

## ADECEC PRESENTA EL “DECÁLOGO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA COMUNICACIÓN”, JUNTO AL FORO DE MARCAS RENOMBRADAS



- Las relaciones públicas son un colaborador decisivo para impulsar la transformación digital de las marcas
- La jornada ha contado con el patrocinio de Augure by Launchmetrics
- Nuevas herramientas y transformación personal son las claves de este proceso de transformación
- Un proceso imparable y acelerado con el ciudadano - consumidor en el centro

**Madrid, 17 de junio de 2019** – ADECEC, la Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación, ha presentado el decálogo “La Transformación Digital en la Comunicación” en el acto desarrollado este lunes en ISDI. El encuentro ha logrado convertirse en Trending Topic en Twitter bajo el hashtag #ADECECDigitalización.

Para la presentación de este decálogo, ADECEC ha reunido a un importante panel de expertos en representación de empresas, consultoras de comunicación e instituciones. Los responsables de comunicación de compañías tan destacadas como Leroy Merlin, UCB Iberia, El Tenedor y Securitas Direct, junto al Director General del Foro de Marcas Renombradas, han destacado el trascendental papel de la comunicación en los procesos de transformación digital de empresas e instituciones, así como la relevancia de la transformación digital dentro de los propios servicios de comunicación y relaciones públicas.

Este decálogo de “La Transformación Digital en la Comunicación” ha sido desarrollado por ADECEC y cuenta con el aval del Foro de Marcas Renombradas que comparte este análisis de la industria de la comunicación. La jornada ha sido patrocinada por **Augure by Launchmetrics**.

En palabras de **Almudena Alonso**, presidenta de **ADECEC**, “como representantes de la industria de la comunicación y las relaciones públicas hemos desarrollado un documento de trabajo que sirva de referente en el ámbito de la comunicación y el marketing para entender y dar el valor que merece a un cambio fundamental en la manera de entender las relaciones entre personas y el mundo de los negocios. Un proceso en el que nuestros profesionales y las agencias de comunicación tienen un papel capital”.

**Pablo López**, director general del **Foro de Marcas Renombradas**, ha señalado que “compartimos totalmente los principios recogidos por ADECEC en este decálogo pues las marcas son conscientes de la importancia de la comunicación y sus herramientas en estos procesos de transformación que estamos viviendo”.



Pablo López, Director General del Foro de Marcas Renombradas, y Almudena Alonso, Presidenta de ADECEC

Como introducción a la jornada, se ha desarrollado una mesa redonda en la que las empresas hablaban sobre el rol de la comunicación en la transformación digital.

La presentación del “**Decálogo de la Transformación Digital en la Comunicación**” ha contado con una mesa redonda previa en la que han participado como moderador **Alberto Díaz García**, partner de **MIGRATION Business & Organization** y, como ponentes, **Rodrigo de Salas**, Director de Comunicación, Identidad Corporativa y Negocio Responsable de **Leroy Merlin**; **Abraham Martín**, Director de Marketing de **El Tenedor**; **Víctor Usó**, Digital Innovation Lead de **UCB**; y **Laura Gonzalvo**, Directora de Comunicación y Relaciones Públicas de Iberia & Latam de **Securitas Direct**.



Alberto Díaz (moderador), Partner de MIGRATION Business & Organization; Rodrigo de Salas, Director de Comunicación, Identidad Corporativa y Negocio Responsable de Leroy Merlin; Laura Gonzalvo, Directora de Comunicación y Relaciones Públicas de Iberia & Latam de Securitas Direct; Víctor Usó, Digital Innovation Lead de UCB; y Abraham Martín, Director de Marketing de El Tenedor

En sus intervenciones han destacado algunas de las ideas principales de la transformación digital desde su experiencia. En palabras de Rodrigo de Salas, es “fundamental poner a las personas en el centro, es necesario generar conexiones desde dentro de la propia empresa para así aumentar la productividad, y eso es posible gracias a la digitalización”. Así, Laura Gonzalvo señalaba que “estamos tratando de globalizar y unificar todo cuando realmente, una de las mayores ventajas de la digitalización es que nos permite segmentar las audiencias, y no sólo las externas, sino también las internas, para enviar unos mensajes mucho más efectivos”. Por su parte, Abraham Martín indicaba, “lo importante que es que la organización se muestre cercana y siempre disponible, ya que esta transformación de la que hablamos está necesariamente apoyada por las personas, y de otra manera no sería posible”. Es por esto que Víctor Usó insistía también en “la importancia de ofrecer la mejor experiencia individual a todos los stakeholders de la marca, esto lo conseguimos evaluando nuestras acciones y las necesidades de los públicos para poder alinear los programas de la empresa en búsqueda de soluciones integradas para todos los públicos”.

En definitiva, todos los ponentes coincidían en la idea de que la transformación digital se traduce necesariamente en una transformación cultural en la que el elemento sobre el que se desarrolla todo son las personas. La transformación digital está al servicio de los intereses y necesidades de los distintos públicos de la empresa.

Respecto a los distintos canales que están utilizando las marcas y cómo se está transformando la comunicación en un entorno cada vez más digitalizado, muchas marcas aprovechan sus

propios canales para ofrecer contenidos. “En esta era de la hipertransparencia”, comentaba Laura Gonzalvo, “se deben aprovechar estos canales para ofrecer una fuente de información veraz”. Rodrigo de Salas también afirmaba que “es importante construir una relación directa con el público, esto lo que permiten los canales propios de una manera muy precisa, pero no significa que los medios de comunicación hayan dejado de ser fundamentales”. Según Abraham Martín, “la marca debe estar donde los stakeholders están, por lo tanto, tienen que adaptar sus mensajes a los distintos medios según convenga de cara a las distintas audiencias”. “Sin ninguna duda una variable fundamental en la ecuación son las agencias de comunicación”, como señalaba Víctor Usó, “deben impulsar, ir siempre por delante y ayudar a crecer a las marcas. La consultora se convierte en estos procesos de digitalización en el *partner* ideal para las organizaciones”.

A continuación de la mesa redonda, **Violeta Zapata**, Responsable de Comunicación y Marketing de **Augure by Launchmetrics**, ha reflexionado sobre los niveles de digitalización de los procesos de comunicación y afirma que, “contar con una herramienta con la que puedas gestionar y registrar tus acciones de comunicación, bases de datos, coberturas y, además, que te permita elaborar informes a partir de todos estos datos conglomerados en tiempo real, es un valor añadido”.



Violeta Zapata, Responsable de Comunicación y Marketing de Augure by Launchmetrics

**Sobre ADECEC:**

La Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación, ADECEC, se fundó en enero de 1991 auspiciada por un grupo de profesionales, representantes de las principales empresas consultoras de Relaciones públicas en España, con el objetivo de difundir la práctica de la Consultoría de Comunicación y Relaciones públicas en nuestro país. [www.adecec.com](http://www.adecec.com)

**Más información:**

Patricia Vizcaíno: [comm.mng@adecec.com](mailto:comm.mng@adecec.com) - 917 819 119

Carlos del Hoyo, Vicepresidente segundo de ADECEC: [carlos.delhoyo@adecec.com](mailto:carlos.delhoyo@adecec.com)

**Sobre Augure:**

AUGURE (by Launchmetrics) es el software que te permite centralizar en una única plataforma la gestión de tus acciones de comunicación y marketing así como tus relaciones con medios, periodistas e influencers. A través de un completo portfolio de servicios, ayuda a más de 1.000 equipos de comunicación y marketing a identificar e impulsar las relaciones con personas influyentes de su sector, a gestionar sus campañas de comunicación, aumentar y llevar a cabo el seguimiento de sus impactos y a multiplicar su alcance.

[www.Augure.com/es](http://www.Augure.com/es)