

5 pautas de la Comunicación Estratégica para el éxito empresarial

Camila Peña
09/09/2019



Categorías:
Alumnos, Docentes, Investigación, UTPL

¿Eres realmente consciente del volumen de información que nos rodea a diario? Al levantarte revisas tu teléfono móvil; de camino al trabajo o universidad chequeas redes sociales y escuchas noticias; durante todo el día te llegan, por distintos medios, novedades de lo que sucede en el mundo; y, generalmente, tu última actividad del día está relacionada con el celular. Pues bien, todo esto es parte de la nueva forma de hacer comunicación que superó lo tradicional (prensa, radio, televisión) para explorar nuevos campos.

Esta forma de hacer comunicación es en la actualidad aprovechada por las empresas para atraer nuevos clientes y gestionar su reputación, generando una mayor competitividad. Las empresas se comunican con diferentes públicos, independientemente de su tamaño o naturaleza. Por ese motivo es importante implementar estrategias que permitan conseguir resultados positivos.

[Estefania Dotti Ratti](#) [1], experta en Comunicación Estratégica y Directora de la Agencia de Comunicación "[Dircoms \[2\]](#)", participó en la celebración del tercer aniversario del [Laboratorio de Comunicación, Innovación y Cultura Digital de la UTPL. \(MediaLab UTPL\)](#) [3], en donde dictó una conferencia en la que habló de la importancia de la comunicación estratégica en las empresas como un arma que permite obtener un mayor posicionamiento social, lo que se traduce en un mayor número de clientes.



A continuación, te contamos **5 pautas claves para usar la comunicación como una herramienta de éxito en las empresas e instituciones** del país y garantizar así su buena reputación y sostenibilidad en el tiempo:

1. Entender el rol del comunicador

El comunicador es el estratega de la empresa: debe entender que su trabajo no solo consiste en elaborar un buen titular para llamar la atención del redactor de un medio de comunicación, sino que su trabajo es crear un impacto social.

El comunicador no debe buscar popularidad sino ser consistente y realista con lo que sucede en su entorno y entender cómo esto afecta a su país.

2. Aceptar la innovación

La experta asegura que en un futuro cercano habrá más emprendimientos, no porque la gente quiera sino porque no tiene otra opción, ya que “es crear una empresa o es no tener empleo”. Por eso, se necesita profesionales con interés en la innovación, que enfrenten los desafíos y retos que van de la mano de los nuevos hábitos de los consumidores y de las audiencias.

La digitalización es el reto al que se exponen los profesionales en la actualidad y, la única forma de hacerlo, es con preparación académica para aprovechar los recursos tecnológicos y obtener resultados favorables.

3. Crear tu planificación estratégica personal

Antes de iniciar un empleo, el comunicador debe hacer su planificación estratégica personal: definir cuál es su visión personal, cuáles son sus vulnerabilidades y hablar con personas cercanas que describan las visiones positivas que ven en él para, así, descubrir quién es y la imagen que proyecta.

Estefanía Dotti afirma que esto es fundamental ya que al vincularte a una empresa debes entender que tus valores deben ir acordes a los de la empresa y expresa que “los valores personales siempre están primero, ya que la ética es algo que no se puede perder”.

“No dejes que venga alguien y te quite tu esencia. Cuando trabajas muchos años para una compañía repites valores, principios, filosofía de la compañía y pierdes tus propios valores. Por eso, tener clara tu identidad te convierte en un líder”.

4. Generar propuestas de valor

Las empresas no entienden a la comunicación, sino que la ven como algo común que se hace a diario. Por eso los comunicadores creen que solo deben vender proyectos para sobrevivir, pero deben convertirse en líderes éticos que generen propuestas de valor.

La experta señaló que el comunicador no solo debe cumplir su función como tal si no estar comprometido con su misión: hacer que la empresa gane reputación y dar a conocer lo que es verdaderamente importante en la era de la “infoxicación”, en la que hay demasiada información que distrae al usuario.

5. Ser proactivo

“Ser líder no es sentarse y hablar. El verdadero líder escucha, observa y apunta lo que el resto está diciendo. Ser líder es aprender a escuchar”, mencionó la experta en comunicación estratégica quien explicó que los comunicadores deben descubrir las crisis antes de que sucedan.

En este punto también es importante que el profesional aprenda continuamente, que busque cursos de educación continua que le permitan tener un mejor desenvolvimiento, comprender que las encuestas ya no son métodos 100% fiables, sino que mandan más el comportamiento repetitivo de una persona ante un computador, los factores que determinan sus gustos y la adquisición de conocimientos de Big Data (datos masivos de Internet) para llegar a más usuarios.

El concepto “comunicación estratégica” es multidisciplinario, es decir, incluye áreas como las relaciones públicas, la comunicación organizacional, la comunicación digital, el marketing y la publicidad. Su finalidad es focalizar las comunicaciones hacia un objetivo establecido, dirigiendo todos los elementos disponibles hacia el éxito deseado.

Si tu interés es aprender todas estas herramientas para convertirte en un experto en la materia, participa en nuestro primer [Congreso de Innovación y Estrategia en Comunicación IECOM 2019](#) [4], del 9 y 10 de octubre de 2019.



**Congreso de Innovación
y Estrategia en Comunicación**



Links

- [1] <https://twitter.com/dottiratti>
- [2] <https://dircoms.com/>
- [3] <https://medialab.utpl.edu.ec/>
- [4] <https://www.iecom2019.com/>