

Comunicación estratégica integral alineada a los objetivos de la empresa

utpl
21/06/2021



Categorías:
Alumnos, Docentes, Graduados

La puesta en marcha de un plan de comunicación que no está orientada a los objetivos organizacionales puede afectar negativamente a las empresas más sólidas o eficientes, por ello, cada vez más organizaciones optan por **reforzar estratégicamente su comunicación** desde una visión integral, con el fin de tener una conexión positiva y con una alta carga emocional con sus *stakeholders* para cumplir metas e incrementar resultados.



Contar con un plan de comunicación permite organizar los procesos de comunicación internos y externos.

En el 2021, se ratifica que las empresas se desarrollan dentro de una **economía de intangibles** por el peso que tiene en el éxito del modelo de negocio, recursos inmateriales como la imagen, la reputación y la transparencia. La gestión estratégica de los intangibles organizacionales demanda un esfuerzo coordinado e integral de las relaciones públicas, la publicidad y el marketing. Es decir, se debe gestionar de forma estratégica e integrada: la identidad e imagen corporativa; la relación con los medios de comunicación; el sistema de comunicación de marketing; los procesos de fidelización; las soluciones digitales y las campañas publicitarias. La comunicación estratégica integral permite **distinguir y posicionar a la organización en el imaginario de las audiencias**, superando la contaminación de información, de productos y servicios que hoy se difunden y ofertan.

Para [Karina Valarezo](#) [1], directora de Comunicación y docente investigadora en la [Maestría de Comunicación Estratégica, mención Comunicación Digital](#) [2] de la [Universidad Técnica Particular de Loja \(UTPL\)](#) [3] "*la comunicación estratégica integral significa hablar con una misma voz, garantizando la técnica, el canal y el recurso adecuado para que el mensaje llegue de forma efectiva*".

Otro punto importante que resalta la docente es que **la etapa de evaluación** del proceso de comunicación **debe entenderse como una constante**, no como una etapa que se realiza solo al final de la ejecución del plan, cuando ya no hay forma de ajustar y/o redireccionar las acciones. Por lo cual, considera que las acciones integrales más eficaces que se deberían tomar en cuenta para visibilizar una marca son:

1. La organización debe **vivir en un estado de diálogo constante** con sus públicos de interés.
2. Trabajar incansablemente para que **la identidad y cultura corporativa se refuerce cada día** y pueda ser proyectable a públicos y clientes.
3. **Garantizar** que **la experiencia del usuario** sea la mejor posible.
4. **Cuidar la segmentación** y personalización de mensajes.
5. **Integrar el principio de omnicanalidad** para la distribución de mensajes y para la escucha social permanente.
6. **Asumir un modelo de analítica y KPI** para evaluar constantemente los resultados.



La importancia de la comunicación estratégica es que si se aplica de la manera correcta su efecto se verá reflejado positivamente en los indicadores de la empresa.

Además, la experta enfatiza que, para desarrollar estas acciones, **es imprescindible contar con un profesional altamente capacitado en el ámbito de la comunicación, que conozca a profundidad el entorno en el que se desarrolla la empresa**. Es decir, que evalúe la promesa de valor del producto o servicio que se oferta, los públicos con los que se relaciona la empresa y el segmento de mercado.

Por otra parte, “la creatividad, la innovación y la transformación digital tiene que ser adoptada por el equipo de comunicación como una filosofía de trabajo permanente” explica [Valarezo](#) [1].

La [maestría en Comunicación Estratégica, mención Comunicación Digital](#) [2] de la [UTPL](#) [3], prepara a los maestrantes mediante un programa profesionalizante que está diseñado para desarrollar competencias teóricas y prácticas en el profesional en formación que le permitan, una vez completado su programa de estudios realizar una gestión de comunicación pertinente y adecuada para los diferentes entornos empresariales y los públicos prioritarios, tomando en cuenta el

ecosistema digital. **El diseño de cada uno de los módulos conlleva la realización de tareas, trabajos prácticos y experimentales que se desprenden y se acompañan de un contexto teórico necesario para desarrollar las competencias profesionales en el maestrante.**

Decide ser más

Opta por esta maestría y desarrolla una experticia conceptual, metodológica y/o tecnológica que permite innovar en la gestión de la comunicación estratégica digital. **Conoce más sobre las inscripciones en:** www.utpl.edu.ec/maestrias/digital [4]

Source URL: <https://noticias.utpl.edu.ec/comunicacion-estrategica-integral-alineada-a-los-objetivos-de-la-empresa>

Links

[1] <https://investigacion.utpl.edu.ec/es/kpvalarezo>

[2] <https://www.utpl.edu.ec/maestrias/digital>

[3] <https://www.utpl.edu.ec/>

[4] <http://www.utpl.edu.ec/maestrias/digital>