Revista, imagen y comunicación

Su labor como estratega es vital y alinear objetivos corporativos es una de las principales funciones de in DirCom.

En resumen es el responsable de definir las estrategias de comunicación en una empresa y el encargado de establecer una buena relación con su público. Trabajando en colaboración con otros departamentos como marketing recursos humanos entre otros.

Sebastián Cebrián Director de comunicación menciona que el profesional de la comunicación ha evolucionado bastante en los últimos 20 años. Donde paso de solo encargarse de los medios de comunicación a tener puestos con mayor responsabilidad y con perfiles directivos.

Mencionan que lo más difícil de un DirCom es llevar una medida de todo lo que se ha logrado ya que se encargan de terrenos intangibles pero es el principal trabajo de un DirCom.

Mas estratega y más valorado una persona que se encargue de lo intangible y muestre resultados, hábil y menos técnico, que este preparado para el cambio y que se adapte a él cuidando la reputación de la organización y la comunicación de la empresa hacia la sociedad.

Europa tiene ya 15 años perfeccionando al DirCom y reconociéndolo pero América latina primero se ha dedicado a perfeccionarlo para después expandirlo, lo contrario a Europa que primero lo expandió y después se dedico a perfeccionarlo.

Hay cuatro funciones importantes que hace un DirCom; alinea a los grupos de interés, construye relaciones, facilitadores en procesos de cambio interno e integran la comunicación en el negocio.

Se ha formado un nuevo modelo de comunicación en el que se habla de la creación de una identidad fuerte, que permita que los empleados se sientan parte de la empresa y que determine que los grupos de interés de forma voluntaria quieran se parte de la empresa ya que se comparten ideales o valores.