

DirCom: gestor, portavoz y asesor de CEO



Docentes investigadoras

Mgtr. Mónica Abendaño Ramírez -

Mgtr. Vanessa Duque Rengel

Departamento de Comunicación

mabendano@utpl.edu.ec - vkduque@utpl.edu.ec

Un estudio de la UTPL identifica cultura corporativa, imagen, identidad, valores institucionales y credibilidad como los principales intangibles que debe gestionar el responsable de Comunicación Interna en Ecuador

PERSPECTIVAS. En Ecuador la figura del *DirCom* va en ascenso, pero la convicción tradicional de las empresas ha provocado que centre su esfuerzo en la comunicación institucional y en la comunicación mercadológica, dirigida a los clientes, y relegue la comunicación interna a un segundo plano olvidando la importancia de los beneficios que la gestión de esta brinda a la empresa. Sin descuidar que son tendencias en auge el *employer branding* y el *engagement*, es decir, la vinculación del público interno con la organización para crear imagen de marca y retener talento humano, las profesoras Vanessa Duque y Mónica Abendaño han dibujado el perfil del comunicador interno de empresas del Ecuador a partir de una encuesta *online* compuesta a la que respondieron 110 gestores de comunicación de empresas públicas y privadas del país. “El objetivo —señalan— era trabajar sobre los parámetros básicos que, de acuerdo a la realidad del país, deberían integrar del perfil del *DirCom* Interno, para identificar las cualidades predominantes, funciones, alcance, responsabilidades, formación profesional, entre otras, del *DirCom*”.

Los resultados de la encuesta permiten identificar cinco cualidades que deben ser predominantes en el perfil del *DirCom* Interno en el Ecuador: estrategia, líder, ético, formación académica interdisciplinaria y actitud autodidacta y abierta. También señalan las principales funciones que, según los *DirCom* que participaron en el estudio, debe cumplir el responsable de comunicación interna en la organización. Estas son, en orden jerárquico, las siguientes: diseñador de políticas de comunicación, gestor de información, gestor de relaciones, portavoz interno y asesor de CEO. Los tres ámbitos de incidencia del *DirCom* son la comunicación institucional, organizacional y mercadológica. Sin embargo, la encuesta desvela que en Ecuador el *DirCom* Interno está netamente ligado a la esfera organizacional, sin perder relación con quienes lideran las otras dos esferas.

Los cinco principales intangibles de la organización que deben ser gestionados y liderados por el *DirCom* Interno, según el estudio de las profesoras Abendaño y Duque, son: la cultura corporativa, la imagen, la identidad, los valores institucionales y la credibilidad. En

la actualidad, los responsables de la comunicación interna tanto en las organizaciones públicas como privadas del Ecuador tienen formación en ciencias de la comunicación (25%), periodismo (15%) o relaciones públicas (15%). En sus valoraciones, el centenar de *DirCom* que respondieron el cuestionario señalan que su perfil ha de estar ocupado por una persona que tenga una formación profesional interdisciplinaria preferiblemente en ciencias de la comunicación, relaciones públicas y *marketing*, recursos humanos y psicología.

Este proyecto constituye la primera etapa del trabajo efectuado en el marco de la Comunicación Interna. Actualmente se encuentra desarrollando la segunda fase de la investigación, que está enfocada en la cultura corporativa, los valores de paz y la nueva tendencia de gestión de compromiso de los colaboradores en las organizaciones del Ecuador.

