La medición y evaluación determinan el impacto de la Comunicación Estratégica

utpl
22/05/2020

Categorías:
Futuros alumnos, Graduados, UTPL

"Test, test, test" es una de las frases que más se ha escuchado en los noticieros durante la pandemia ocasionada por el nuevo coronavirus (COVID-19). La **Organización Mundial de la Salud (OMS)** recomendó a todos los países aplicar *test* o pruebas a sus ciudadanos para, con base en los resultados, determinar el alcance de la enfermedad. A través de estos exámenes, los gobiernos pueden tomar decisiones ya que conocen cuántas personas se han infectado, en qué áreas y quiénes están en riesgo.

Estos procesos de medición, que son tan necesarios para conocer estadísticamente el alcance de una situación, no se aplican solo en el campo de la salud sino también en áreas técnicas, administrativas y sociales para determinar el impacto de proyectos o políticas implementadas. Por ejemplo, **en el campo de la Comunicación, la medición permite tomar decisiones respecto a proyectos, publicidad o campañas que tienen públicos objetivos diversos.**

Según el *Latin American Communication Monitor*, el estudio mundial más conocido sobre Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas [1], en 2019 definió los **temas clave para la gestión de la comunicación en 2021:**

- Entrenamiento en la era digital
- Gestión de la velocidad del flujo y del volumen de información
- Uso de *Big Data* y algoritmos

El mismo informe señala que, al preguntar a los comunicadores sobre la importancia de la información, **8 de cada 10 piensan que contar con datos es relevante en la toma de decisiones**. Esto demuestra que la información se ha vuelto un capital fundamental para las organizaciones, ya sea para la definición y resolución de crisis o como materia prima de la gestión de comunicación.

Alejandro Álvarez Nobell, docente investigador de la Universidad de Málaga (España) y docente invitado de la Maestría en Comunicación Estratégica, mención Comunicación Digital [2] de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), dictó **un** *webinar* con el tema "Medición y evaluación en la comunicación estratégica **[3]",** [3] en el que compartió algunos puntos importantes que te contamos a continuación.

Herramientas para obtener información

El experto señaló que entre las principales herramientas que usan los comunicadores para **obtener información está el monitoreo de redes sociales y de medios de comunicación**. Para hacerlo, los departamentos de comunicación contratan empresas externas que brindan estos servicios. Esta situación demuestra que hay un déficit en la formación de los comunicadores ya que no pueden interpretar datos existentes en Internet.

“En muchas empresas los informes de *stakeholders* (públicos interesados) no se realizan, no se está estudiando a los públicos, no se conoce a la población con la que se está trabajando. Es común creer que la medición y evaluación solo es hacer una copia y pega de las publicaciones de diarios y revistas y no de la información en tiempo real que permite tomar decisiones, resolver crisis y ajustar planes y programas de comunicación”. Alejandro Álvarez Nobell, docente de la Maestría en Comunicación Estratégica, mención Comunicación Digital - UTPL

Medición y evaluación

En su ponencia enfatizó que la medición y evaluación en una empresa se convierte en una necesidad ya que no se puede demostrar de qué manera se aporta valor a la organización si es que no se mide y evalúa el desempeño de la gestión de comunicación. Además, aclaró que **no es lo mismo diagnosticar, medir y evaluar y, aunque parezca que todo hace referencia a lo mismo, hay algunas distinciones en el marco de la evaluación estratégica.** A continuación, explica los términos:

- **Diagnóstico:** permite situar a la organización en qué punto se encuentra y determinar una serie de temáticas de interés que la afectan y modifican el devenir, actividad e impacto que puede tener a lo largo del tiempo.
- **Medición:** medir tiene que ver con la actividad objetiva. Se trata de asignar un valor a un proceso de cambio, cuantificar y dar valor a la gestión de comunicación.
- **Evaluación:** es la interpretación de resultados que arroja la medición respecto a la gestión de comunicación. Para eso se necesita establecer objetivos y metas que nos indiquen hacia dónde se quiere llegar. Establece un punto de partida y de llegada.

Tipos de medición en Comunicación

Alejandro Álvarez Nobell señala que el proceso de medición y evaluación están presentes en cada aspecto que conforma el modelo de comunicación, ya sea cuando se define objetivos, cuando se estudia a las audiencias, al despegar estrategias y acciones y al establecer protocolos y procesos de implementación del plan a ejecutar. Los distintos modelos de medición que se puede emplear son:

- **Medición de la producción**: desarrollar protocolos para medir, cuantificar y asignar valor a lo que se hace en comunicación. Por ejemplo, cuantificar lo que se hace en la gestión de un evento (cuántos asistentes), la responsabilidad social empresarial (cuántos proyectos de vinculación existen), *lobby* (cuántos colectivos con intereses comunes se abordó), entre otros.
- **Medición de la exposición**: cuantificar los distintos medios y soportes que se emplea para que los atributos (valores y características) de la empresa lleguen a los públicos. Se trata de comparar y establecer de qué forma los mensajes están expuestos en los medios para que impacten en el público, y cómo este lo decodifica e interpreta.

- **Medición de la participación**: es la conversión que se logra en función de los objetivos organizacionales, por ejemplo, el *engagement* (interacción con la audiencia en redes sociales). Este modelo mide actitudes del público antes, durante y después de una campaña de comunicación y su respuesta ante los mensajes.

Dominar el proceso de diagnóstico, medición y evaluación en comunicación añade un plus a tu formación profesional, ya que la empresa podría liberarse de contratar a terceros que le ayuden en el proceso de medición y evaluación de la Comunicación.

Si anhelas convertirte en un comunicador con habilidades vanguardistas para aportar en un mundo vertiginoso y tecnológico, la **Maestría en Comunicación Estratégica, mención Comunicación Digital de la UTPL** [2], te ofrece esta posibilidad.

[4]

Source URL: https://noticias.utpl.edu.ec/la-medicion-y-evaluacion-determinan-el-impacto-de-la-comunicacion-estrategica

Links
[1] https://latincommunicationmonitor.com/
[2] https://inscripciones.utpl.edu.ec/posgrado/comunicacionestrategica
[3] https://www.facebook.com/utpl.loja/videos/171643457600940
[4] https://inscripciones.utpl.edu.ec/posgrado