

27 / 04 / 2015 [f](#) [t](#) [in](#) [g+](#)

Innovación y Comunicación



Los ponentes han contestado a las preguntas y dudas de los socios al finalizar sus exposiciones

Sobre innovación en comunicación ha tratado la última jornada que ha organizado Dircom para sus socios, en colaboración con Territorio Creativo, que ha ofrecido su sede para este encuentro. Los ponentes de esta jornada se han propuesto explicar qué es la innovación en el sector de la comunicación, así como las mejores estrategias para darla a conocer.

José María Palomares, director de Comunicación Corporativa para España y Portugal de la Universidad Europea y vocal de Innovación de la Junta de Dircom, ha sido el presentador de este evento en el que, se ha puesto en consonancia la comunicación y la innovación.

José María Palomares, dircom de la Universidad Europea: Inn... [🕒](#) [🔗](#)



Innovación vs. creatividad según José Mª Palomares, director de Comunicación Corporativa para España y Portugal de la Universidad Europea

La innovación es energía

Lo primero ha sido explicar qué es la innovación. El consultor de desarrollo personal y profesional y Assistant Professor de Insight Management en el IE Business School, **Jorge Urrea**, ha asegurado que la innovación es energía. Antes de nada, Urrea ha puesto en pie a todos los asistentes para activar la energía en el lugar. Por eso, el profesor del IE ha insistido en que:

- La innovación no es fruto de la financiación, sino el resultado de la energía movilizadora de las personas. "La innovación es el resultado de la combustión del talento de las personas".

Noviembre 2015

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sá	Do
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	1	2	3	4	5	6

Más leídos

Los 4 puntos a tener en cuenta en la relación entre la comunicación y el marketing, por Gildo Seisdedos

Dircom supera la cifra de los 950 miembros

La comunicación es móvil

Las vivencias de los empleados, principal pilar de la Comunicación Interna

Montserrat Tarrés: "Comunicar con conciencia es una obligación en las organizaciones"

Repercusión

Diario de Valladolid: "Un taller organizado por Dircom pone de relieve que una presentación "debe ser visual, tener un mensaje y contar una historia"

El Publicista: "V Encuentro de comunicadores y IV Premios Talento comunicativo"

Europa Press: "DIRSE y DIRCOM se unen para trabajar en Responsabilidad Social Empresarial"

Murcia Economía: "Ricardo Gómez destaca el papel de las emociones en la gestión de la reputación"

Corresponsables: "Gran parte del éxito de la RSE pasa por una buena comunicación interna"

- "Innovar es hacer las cosas un poco mejor cada día y así ser sostenible en el tiempo". De este modo, la innovación debe ser un estilo de vida tanto personal como profesional. Esta es la razón por la que Urrea ha aconsejado practicar la meditación porque "fomenta el alto rendimiento durante los procesos creativos".



La innovación es energía por Jorge Urrea, consultor de desarrollo personal y profesional

Métodos para explotar la innovación en la empresa

Respecto a los distintos métodos para fomentar la innovación, ha hablado **Luis Miguel Ciprés**, CEO de Barrabés Next. En el mundo actual globalizado, la marca de una empresa es comparada en cualquier parte del mundo y sector. La complejidad del mundo ha roto los esquemas y ha provocado la necesidad de "crear una fórmula de trabajo no demasiado larga, porque cambiará rápidamente". Ciprés ha hecho hincapié en que:

- "Una metodología bien usada es la que fomenta la innovación y la operación en desarrollo de cualquier compañía".
- El proceso creativo debe seguir unas pautas que comienzan con el desarrollo de una idea innovadora, que suponga un reto y que debe pensarse (think out of the box) y que se elabora para conseguir unos resultados. Sin embargo, antes de ponerlo en práctica, hay que elegir el mejor método para lograr los objetivos ideados.
- Las metodologías de innovación y emprendimiento más empleadas en este momento son la Insight-led Inn, que consiste en descubrir las necesidades y deseos de los consumidores para satisfacerlos y la design thinking, que aplica la forma de pensar de los diseñadores de producto a la resolución de problemas con soluciones atractivas y variables.
- un proceso de innovación nunca es la clave del éxito porque puede fallar. Lo importante es usar un método de innovación es que "sirva para hacer que suceda- el éxito- más veces y mejor".



Los métodos para explotar la innovación en la empresa según Luis Miguel Ciprés, CEO de Barrabés Next

Cómo comunicar la innovación

Por su parte, **Mildred Laya**, directora de Comunicación y Marketing de Salesforce, ha planteado los cambios en el paradigma en el modelo tradicional de comunicación:

- "El mayor factor disruptivo de la comunicación ha sido el canal como resultado de la aparición de las nuevas tecnologías". Con este cambio, el receptor de los mensajes se ha convertido también en emisor, lo que genera un feedback de información en tiempo real".
- También han aparecido nuevas formas de presentar el mensaje. "El diseño ayuda a transformar los contenidos y favorece a la innovación en los procesos comunicativos".
- Si los dispositivos tecnológicos han marcado un cambio en el modelo de comunicación, "los profesionales deben centrarse en el mensaje y crear contenidos atractivos, innovadores, emocionantes y universales.
- Una alternativa innovadora para comunicar es el uso del visual thinking, a través del uso de infografías.

Mildred Laya, directora de Comunicación y Marketing de Sale...  



Cómo comunicar la innovación según Mildred Laya, directora de Comunicación y Marketing de Salesforce

Innovar la comunicación

Finalmente, el Director General Ejecutivo de Territorio Creativo, **Fernando Polo**, ha cerrado la jornada explicando las claves de la innovación en el sector de la comunicación:

- Parece que la innovación está en la marca. Sin embargo, la Comunicación Corporativa no debe ser aburrida, por eso "los dircoms deben ser personas innovadoras porque el que piensa e innova debe actuar para romper los paradigmas e innovar constantemente".
- "Las notas de prensa están sobrevaloradas. Las empresas deben ser también medios de comunicación que den a conocer lo que hacen. La credibilidad de las empresas consiste en hacer que la comunidad hable de la compañía. "Los nuevos medios tecnológicos- blog, redes sociales...- son una fórmula para innovar en comunicación, pero para ello hay que arriesgar".

Fernando Polo, director General Ejecutivo de Territorio Creati...  



Las claves de la innovación en el sector de la comunicación para Fernando Polo, director General Ejecutivo de Territorio Creativo

Partners



[Sala de Prensa](#)

[Mapa Web](#)

[Aviso Legal](#)

[Contacto](#)

[Volver Arriba](#)

Asociación de Directivos de Comunicación © 2014

Paseo de la castellana, 193, 1ªplanta, 28046 Madrid (Spain) - Telf: (+34) 91 702 13 77

