

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.

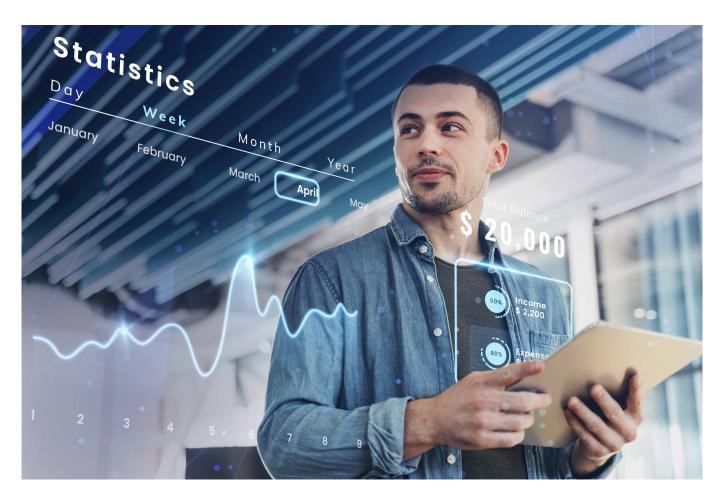
Cesibel Valdiviezo Abad [1], docente e investigadora de <u>la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL)</u>, [2] señala que la meta de un proceso de **transformación digital se centra en la posibilidad de optimizar el trabajo** y ofrecer valor añadido a los clientes, a los aliados corporativos, a 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



La comunicación ahora se define por la tecnología y la transformación di Published on Blog (https://noticias.utpl.edu.ec)



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.



La comunicación ahora se define por la tecnología y la transformación di Published on Blog (https://noticias.utpl.edu.ec)



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 <u>UTPL</u> [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-latransformacion-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