

## La comunicación ahora se define por la tecnología y la transformación digital

utpl  
29/08/2024

Categorías:

Docentes, Futuros alumnos, Recursos tecnológicos

El avance de la tecnología y la transformación digital están modificando la realidad de diferentes sectores. **Un reciente estudio del Banco Mundial reveló que un 46% de los negocios se dinamizó por el uso de herramientas tecnológicas y aplicaciones de vanguardia.**

La comunicación no es un área ajena a esta realidad, la transformación digital no solo representa la posibilidad de expansión a nuevos mercados y oportunidades de negocio, sino que **impulsa otros aspectos como la competitividad, la resiliencia, la efectividad y la rentabilidad.**

Sin embargo, **la transformación digital no representa solo la incorporación de las nuevas tecnologías** a los procesos y operaciones de un área o negocio. **En el campo de la comunicación, principalmente, la transformación digital supone un cambio de mentalidad y de cultura.**

[Cesibel Valdiviezo Abad](#) [1], docente e investigadora de [la Universidad Técnica Particular de Loja \(UTPL\)](#), [2] señala que la meta de un proceso de **transformación digital se centra en la posibilidad de optimizar el trabajo** y ofrecer valor añadido a los clientes, a los aliados corporativos, a los líderes de opinión y a la comunidad interna; es decir, en atender las necesidades de los distintos públicos.

“La transformación digital en la comunicación supone todo un nuevo paradigma en la forma de concebir las estrategias, productos y la innovación de procesos. Esto, a su vez, nos permite fortalecer aspectos como la fidelización de públicos, la reputación empresarial y el posicionamiento de marca”, explica Valdiviezo.

Además, la profesora universitaria menciona algunas de **las estrategias innovadoras que se implementan en el campo de la comunicación**, enmarcadas en la transformación digital:

**1. Social listening:** si algo que caracteriza a los entornos digitales de comunicación es que todo puede ser monitoreado y medido. **En la actualidad, el big data, basado en la implementación de herramientas de análisis y metodologías de escucha masiva**, es una de las principales novedades. En la comunicación, el acceso a datos e información es clave para el éxito de toda estrategia.



El manejo de datos es fundamental en la era digital.

**2. Periodismo de marca:** hoy en día, no solo es crucial que los medios y la audiencia hablen de un negocio. **Una marca, por sí sola, debe ser una fuente confiable,** directa y efectiva de comunicación para los diferentes públicos y grupos de interés. Sea a través de un blog, en redes sociales o en algún soporte audiovisual, es vital ofrecer información valiosa a quien se interesa en un determinado producto o servicio



El desarrollo tecnológico ha ayudado a obtener una marca confiable y visible, especialmente a medios digitales.

**3. Embajadores de marca: el poder del convencimiento es una de las fortalezas de la comunicación y, ante los nuevos escenarios de la interconexión,** esto ha cobrado un sentido cada vez más significativo. A la fecha, esta estrategia implica la implementación de una serie de procesos para garantizar que los directivos, colaboradores, aliados y líderes de opinión, promocionen una marca por su propia cuenta.





Transmisiones en vivo en redes sociales desde cualquier lugar es una de las ventajas de la actualidad de la comunicación.

4. **Experiencias inmersivas:** con la llegada del **metaverso y los mundos virtuales, las experiencias inmersivas alcanzaron otro nivel.** Estos elementos innovadores y disruptivos llegaron para fortalecer el portafolio de herramientas de las organizaciones en su búsqueda por mejorar la experiencia de sus usuarios.





Metaverso y los mundos virtuales son una atractiva forma de comunicar.

En esta línea, la [UTPL](#) [2] desarrolla varios esfuerzos para contribuir a **la transformación digital a través de [la maestría en Comunicación Estratégica, con mención en Comunicación Digital](#)**, [3] **un programa especializado en formar a profesionales capaces de crear estrategias de contenidos y participar en los ecosistemas digitales interactivos con stakeholders** que permitan posicionar a organizaciones en entornos off y online.

Este programa de formación destaca por ser parte del **Education Partner Program de HubSpot, un software destinado a universidades e instituciones educativas que buscan aplicar la teoría, práctica y tecnología** que utilizan empresas en crecimiento.

Con estas propuestas, **la UTPL [2] busca potenciar el perfil emprendedor de sus estudiantes** para motivarlos a crear su agencia de comunicación digital o su emprendimiento enmarcado en la transformación digital.

[UTPL](#) [2], la universidad más innovadora del Ecuador. Sumérgete en nuestro entorno de aprendizaje sostenible, dinámico e innovador.

**Revisa la oferta académica UTPL**

[4]

**Source URL:** <https://noticias.utpl.edu.ec/la-comunicacion-ahora-se-define-por-la-tecnologia-y-la-transformacion-digital>

#### Links

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

[2] <http://utpl.edu.ec/>

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

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