estas Directrices, se puede considerar la difusión como un proceso archivístico que busca promover la utilización de los documentos producidos o recibidos por una organización, permitiendo el acercamiento entre el archivo y sus usuarios y mejorando su reconocimiento, presencia y credibilidad como unidades de gestión administrativa y cultural.

### **2.1. Aspectos a considerar por parte de la organización**

Los archivos contemplan como parte de su misión específica la planificación, implementación y evaluación del sistema de gestión de documentos dentro de la organización de la que dependen, con el fin de poder organizar y conservar sus documentos y la información que contienen como un recurso básico para la gestión ordinaria de la organización.

Pero también se puede englobar dentro de su misión otro tipo de función: contribuir a la difusión de la organización y del patrimonio documental que produce, bien mediante la creación de productos o servicios destinados a satisfacer las necesidades de sus propios usuarios, o bien mediante actividades que den a conocer los fondos documentales a la Sociedad en general.

Para poder desarrollar adecuadamente la difusión en un archivo, es necesario tener en cuenta una serie de elementos fundamentales:

- La documentación debe encontrarse debidamente organizada, con el fin de poder conocer su contenido y los aspectos que pueden ser merecedores de ser difundidos. Por este motivo, es recomendable aplicar el proceso de difusión sobre aquellas agrupaciones documentales que ya han sido objetos previos del resto de procesos de gestión documental (identificación, valoración, acceso, descripción, etc.).

Es necesario definir adecuadamente los objetivos y metas que se pretenden alcanzar a través de la difusión de los documentos de una organización. Estos objetivos permitirán elaborar el Plan de difusión y además facilitará su alineación con las estrategias generales de la organización [Véase G01/D01/G. *Planes estratégicos*].

- Es necesario identificar el tipo de usuarios que pueden verse beneficiados de los desarrollos en materia de difusión archivística que realice la organización, estudiando las características más importantes que los definen y las necesidades de información o conocimientos que pueden ser respondidas por parte de la organización
- Es necesario conocer todos los recursos con los que puede contar la organización, tanto en materia de recursos económicos y materiales disponibles para su uso como en materia de recursos humanos y competencias existentes
- Es necesario conocer todas las posibilidades de servicios y productos de difusión que pueden ofrecerse para cumplir de la forma más eficaz posible con los objetivos previstos, utilizando los recursos disponibles

- Es necesario realizar sondeos y estudios de la situación en materia de difusión de documentos que se realicen en organizaciones similares, así como los resultados obtenidos por su parte.

## 2.2. El Plan de difusión

---

Analizando todos estos aspectos, podemos comprobar cómo la forma más recomendable para llevar a cabo el proceso de difusión es disponer de una planificación específica de las actividades correspondientes.

Esta planificación puede recibir la denominación de Plan de difusión, entendido como un documento de planeamiento integral específico de aquellas actuaciones en materia de difusión que se vayan a organizar por parte de una organización.



Los planes de difusión están considerados como la mejor herramienta para la gestión eficaz y prolongada de las actividades relacionadas con difusión en las organizaciones.

Los planes de difusión pueden ser considerados documentos de planificación independientes o exclusivos de las unidades responsables de la gestión de documentos, aunque también pueden formar parte de los documentos de planeamiento estratégico de la organización, pasando a conformar un apartado dentro de los planes estratégicos generales o los posibles planes operativos en que se puedan desplegar [Véase G01/D01/G. *Planes estratégicos*].

## 2.3. Resultados

---

La difusión ofrece un valor añadido que podría considerarse indirecto para la obtención de beneficios directos dentro de la propia organización, puesto que los resultados obtenidos no generan un beneficio directo sobre la propia organización en sí ni sobre sus usuarios directos, tal y como ocurre con la mayor parte de procesos de gestión documental, en los cuales las actividades desarrolladas responden a una necesidad directa planteada, ya sea por una unidad de la organización o bien por un usuario de la misma.

Por este motivo, la difusión ha sido concebida como una función secundaria en determinados ámbitos u organizaciones donde lo que prima es la generación de un valor directo frente a los posibles beneficios indirectos. Esta filosofía ha sido aplicada de forma general sobre aquellos archivos cuyos procesos de gestión documental se centraban en las fases activas del ciclo vital de los documentos, considerando las actividades de difusión exclusivamente destinadas a desarrollarse en archivos de carácter histórico.

En realidad, una adecuada planificación del proceso de difusión en cualquier tipo de archivo, ya sea histórico o no, ofrece múltiples ventajas y beneficios a dicha unidad, entre las que podemos destacar las siguientes:

- Aumenta el posicionamiento del archivo: gracias a las actividades de difusión, se da a conocer el archivo como una unidad o servicio destinado a la consulta de información, no sólo hacia fuera de la organización, sino que también hacia el interior de la propia

organización, alcanzando ámbitos que pudieran desconocer todavía el tipo de actividades que se desarrollan por esta unidad

- Aumenta el volumen de captación de usuarios: por medio de las actividades de difusión, se propicia el acercamiento de usuarios al archivo y la documentación que custodia aumentando, el volumen de actividades
- Permite la posibilidad de obtener mayor volumen de recursos para desarrollar sus actividades. Si las actividades de difusión están bien planificadas, orientadas y con unos objetivos definidos, el éxito de sus actuaciones y la mejora del posicionamiento dentro de la organización con ello conlleva facilitará la asignación de nuevos recursos para la unidad por parte de los altos responsables de la organización.

En definitiva, si se analiza adecuadamente la situación de cada archivo o de cada organización y se diseña un Plan de difusión personalizado que permita responder con éxito a las necesidades de los usuarios de cada organización, se podrá conseguir la mejora de la reputación y de la credibilidad, tanto de la organización en general como de la unidad de archivo que posea.

### **3. Metodología para la creación de un Plan de difusión en un archivo**

---

Para poder diseñar un plan efectivo de difusión en una unidad que sea responsable de gestionar documentación, lo más adecuado es llevar a cabo una buena planificación de todo el proceso, para lo cual se puede asumir una metodología basada, en primer lugar en un análisis de la situación que nos permita conocer las posibilidades de difusión y los tipos de usuarios a los que llegar.

#### **3.1. Análisis de la situación**

---

En esta primera etapa, se debe recopilar toda la información que pueda resultar importante para futuras actuaciones de difusión, desde la información del propio edificio que alberga la documentación hasta los procesos de gestión documental, los tipos de usuarios, etc.

Con este análisis preliminar, se podrán tomar las decisiones más adecuadas en cuanto al tipo de productos, servicios o actividades de difusión que resulten más atractivos para el sector de usuarios que se haya podido definir.

- **Estructura del archivo de la organización.** La estructura orgánica de un archivo, así como de la organización de la que forma parte, establece relaciones operacionales y administrativas entre sí, con el fin de cumplir funciones que permitan el cumplimiento de los objetivos asignados mediante diversos niveles de responsabilidad. Por tanto, resulta importante identificar la posición administrativa del archivo dentro de la organización de la que forma parte, con el fin de poder visualizar adecuadamente su posición dentro del sistema y así identificar los roles específicos de cada grupo de trabajo o usuarios que haya en el mismo.

- **Conocimiento del entorno físico del archivo.** No sólo resulta importante conocer la situación del archivo dentro de la estructura organizativa de la que forma parte, sino que también es necesario conocer el entorno físico donde el archivo se ubica con el fin de poder adquirir el mayor conocimiento posible de la ubicación geográfica, la sede del archivo, los espacios disponibles para su uso, etc.
- **Conocimiento de los usuarios.** En cualquier planificación de difusión resulta muy conveniente identificar los tipos de usuarios de que dispone un servicio de archivo, puesto que el tratamiento y las actividades de difusión siempre variarán en función de los usuarios a quienes vayan destinadas. Por ello, la norma general establece que se debe analizar el tipo de usuarios de que dispone un servicio de archivo, identificando tipos en función de algunas características más relevantes (sexo, edad, formación académica, exigencias, etc.). De esta forma, se pueden configurar unos modelos de usuarios, llamados “usuarios objetivo”, que servirán como referencia para orientar las actividades de difusión de cara a satisfacer sus expectativas.
- **Conocimiento de productos y servicios de difusión.** Al igual que es necesario realizar un análisis interno que incluye el conocimiento del servicio de archivo y de sus usuarios, también es necesario abordar un análisis externo que permita conocer las posibilidades existentes en materia de difusión que podrían ser aplicadas en el archivo. Para ello, la norma general establece la posibilidad de realizar *benchmarking*, es decir, analizar casos de éxito o tomar como ejemplos referencias conocidas, ya sea en el mismo sector o en sectores ajenos, con el fin de identificar los criterios básicos que un servicio de archivo puede utilizar para evaluar una futura carpeta de servicios de difusión.
- **Análisis de posibles estrategias de difusión.** Además de los análisis internos y externos de la situación, es conveniente realizar el análisis de las estrategias que se utilizan en el propio archivo para lograr una mayor interacción con sus usuarios. Resulta conveniente conocer la forma en que los servicios de archivo entran en contacto con sus usuarios puesto que resultará sumamente importante de cara a mantener su atención en actividades de difusión. Para ello, se pueden realizar análisis de los mecanismos de atención a usuarios o incluso cuestionarios directos a los usuarios para que expliquen ellos mismos la forma por la cual toman contacto con el archivo.

### **3.2. Desarrollo de los procesos relativos a la difusión**

---

Una vez se haya realizado el análisis preliminar, todo ese conocimiento se podrá ir traduciendo en una serie de procesos relativos a la difusión que pueden ser implementados desde el servicio de archivo, con el fin principal de interpretar las necesidades de los usuarios identificados de acuerdo con los recursos disponibles y las estrategias de comunicación existentes [Véase G01/D02/G. *Normalización y análisis de procesos*].

Para ello, una vez identificadas las necesidades de los usuarios, se precisa crear o diseñar el proceso o los procesos que sean responsables de la difusión, acordes con las necesidades de cada tipo de usuario existente.



Los servicios de difusión deben satisfacer en todo lugar las necesidades que se plantean los usuarios del archivo. Si una actividad de difusión no sirve para responder las expectativas de algún tipo de usuarios, entonces está mal diseñada.

Cuando nos referimos a la necesidad de diseñar procesos o servicios acordes a las necesidades de los usuarios del servicio de archivo, debemos estructurar el trabajo de diseño siguiendo varios aspectos:

- **Establecimiento de indicadores de gestión de la difusión.** Los indicadores de difusión permitirán evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos marcados para cada uno de los productos, servicios o actividades que se vayan a desplegar. En el momento en que se identifican plenamente las necesidades de los usuarios, se pueden plantear objetivos a cumplir y el grado de cumplimiento de dicho objetivo, que debería ser evaluable a través de una serie de indicadores básicos de gestión [Véase *G01/D05 Indicadores de evaluación*].
- **Desarrollo de productos o servicios.** La selección y el despliegue de actividades o servicios posibles de difusión en un archivo siempre estará relacionada con las expectativas de los usuarios. Antes de construir un Plan de difusión, será necesario saber qué tipos de actividades o servicios pueden ser desplegados por el servicio de archivo y que serán tenidos en consideración a la hora de construir el Plan de difusión. Algunos de los productos, servicios o actividades más utilizados en cuanto a difusión en archivos son los siguientes:
  - Exposiciones documentales o temáticas, ya sea en espacios disponibles en el propio archivo o en microsítios de Internet
  - Jornadas técnicas de carácter profesional, destinadas a múltiples tipos de usuarios, ya sean profesionales de la gestión documental o de otros ámbitos
  - Actividades pedagógicas o didácticas, dirigidas a cualquier tipo de usuario con necesidades formativas
  - Actividades culturales en general, utilizando como entorno el propio espacio del archivo
  - Productos de *merchandising*, relacionados con el servicio del archivo (carteles, postales, objetos decorativos, etc.)
- **Estrategias de promoción.** Al igual que es necesario conocer y planificar de antemano el grado de efectividad de las posibles actividades o servicios desplegados, resulta igualmente oportuno planificar la metodología que se pretende utilizar para dar a conocer las actividades y servicios ofrecidos a los usuarios potenciales. Al igual que

ocurre con los productos o servicios de difusión, una planificación adecuada de la promoción facilita el éxito en cuanto al desarrollo de cualquier actividad de difusión. Para ello, será necesario conocer las vías de promoción que resulten óptimas para que la información sobre las actividades llegue a los usuarios de la forma más eficaz. A continuación incluimos algunas de las estrategias de promoción más utilizadas:

- Páginas Web
- Presencia en redes sociales
- Publicación de boletines informativos
- Contratos de publicidad
- Vídeos institucionales
- Folletos
- Artículos en prensa



La selección de una adecuada estrategia de promoción desde un servicio de archivo resultará tan determinante para garantizar el éxito como la propia actividad de difusión planteada.

### 3.3. Construcción del Plan de difusión

Una vez que se haya realizado el análisis de diagnóstico de la situación y se hayan determinado los procesos de difusión, es necesario proceder a configurar la presentación del Plan de difusión.

El Plan de difusión que se despliegue y configure desde una unidad destinada a la gestión documental debería estar avalado o contemplado en la planificación estratégica que desarrolle dicha unidad. Por ello, se recomienda su inclusión en la planificación estratégica general del archivo, así como en la planificación integral de la organización, de forma que se permitan alinear los objetivos del Plan de difusión con aquellos objetivos que resulten similares en la estrategia global de la organización [Véase *G01/D01/G. Planes estratégicos*].

Un Plan de difusión puede contener, como mínimo, los siguientes apartados:

- **Un resumen ejecutivo.** En este apartado se deberían incluir las líneas básicas de las actividades de difusión desplegadas: contenidos básicos, objetivos y resultados previstos, tiempos para su ejecución, etc.
- **Diagnóstico.** Se ofrece un acercamiento al análisis realizado con anterioridad que ha permitido configurar el contenido del Plan de difusión, describiendo las condiciones generales de la unidad de archivo y de la organización superior, los problemas descubiertos, las oportunidades posibles, los tipos de usuarios identificados, etc.

- **Objetivos y metas.** Deben incluirse los objetivos que se pretenden alcanzar con el despliegue del Plan de difusión, ofreciendo una breve explicación de los mismos así como una referencia a los indicadores de gestión de la difusión que van a ser utilizados para comprobar su grado de cumplimiento.
- **Actuaciones de Difusión.** El Plan deberá contemplar el conjunto de actuaciones o proyectos de difusión que el archivo vaya a poner en práctica para intentar cumplir con los objetivos definidos previamente. Este listado de actuaciones podrá variar en función del centro donde se vaya a desarrollar, del presupuesto disponible para su ejecución o incluso del grado de implementación de servicios similares.
- **Tácticas de promoción.** Se incluirá una explicación del método para dar difusión a las propias actividades de difusión, incluyendo posibles variables en función de los recursos de que se puedan disponer.
- **Anexos.** Toda la información necesaria para conocer el desarrollo de las actividades incluidas en el Plan y la forma de tramitar dichas actividades debería ser incluida en documentación anexa, para que el Plan de difusión pueda ser considerado como un único paquete documental que permita el despliegue de las actividades incluidas en él.

El documento resultante configura lo que venimos llamando Plan de difusión y debería ser un documento que por sí mismo permita el desarrollo de todas las actividades contempladas en él. Además, es conveniente que dicho Plan de difusión reciba el apoyo y la validación de aquellas unidades implicadas en su ejecución o seguimiento, así como el visto bueno de los altos responsables de la organización.

### **3.4. Ejecución y evaluación del Plan de difusión**

---

Cuando el Plan de difusión ha sido aprobado, el siguiente paso consiste en ejecutarlo según las actividades o plazos de tiempo fijados en el propio Plan. Puede ocurrir que en ocasiones, para poder ejecutarlo adecuadamente, el Plan de difusión deba ser dividido o repartido por secciones en función de las fechas o ámbitos de actuación. En este caso, se recomienda que el propio Plan de difusión ya contemple esta posibilidad previamente y resuelva la forma de realizar el seguimiento y ejecución del mismo para evitar posibles vacíos en su desarrollo.

El propósito básico de todo Plan de difusión debe ser ejecutarlo, a ser posible, con el mayor nivel de alineamiento posible a los objetivos previstos en el Plan. Y para comprobar su ejecución, es necesario realizar, de forma paralela a su ejecución, un seguimiento y control de su desarrollo, obteniendo prácticamente en tiempo real una visión del estado del Plan y de las posibles desviaciones que surjan con cada una de las actividades desplegadas, con el fin de poder tomar las medidas correctivas lo antes posible.

Para realizar adecuadamente el seguimiento y la evaluación del Plan, es necesario haber identificado correctamente las tareas y funciones de aquellas personas que sean responsables de realizar dicho seguimiento. Dichas tareas deben ser conocidas y fácilmente identificables dentro del seguimiento del Plan y además deberán estar contempladas en el momento de



asignar responsabilidades así como en cuanto a capacitación del personal que conforma la unidad de archivo correspondiente [Véase *G01/D03/G. Roles, responsabilidades y competencias*].

El proceso de seguimiento y control del Plan de difusión permitirá medir los indicadores de gestión de la difusión contemplados en el Plan para conocer el grado de cumplimiento de los objetivos previstos. Pero también se podrán tomar decisiones de seguimiento y control no contempladas previamente en caso de que resulte necesario monitorizar algún aspecto concreto.

#### 4. Cuadro de compromisos de cumplimiento

Este cuadro identifica aquellos compromisos establecidos en las líneas de actuación de la Guía de Implementación de servicios de archivo, así como una serie de recomendaciones sobre cómo cumplir con los mismos.

El número representado es el mismo con el que se identifica dicho compromiso en la Guía de Implementación.

Nº	Compromisos	Cómo cumplir con los compromisos
3.1	Inclusión de las actividades de difusión dentro de las competencias y responsabilidades de la unidad de archivo de la organización	<p>Analizar las competencias a desempeñar por el personal que componen la unidad responsable de la gestión documental</p> <p>Introducir funciones específicas relacionadas con la difusión en la plantilla de la unidad de archivo dentro de la organización</p> <p>Diseñar actividades básicas de difusión de los servicios que se ofrecen en el archivo de la organización</p>
3.2	Realización de un análisis de diagnóstico de la situación que rodea al archivo de la organización para disponer de un plan de difusión adecuado	<p>Recopilar toda la información de contexto de la unidad de archivo dentro de su propia organización</p> <p>Conocer el entorno físico que rodea a la unidad de archivo (edificio, lugar geográfico, historia, etc.)</p> <p>Establecer categorías de “usuarios objetivo” que sean los receptores básicos de las actividades de difusión</p> <p>Analizar posibles productos o servicios de difusión a desarrollar, buscando referencias en ámbitos ajenos a la unidad de archivo</p> <p>Analizar posibles estrategias de difusión y promoción válidas para acercar las actividades a los usuarios</p>
3.3	Diseño de los procesos relativos a la difusión bajo la responsabilidad de la unidad encargada de la gestión de documentos dentro de la	Identificar los objetivos que se esperan obtener con la puesta en marcha de actividades de difusión dentro de la unidad de archivo de la organización

	organización	<p>Planificar un sistema de indicadores de evaluación y seguimiento de las actividades de difusión con indicadores de evaluación específicos</p> <p>Diseñar los procesos de difusión que se necesiten dentro de la organización, de acuerdo con las posibles estrategias a desarrollar</p> <p>Diseñar proyectos específicos de difusión para su ejecución por parte de la organización (exposiciones, eventos, actividades formativas, productor de merchandising, etc.)</p> <p>Analizar las estrategias de promoción más adecuadas para la difusión del servicio de archivo y desplegar aquellas que resulten más cercanas a los usuarios objetivo (sitios Web, redes sociales, publicidad, folletos, etc.)</p>
3.4	Construcción de un Plan de difusión integral, aprobado por la organización como un elemento estratégico más de la unidad de archivo	<p>Utilizar de toda la información recogida anteriormente para redactar un paquete documental integral que contengan los elementos fundamentales de la difusión de la unidad de archivo de la organización (diagnósticos, objetivos, actuaciones posibles, tácticas de promoción, etc.)</p> <p>Aprobar el Plan de difusión por parte de los altos responsables de la organización</p> <p>Incluir el Plan de difusión en la planificación estratégica general de la organización, asumiéndolo como una parte del mismo</p>
3.5	Ejecución y seguimiento del Plan de difusión y de las actividades que lo componen	<p>Asignar personas responsables de realizar las actividades contempladas en el Plan</p> <p>Asignar personas que sean responsables de realizar el seguimiento y el control de las actividades contempladas en el Plan</p> <p>Redactar informes o memorias de las actividades realizadas, detallando el desarrollo de cada actuación junto con un análisis de resultados</p> <p>Comprobar el grado de desviaciones resultantes de la aplicación del Plan con respecto a los objetivos previstos en el mismo</p>



<b>3.6</b>	Análisis final de los resultados obtenidos y establecimiento de mejoras en futuros planes de difusión	Redactar un informe final de cumplimiento del Plan de difusión, utilizando la información de los indicadores y los informes de desarrollo una vez que se ha finalizado el plazo para la ejecución del Plan  Proponer mejoras o cambios en el siguiente Plan de difusión, a partir del contenido del informe final y de las desviaciones resultantes con respecto a los objetivos definidos en el Plan de difusión previo
------------	---	--

## 5. Términos y referencias

---

### 5.1. Glosario

---

**Atención al público:** servicio que presta una organización a usuarios externos con el objetivo de satisfacer sus necesidades mediante las actividades que desempeña.

**Benchmarking:** proceso comparativo de evaluación sistemática y continua de los productos, servicios y procesos desarrollados en otras organizaciones que evidencian buenas prácticas con el objetivo de transferir su conocimiento y aplicación.

**Calidad:** grado en el que un conjunto de características inherentes a una organización o servicio cumple con los requisitos establecidos de antemano.

**Difusión:** proceso archivístico que busca promover la utilización de los documentos producidos o recibidos por una organización, permitiendo el acercamiento a los usuarios y mejorando su reconocimiento, presencia y credibilidad como unidades de gestión administrativa y cultural.

**Indicador:** unidad de medida que permite realizar el seguimiento y la evaluación periódica de las variables clave de una organización

**Marketing:** conjunto de técnicas y estudios organizativos que tienen como objeto mejorar la promoción de un determinado servicio o producto, mediante la identificación clara de necesidades por parte de los usuarios.

**Plan de difusión:** documento de planeamiento integral específico de aquellas actuaciones en materia de difusión que se vayan a organizar por parte de una organización.

**Tácticas de promoción:** conjunto de mecanismos o actuaciones orientadas a estimular la extensión del conocimiento y difusión de aquellas actuaciones que se desarrollan dentro de una organización.

### 5.2. Bibliografía

---

ALBERCH I FUGUERAS, R. 2003. La dinamización cultural en el archivo, un reto futuro. En: REY DE LAS PEÑAS, R. (coord.). *Aprender y enseñar con el archivo: séptimas jornadas archivísticas, Fuenteheridos, 2003*. Huelva: Diputación Provincial de Huelva, pp. 127-135.

ALBERCH, R., BOIX, L., NAVARRO, N.; VELA, S. 2001. *Archivos y cultura: manual de dinamización*. Gijón: Trea

CAMPOS, J. 2009. La difusión en los archivos: importante herramienta de proyección ante la sociedad. *Revista Códice* [en línea], 5 (2). [Consulta: 15 diciembre 2014]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/20236/1/La%20difusi%C3%B3n%20en%20los%20archivos%20importante%20herramienta%20de%20proyecci%C3%B3n%20ante%20la%20sociedad.pdf>

CASTILLO BURGOS, E. E. 2009. Propuesta para construir planes de difusión en archivos universitarios. *Revista Códice* [en línea], 5 (2), pp. 209-225 [Consulta: 15 diciembre 2014]. Disponible en:

<http://eprints.rclis.org/20239/1/Propuesta%20para%20construir%20planes%20de%20difusi%C3%B3n%20en%20archivos%20universitarios.pdf>

CERDA DÍAZ, J. 2008. Las exposiciones documentales. Técnicas y tendencias. *Tábula*, 11, pp. 359-384

CERDÁ DÍAZ, J. 2010. Los archivos, un lugar para descubrir. Experiencias de dinamización cultural [en línea]. En: *3ª Jornadas Archivando. La difusión en los archivos. Actas*. León: Fundación Sierra Pambley. [Consulta: 15 diciembre 2014]. Disponible en: [http://archivosierrapambley.files.wordpress.com/2011/01/actas\\_jornadas\\_2010.pdf](http://archivosierrapambley.files.wordpress.com/2011/01/actas_jornadas_2010.pdf)

CRYMBLE, A. 2010. An Analysis of Twitter and Facebook Use by the Archival Community. *Archivaria* [en línea], 70. [Consulta: 15 diciembre 2014]. Disponible en: <http://journals.sfu.ca/archivar/index.php/archivaria/article/view/13298>

FERNÁNDEZ CUESTA, F. 2008. Archiblogs: el blog como nueva herramienta de difusión del archivo [en línea]. *Jornadas Archivando. Un nuevo paradigma en la gestión de archivos*. León: Fundación Sierra Pambley. [Consulta: 15 diciembre 2014]. Disponible en: <http://www.slideshare.net/pacofernandez/jornadas-archivamos-presentation>

JAÉN, L. F. 2006. *La Difusión de Archivos: estrategias para su proyección*. Convención Internacional de Archivistas. Mar del Plata, Argentina.

SIERRA, L. F. 2011. Difusión en archivos: una visión integradora. *Códices* [en línea], 7 (2). Colombia: Universidad Lasalle. [Consulta: 15 diciembre 2014]. Disponible en: <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/co/article/view/707>