

Comunicación Estratégica

Competir con nuevas herramientas

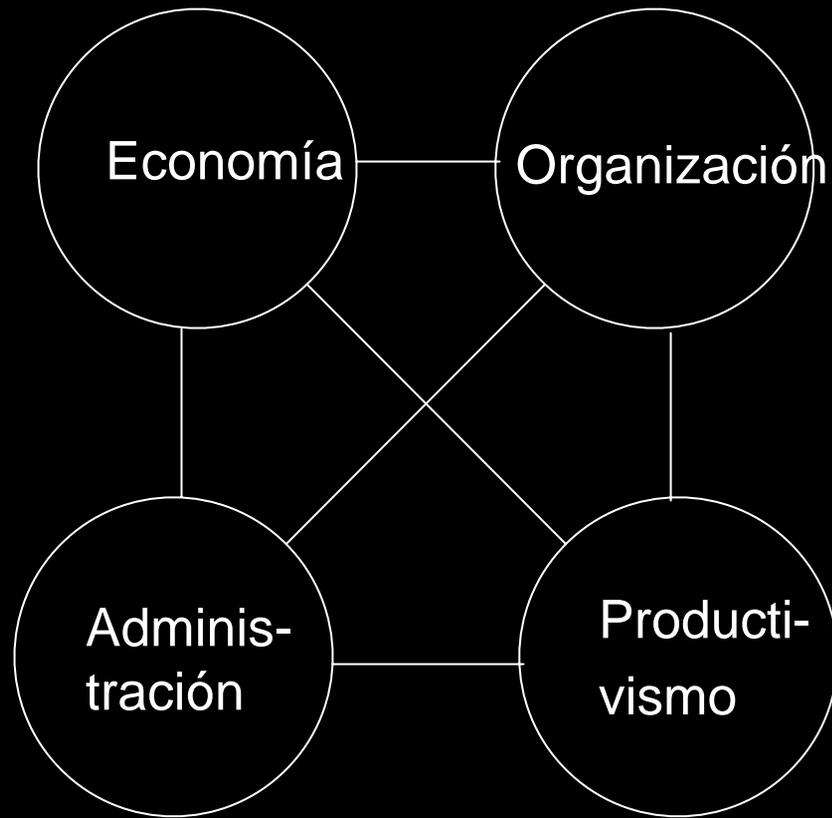
Joan Costa

Qué es una empresa

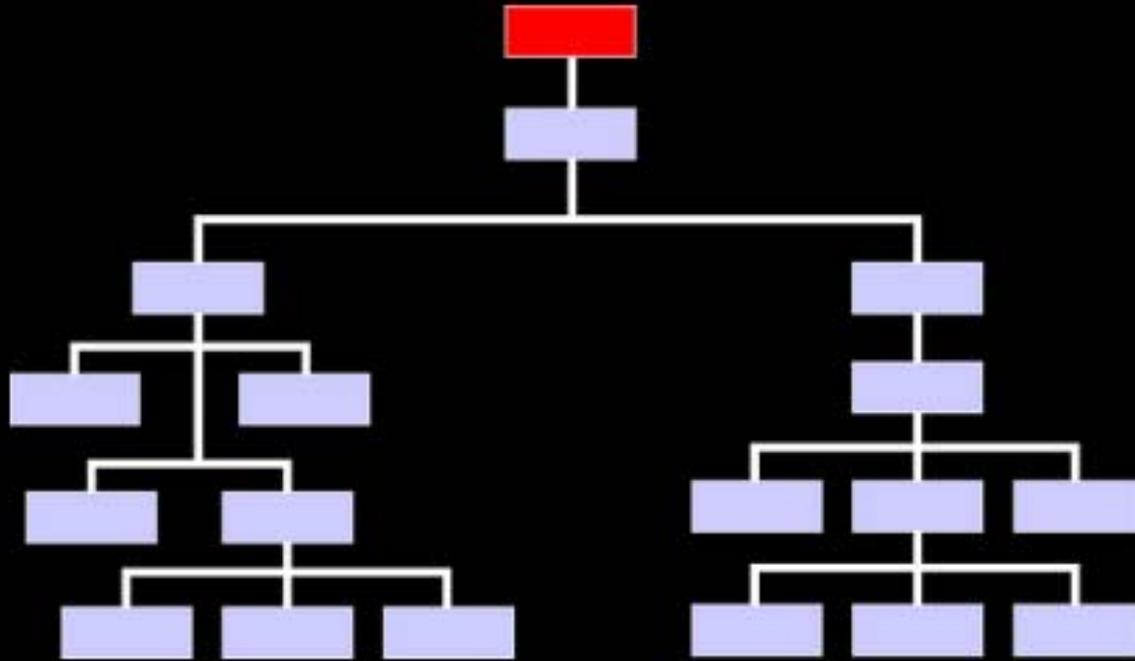
- **Empresa** es un grupo humano que **emprende** acciones sobre su entorno.
- Toda empresa implica riesgos y una organización, con independencia de su antigüedad, del sector en que actúa, de su tamaño o de su estatuto (público o privado).
- Empresa no es solamente un gran grupo corporativo sino también **un pequeño equipo de profesionales.**

Siglo XIX

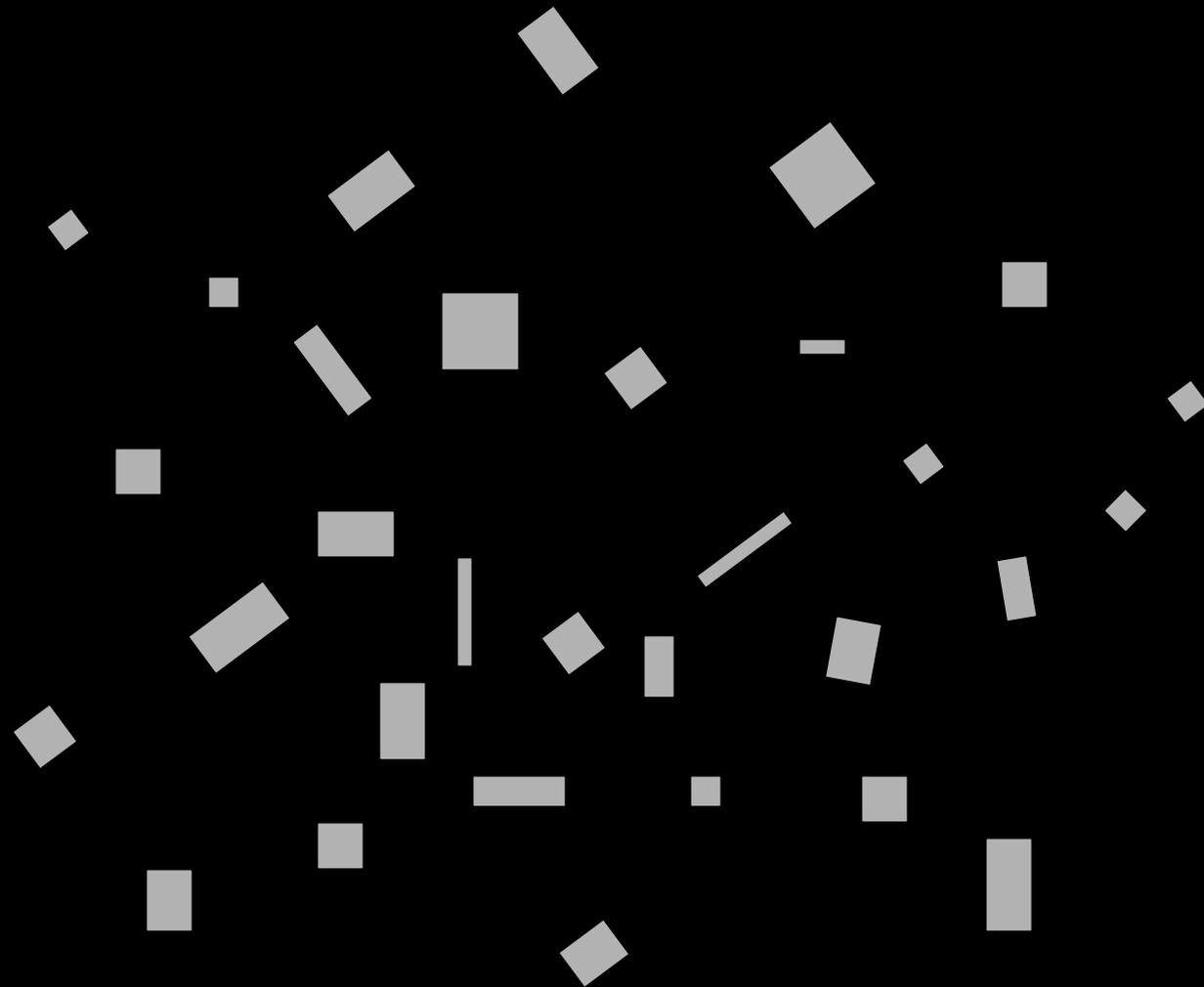
La era de la electricidad



El modelo del industrialismo



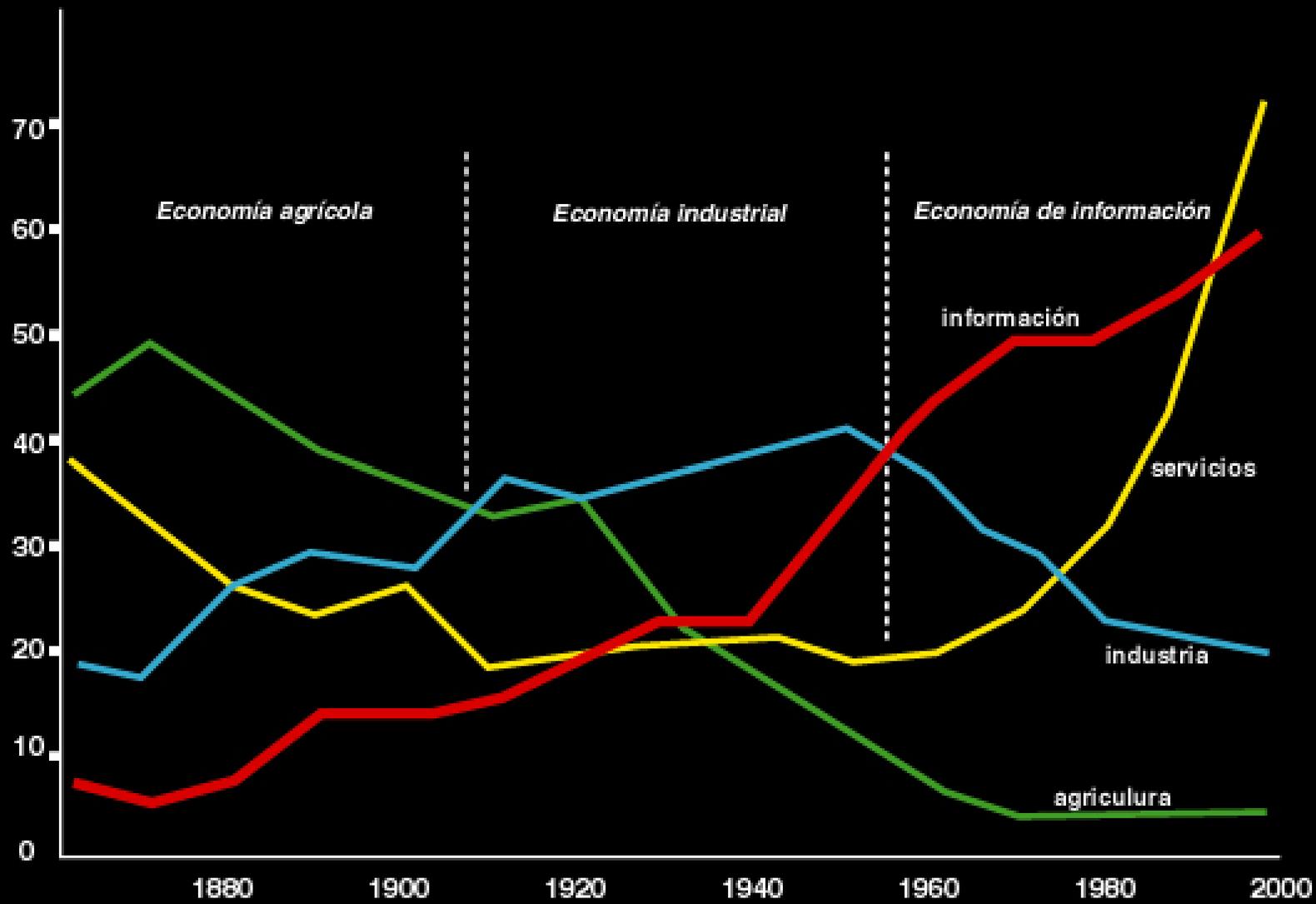
El organigrama piramidal
Jerarquía y verticalidad del mando



Ruptura y fragmentación de la organización



Los grandes sistemas económicos



1948

La Revolución de la Información

Norbert Wiener

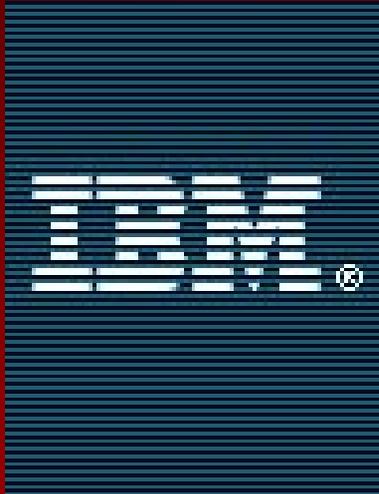


La Revolución de la Información

Claude Shannon



La Revolución de la Información



Primeros ordenadores



1948
1948
1948

- ***Cybernetics*** Norbert Wiener
- ***Teoría matemática de la información***
Claude Shannon
- ***Sistémica*** Von Bertalanffy
- **Primeras máquinas de manipular información**
(*data procesing machine o computer*)

La sociedad de la **Comunicación**

ha generado la nueva economía

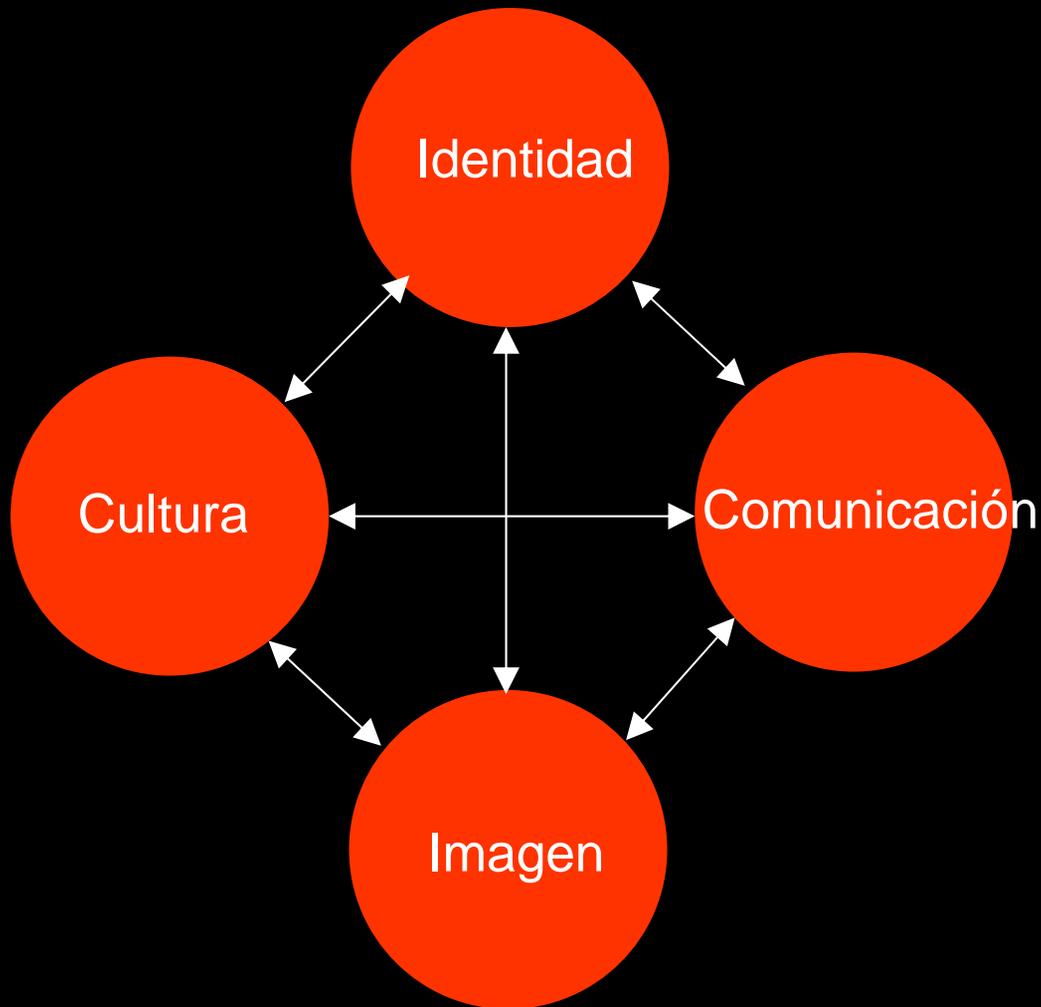
de la **Información**

y ésta, la era del **Conocimiento**

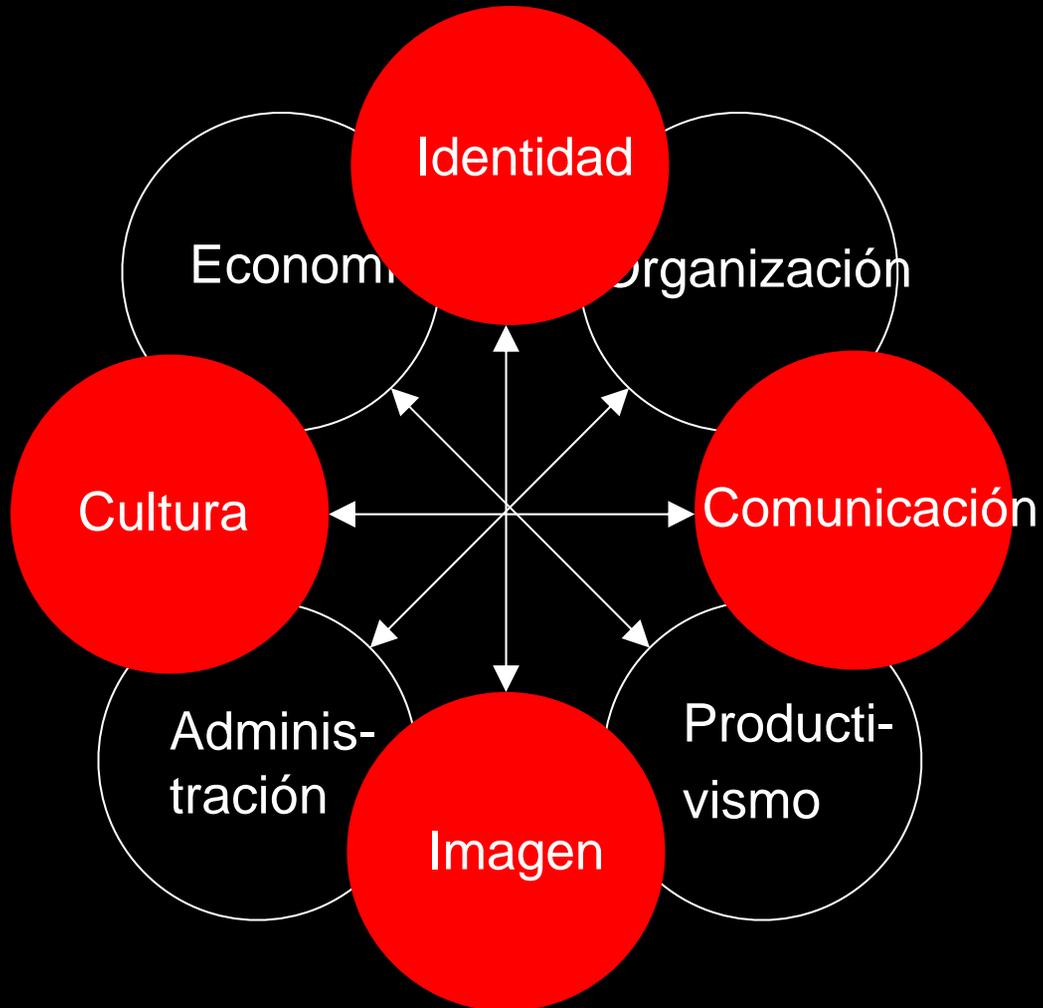
con la cultura de **Servicio**

El Paradigma del siglo XXI

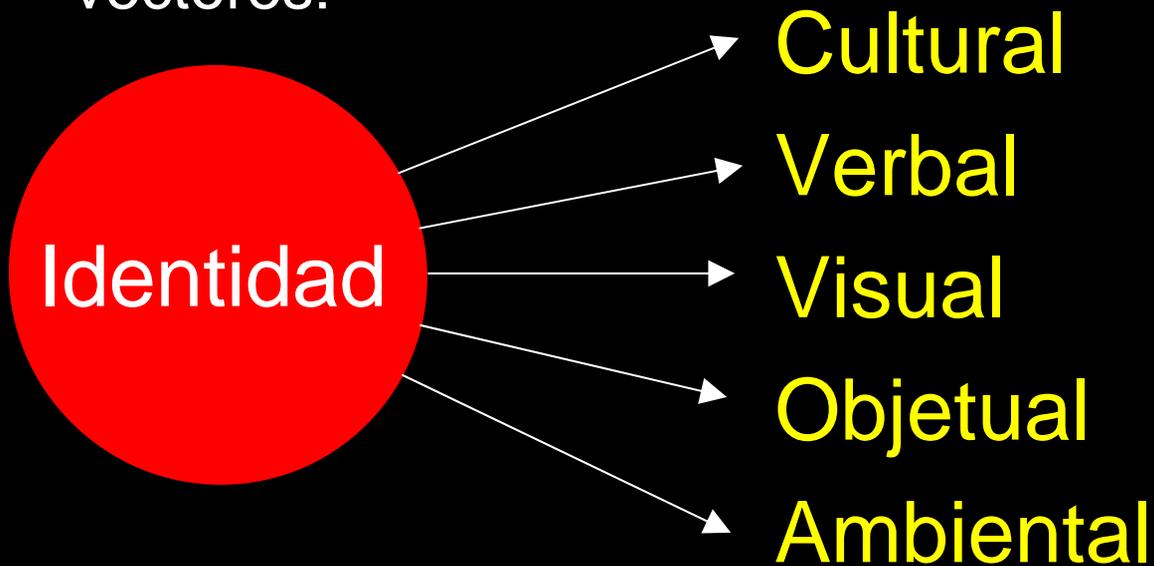
Los nuevos Valores intangibles



El Paradigma del siglo XXI absorbe y recodifica el anterior



- La Identidad es el ADN de las empresas.
- La Identidad se comunica a través de cinco vectores:





Cultura y cambios culturales

La Cultura corporativa es **estratégica, funcional y distintiva**

Proviene de la **Visión, Misión y Valores**

La Cultura se expresa en **hechos**

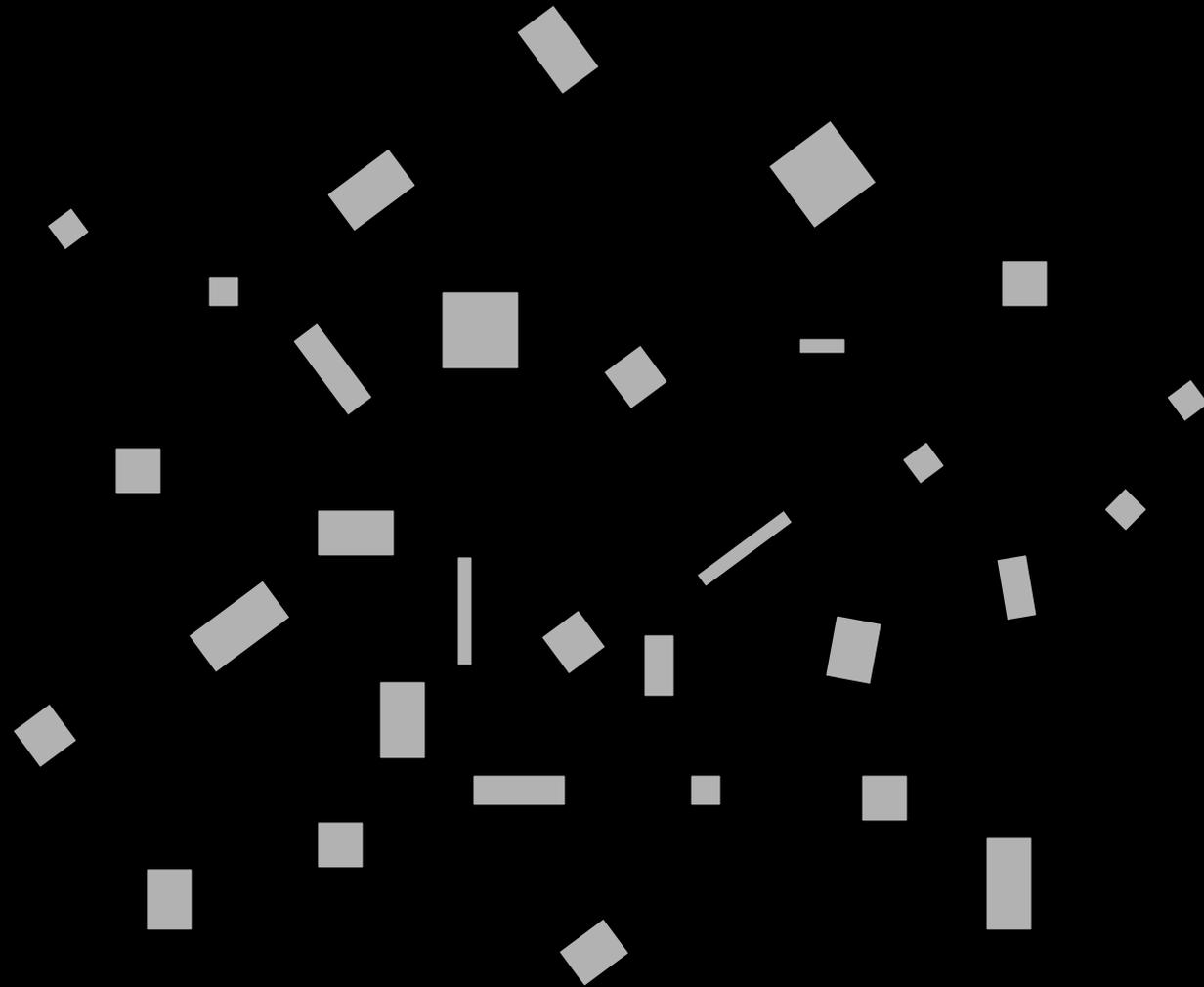
que manifiestan el estilo, la conducta Global y la

excelencia de la empresa.

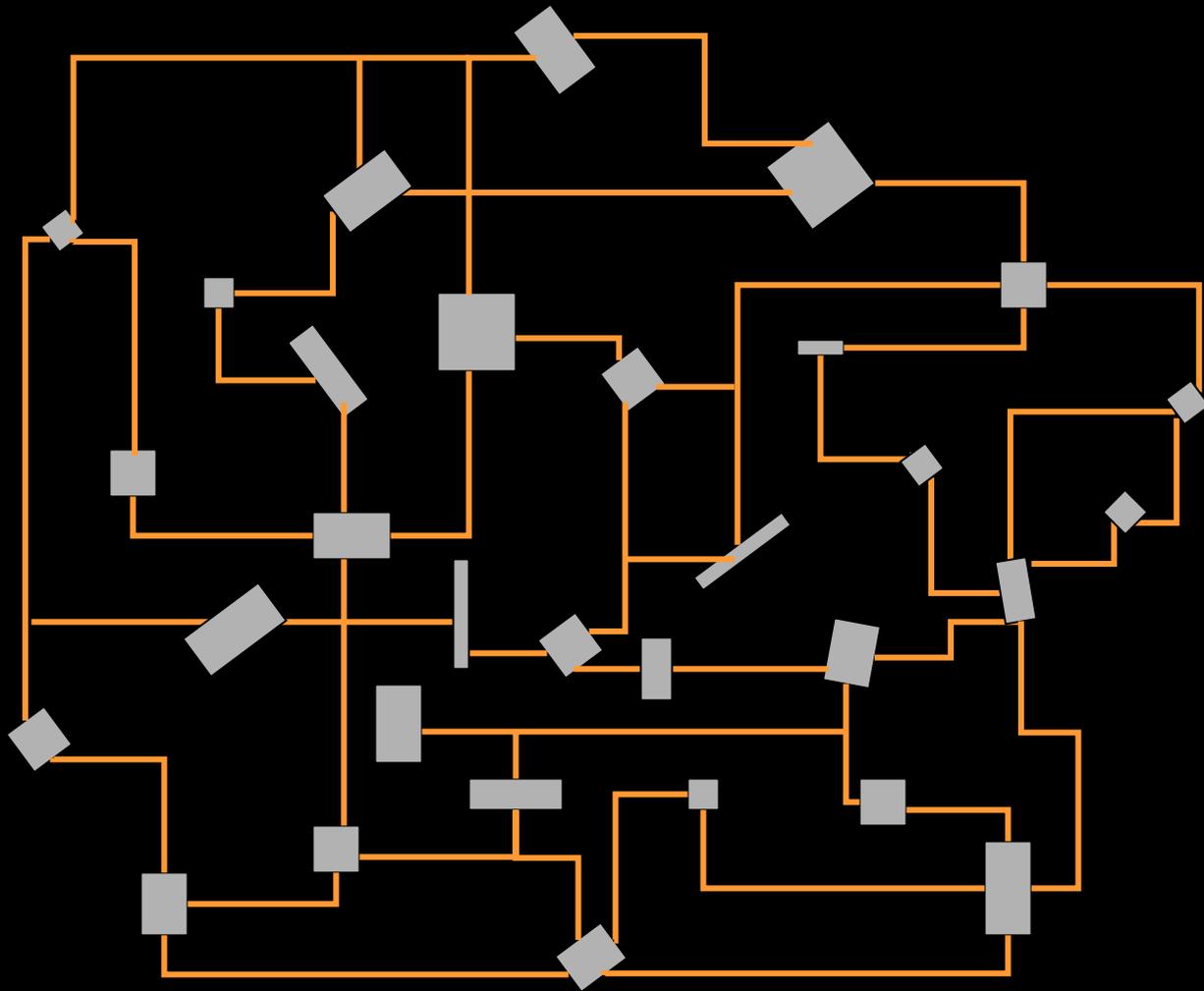


Comunicación el sistema nervioso central de la empresa

- Es el **flujo** que alimenta la organización
- El **nexo** entre la empresa y el entorno
- El **vínculo** entre empresa, mercado y sociedad
- La comunicación es **estratégica** y **operativa**, no sólo instrumental.
- Gestionar los vínculos es **gestionar la fidelidad**



Ruptura y fragmentación de la organización



Recomponer la unidad esencial de la empresa

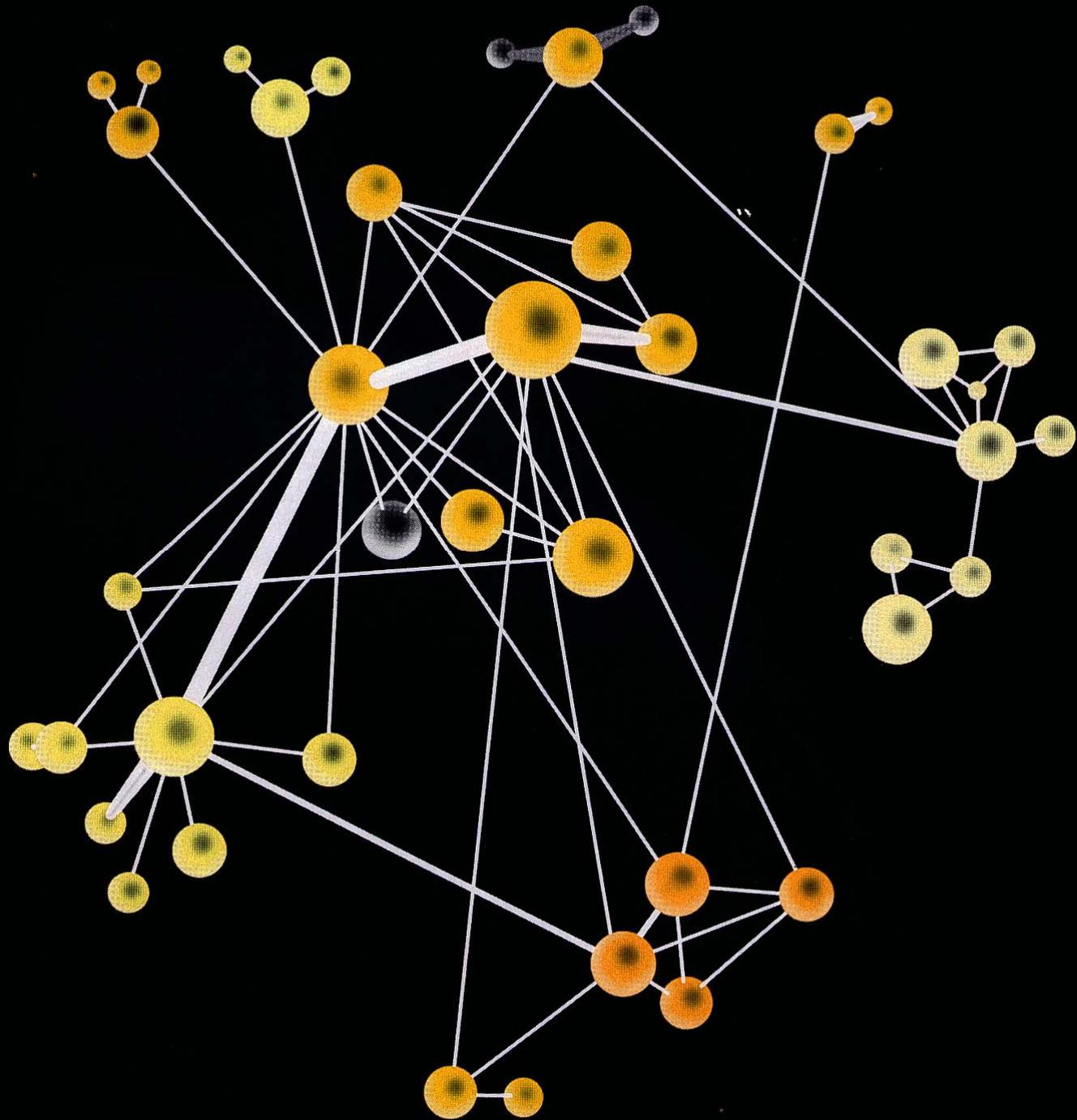


Imagen

Es una **representación mental** de la empresa, que funciona en el imaginario social y **determina** las **conductas** y **opiniones** de la colectividad

La gente no compra productos, si no la **imagen** de la marca

Pensamiento en red



www.joancosta.com
jcostass@teleline.es