

Resultados proyecto Experiencia de Socio Dircom

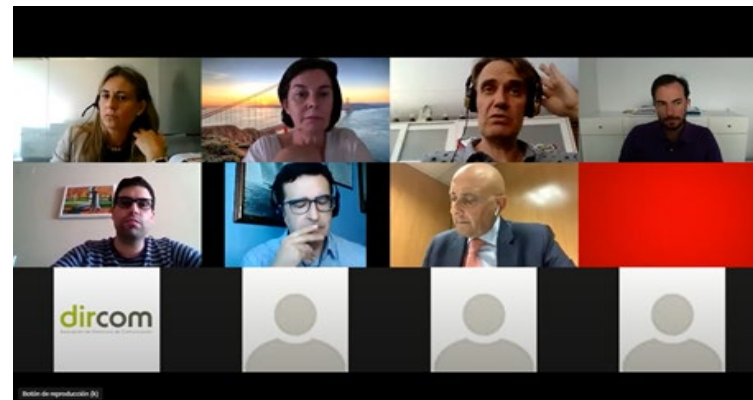


Objetivo del proyecto:

Liderado por la Vocalía de Participación a instancias de la Junta Directiva de Dircom

Conocer y pulsar las necesidades y expectativas de futuro de los socios a través de un proceso de escucha activa abierto y colaborativo.

La irrupción de la covid-19 incorporó una nueva perspectiva en la hoja de ruta del proyecto. Quisimos **entender en qué medida la pandemia ha marcado las experiencias profesionales de los socios** durante 2020 y 2021 y **conocer qué nuevas maneras de trabajar y relacionarnos con nuestros stakeholders** han surgido en estos meses.



Metodología



5 sesiones de **escucha activa** (2 presenciales y 3 online)



Contamos con **socios de todos los territorios**.



Para las sesiones online se trabajó con un cuestionario estandarizado



Se utilizó una herramienta digital de participación que permitía visualizar los resultados de forma atractiva en tiempo real favoreciendo la discusión y debate posteriores.

BLOQUES DE CONTENIDOS

Bloque I.
Experiencia del Socio, enfocado a conocer qué hechos concretos destaca el socio del tiempo que lleva como tal y por qué recomendaría asociarse a Dircom.

Bloque II.
Perfil profesional, habilidades y talento Dircom, con especial hincapié en conocer qué nuevos hábitos y relaciones han adquirido los socios durante los meses de pandemia.

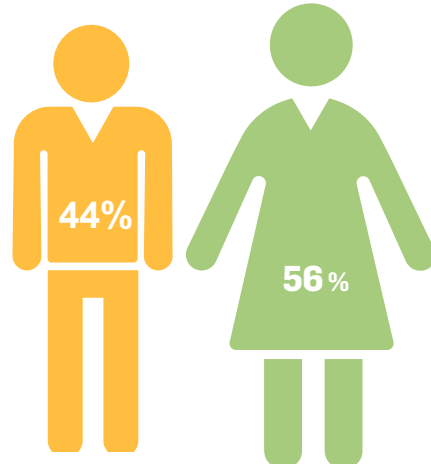
Bloque III.
Global Capabilities Framework, orientado a sondear el estatus de los socios respecto al marco de competencias de los directivos de la comunicación.

Bloque IV.
Una visión a futuro, centrado en valorar las opiniones de los socios sobre cómo evolucionarán en los próximos cinco años cuatro áreas clave de actividad: los eventos, la formación, los contenidos y el *networking*.

Perfil:

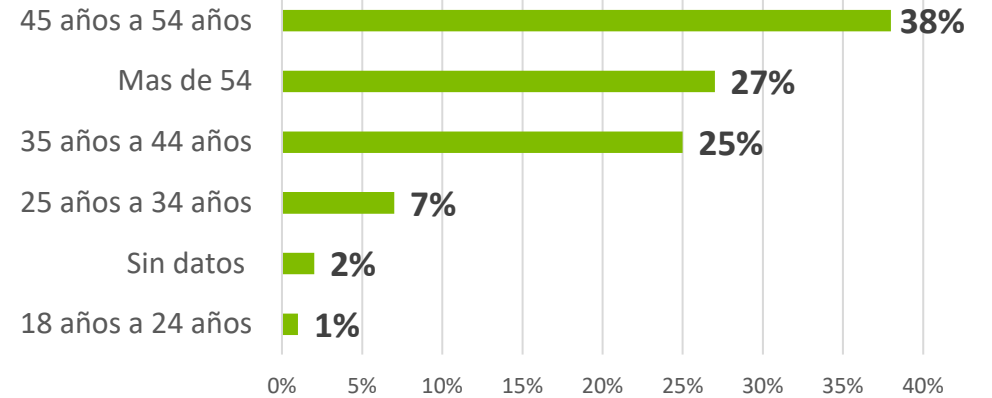
- **90** socios participaron. Casi un **10%** de los socios de Dircom.
- La **distribución de perfiles participantes es muy similar**, en edad, antigüedad como socio, género y tipología, a la **muestra general de asociados de Dircom**.
- El **75%** de los participantes correspondía a socios presentes en los **distintos territorios**.

Género

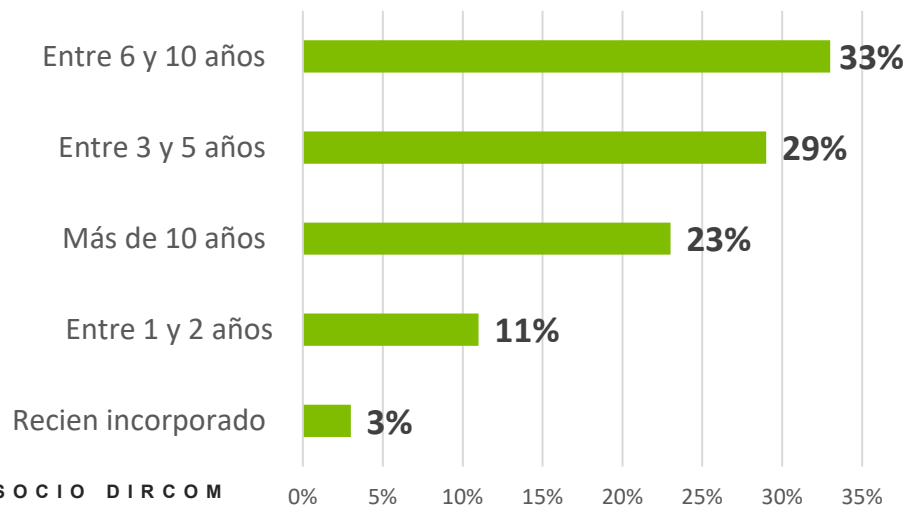


Edad

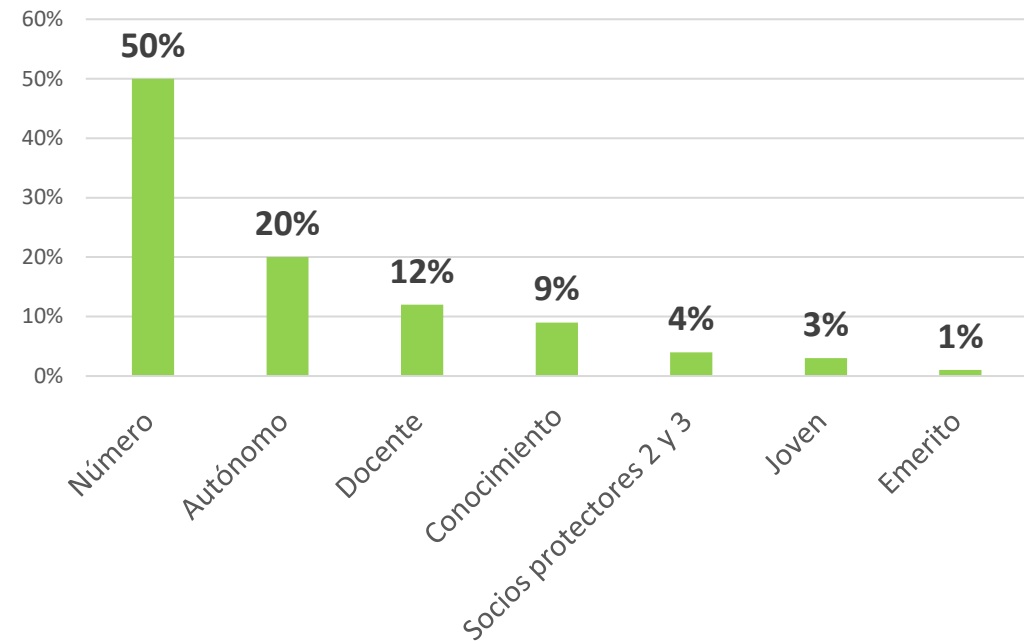
dircom



Antigüedad



Categorías

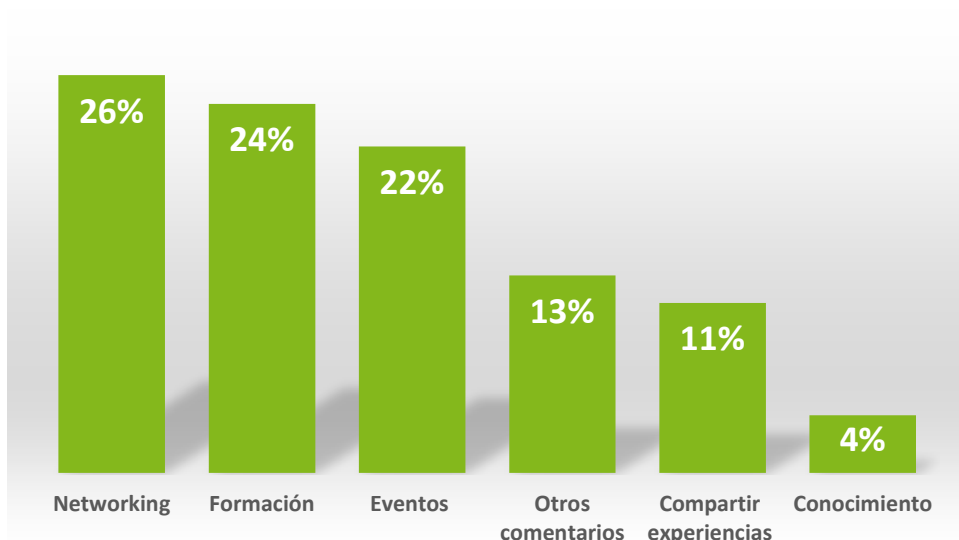


RESULTADOS

Bloque I

Experiencia del Socio

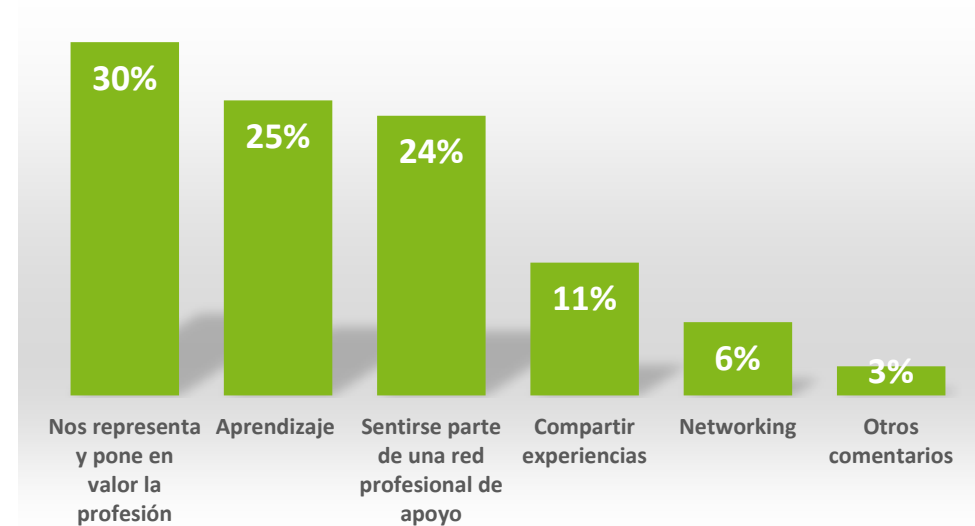
¿Qué ha sido lo mejor durante este tiempo como socio?



Otros comentarios. Detallado:

- Asistir de ponente (3%)
- Empleo (2%)
- Visibilidad (2%)
- Comisión Global Alliance (1%)
- Vocalías (2%)
- Acercamiento online (1%)

Me gusta Dircom y lo recomendaría porque...



Otros comentarios. Detallado:

- No lo he recomendado (1%)
- Facilita el acceso a oportunidades (1%)

Bloque II

Perfil Socio

¿Qué nuevos hábitos profesionales y relacionales has adquirido durante los últimos meses y piensas mantener?

Otros comentarios.

Detallado:

- Reducción de viajes que no requieran presencia física (3%)
- Formatos Híbridos (3%)
- Apertura a través de terceros para no conectar a puerta fría (1%)
- Somos más estratégicos (1%)
- Poner en valor la comunicación interna. Ha sido crucial durante la pandemia del COVID19 y el objetivo es mantenerla (1%)



Bloque II

Perfil Socio

¿Cuáles serán los principales retos de los dircoms en los próximos años?

Otros comentarios.

Detallado:

* 1% en todos los comentarios

- Psicología y neuromarketing asociada a la comunicación
- Big data
- Adaptación al cambio
- Gestión de equipos
- Directorio y encuentro nacional
- No perder el norte frente al exceso de posibilidades tecnológicas
- Humanísticas y tecnológicas
- Curiosidad
- Multidisciplinariedad
- Alianzas entre socios



Bloque II

Perfil Socio

¿Qué habilidades debemos desarrollar para afrontar los nuevos retos?



Bloque III

Global Capabilities Framework

- 
 Áreas en las que tienen más competencias
- 
 En cuáles les gustaría recibir más formación



Bloque IV

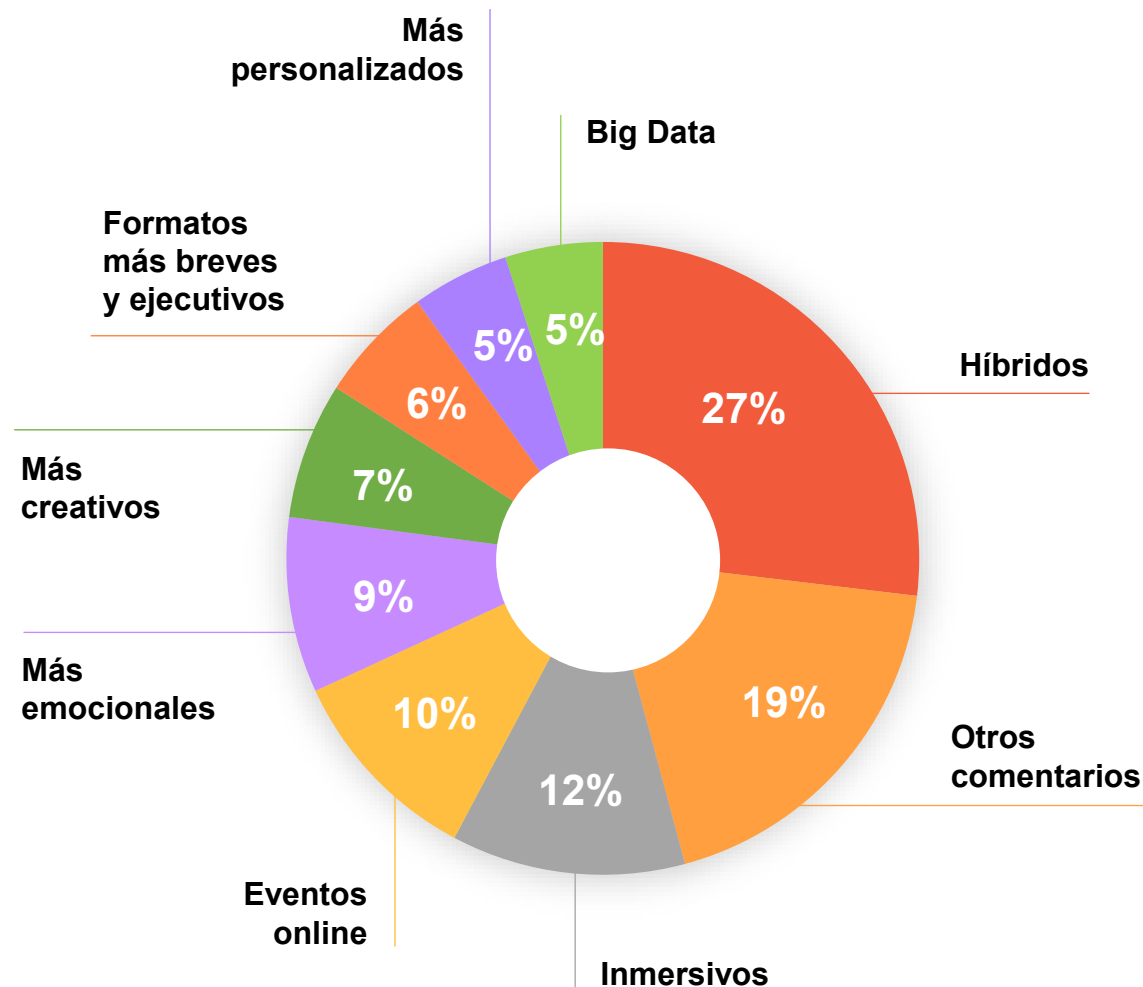
Futuro. Eventos

¿Cómo evolucionarán los eventos en los próximos 5 años? (no en Dircom, sino en general).

Otros comentarios. Detallado:

* 1% en todos los comentarios

- Será una acción estrella del elenco PR
- Más *partnership* en la organización de eventos
- Distintas ubicaciones. Jornadas de reflexión, pocas pero muy intensas
- Más eventos internos dentro del espacio de la misma empresa
- Serán multidisciplinarios e intergeneracionales
- Contenidos SEO de las organizaciones
- Contexto lúdico, más relaciones sociales
- Eventos más globales, ponentes de todo el mundo
- Más peso al contenido
- Eventos más ecológicos. Entornos sostenibles.
- Más práctica menos teoría
- Neuroeducación. Formación en *soft skills*



Bloque IV

Futuro. Formación

¿Cómo evolucionará la formación en los próximos 5 años? (no en Dircom, sino en general).

Otros comentarios. Detallado:

* 1% en todos los comentarios

- Fomentar el pensamiento crítico para filtrar la desinformación y las *fakenews*
- Proactiva
- Diversidad
- Con objetivo de *engagement* (no tanto objetivo de rol didáctico)
- Formación más colaborativa y multicanal
- Introducción de asignaturas de comunicación en todos los ámbitos
- Análisis de datos
- Otras plataformas. LEX



Bloque IV

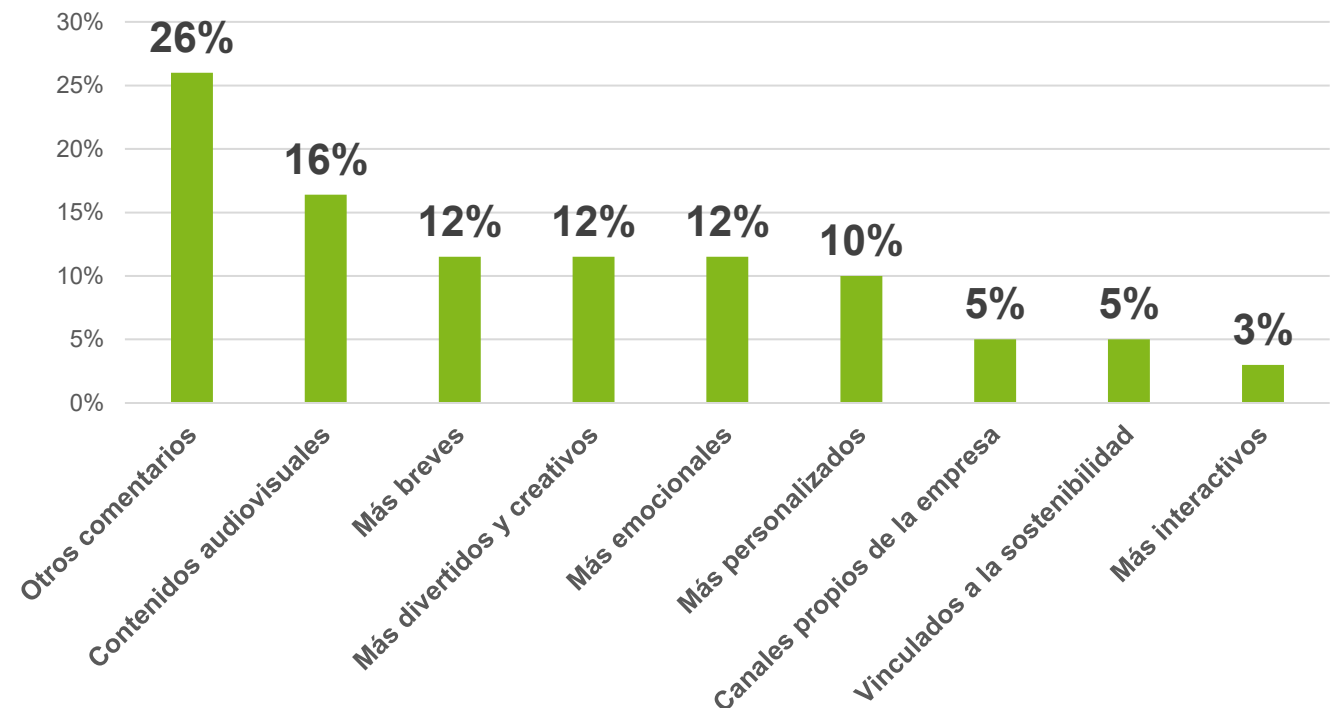
Futuro. Contenidos

¿Cómo evolucionarán los contenidos en los próximos 5 años? (no en Dircom, sino en general).

Otros comentarios. Detallado:

* 1% en todos los comentarios

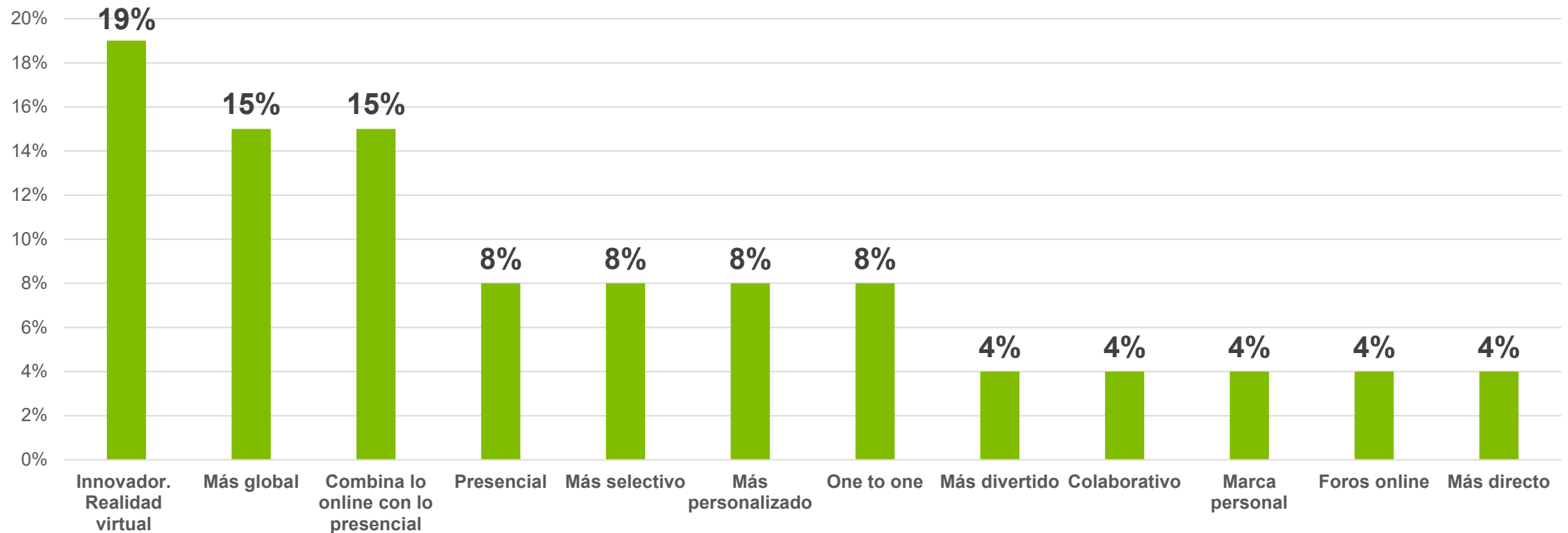
- Contenidos interesantes para la audiencia y no para la organización
- Contenidos más transversales
- Contenidos de comunicación más vinculados a marketing
- Contenidos más vinculados al propósito de la empresa
- Mundo podcast, todavía por explorar y utilizar de manera más efectiva
- Co-creación de contenidos con los empleados de la propia empresa
- *Storytelling branded content*
- Contenidos SEO /copy
- Inteligencia contextual
- Colaborativos
- Multiformato
- Transmedia
- Contenidos que generen conversación
- Más globales
- El contenido se valora en función de la reputación de quien lo firma
- Poca marca



Bloque IV

Futuro. Networking

¿Cómo evolucionará el Networking en los próximos 5 años? (no en Dircom, sino en general).



Bloque IV

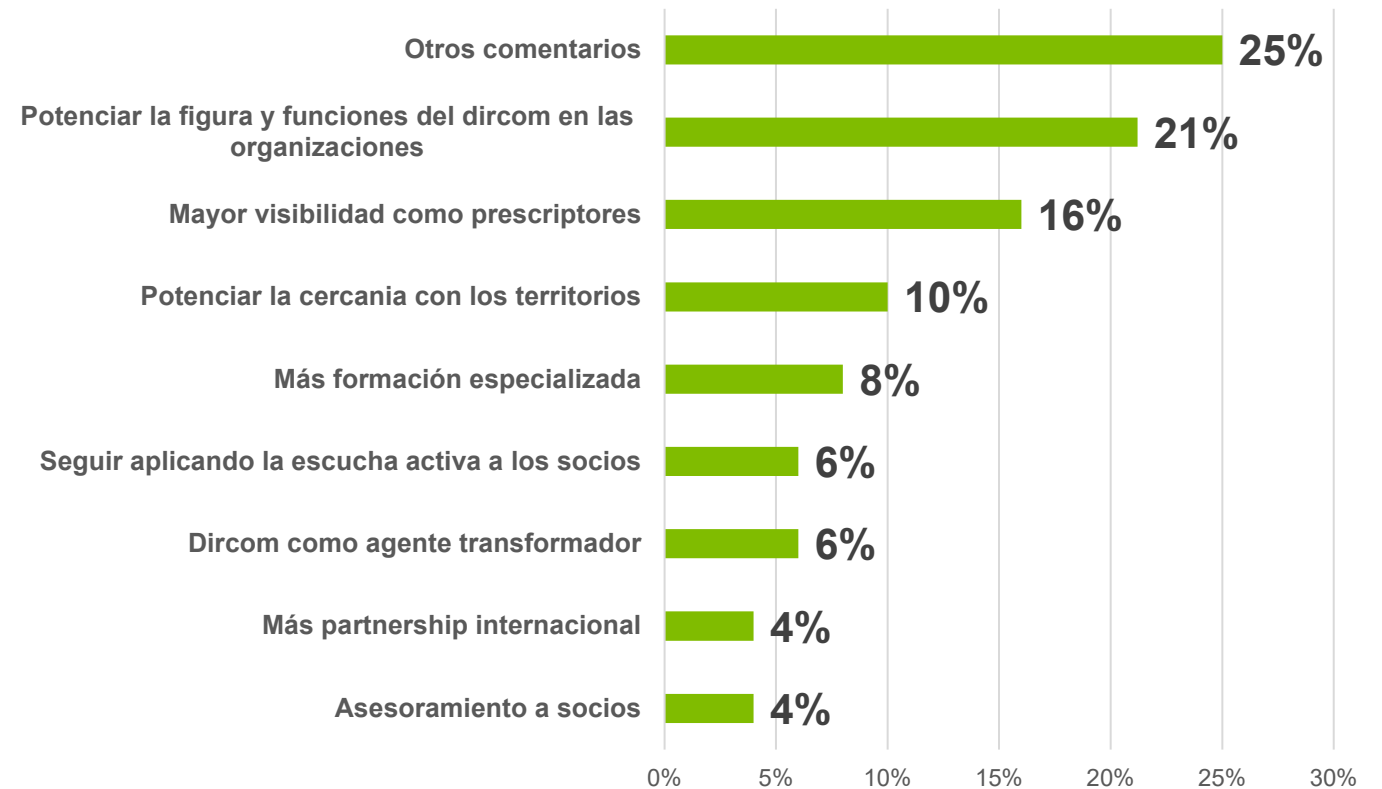
Futuro.

Dircom sería mucho mejor aún el futuro si...

Otros comentarios. Detallado:

* 1% en todos los comentarios

- Contar con interacción de personas más jóvenes de diversas generaciones
- Focalizar por sectores estratégicos
- Hacer premio muy reputado
- Los grandes dircoms deben apoyar a los que empiezan o están en territorios
- Mayores acciones de networking, a pequeña escala y a gran escala
- Potenciar el emprendimiento, aprender de las startups
- Saber transmitir la importancia y esencia, las personas son el foco
- Si se implicaran y participaran los grandes gurús y dircoms de las grandes empresas que demostrarían así su compromiso real
- Visibilizar mujeres dircom desde Dircom
- Benchmarking
- Potenciar mas la creatividad. Ser mas exigentes
- Aumentar el número de socios
- Mayor peso a los socios



CONCLUSIONES

Experiencia de Socio

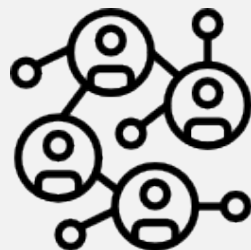
Conclusiones

La importancia de estar conectado y actualizado: valoran las oportunidades de interacción con otros profesionales del sector que les ofrece el hecho de formar parte de la asociación.

Mantenerse al día sobre las tendencias en comunicación mediante actividades formativas y eventos es otra área de interés prioritario.

Sentimiento de comunidad: valoran la labor de Dircom en representación de la profesión y en favor del posicionamiento de la función de comunicación y de sus profesionales.

Destacan hecho de que **la asociación les permite sentirse parte de una red profesional que comparte intereses e inquietudes.**



Las tres actividades que más valoran los socios de su experiencia con Dircom son, **networking**, el aprendizaje continuado a través de las diferentes **actividades formativas** que propicia la asociación y los **eventos** que organiza.

Compartir experiencias e inquietudes entre los socios y con otros profesionales de la comunicación y mejorar conocimientos y capacidades son otras cuestiones destacadas por los participantes.

Perfil profesional

Conclusiones

Digitalización intensiva: los meses de pandemia han incorporado nuevos hábitos, entre los más destacados: el uso intensivo de **reuniones virtuales**, la **digitalización de los eventos** y una sensación de **mayor productividad asociada al teletrabajo** y al empleo de herramientas telemáticas. Algunos socios dan cuenta de cómo la distancia social ha hecho emerger la **necesidad de trabajar la empatía y las relaciones en las organizaciones**.



Retos de futuro: los socios visualizan importantes desafíos en el horizonte, la variabilidad de respuestas es notable. Entre los conocidos, **poner en valor la función de comunicación**, una inquietud recurrente, o la creciente percepción de la necesidad de **alinear la comunicación con el marketing** y la oportunidad de que los profesionales ejerzan un **liderazgo transformador** dentro sus organizaciones. Llama, sin embargo, la atención el porcentaje de respuestas que señalan aspectos que han adquirido relevancia durante la pandemia, como **conectar a los empleados con el propósito** o la preocupación por la **empatía**.

Habilidades a desarrollar: las habilidades blandas o **soft skills** emergen como **territorio de creciente interés** para los socios. **Inteligencia emocional, empatía, capacidad de liderazgo o creatividad** se señalan de forma destacada como competencias que deben pasar a formar parte del *kit* de herramientas del directivo de comunicación, por delante, incluso, de las digitales. Otra dimensión que concita el interés es la que se ha agrupado bajo el epígrafe **visión de negocio** y se refiere a las disciplinas o conocimientos orientados al marketing, la información financiera, la obtención y medición de resultados y a la estrategia.

Necesidades percibidas GCF

Conclusiones

Competencias más destacadas:

- Construir y fortalecer la reputación de las organizaciones
- Facilitar relaciones y construir credibilidad con grupos de interés internos
- Aconsejar y actuar como asesor con credibilidad para la organización

Competencias menos destacadas:

- Desarrollarse como profesional mediante formación profesional continuada
- Trabajar en un marco ético de referencia en representación de la organización
- Realizar investigación evaluativa para respaldar las estrategias y tácticas de comunicación

Competencias que despiertan mayor interés formativo:

- Comunicar de forma efectiva a través de diferentes plataformas y tecnologías
- Realizar investigación formativa y evaluativa para respaldar las estrategias y tácticas de comunicación



Proyección a futuro.

Próximos 5 años

Conclusiones



EVENTOS

- Se combinarán el **formato online** con el **presencial**
- **Más inmersivos**
- **Mayor carga emocional**
- **Más creativos**
- **Mayor tendencia a la personalización** gracias al poder de los datos



FORMACIÓN

- **Formato híbrido**
- **Más personalizada**
- Se incorporan las **soft skills** como contenido formativo



CONTENIDOS

- Tenderán a priorizar el **formato audiovisual**
- Serán más **breves**
- Más **creativos**
- Mayor **carga emocional**
- Buscarán la **personalización**



NETWORKING

- Más **global**
- **Innovador**
- Combinará el formato **presencial y virtual**
- Más **personalizado y selectivo**

Proyección a futuro.

Dircom

Conclusiones

Continuar impulsando la **representatividad del colectivo** profesional y de la **función del dircom** en las organizaciones

Que los profesionales de la comunicación tengan **mayor visibilidad como prescriptores**

Actuar como **agente transformador**

Potenciar la **cercanía con los territorios**

Seguir aplicando la **escucha activa a los socios**

Aumentar la **formación especializada**



Agradecimientos

Este proyecto no hubiera sido posible sin la colaboración generosa de:

Andrea Acha
Alejandro Aisa
Pablo Alarcón
Isabel Alba
José María Albalad
Nuria Alonso
Jordi Aragonés
Maite Arocas
José Alfonso Arregui
María Arroyo
Carmen Ayala
Amalia Baltar
Juan Barbacil
Oscar Barroso
Carolina Beguer
Amaya Belacortu
Pati Blanco
Carlos Boga
Johanna Cáceres
Gabriele Cagliani

M^a Esther Campos
Ana Carretero
Esther Castellano
Antonio Castillo
Gabriela Castillo
Emma Cid Pinal
Mariola Conde
Carlos Correa Paz
Fernando Cortés
Verónica Crespo
Raquel Crespo
Eugenia Cuenca-Romero
Manuel de la Hoz
Irene de Latorre
Lucía del Valle
Tesa Diaz-Faes
Ignacio Domínguez
Pascual Donoso
Mirta Drago
Luis Durango

Izaskun Ezcurra
Flor Fernández
Luis Fraga Pombo
Alejandra Fraile
Stephan Fuetterer
Teresa García
Pilar García Pérez
Elena García-Lechuz
Mariola García
Boris Gayoso López
Víctor Gil
Oriol Giménez
Guillermo Gistau
Cristina Gómez
María G. Gómez y
Patiño
Luis González
Isaac González
Mercedes Gracia
María Gracia
Ignacio Iraburu

Margarita Jerez
Virginia Knörr
Iñaki Lázaro
Neus López
Francisco J López
Isabel López- Rivadulla
Javier Lozano
LLYC
Mamen Manjón
Enrique Marí
Gonzalo Márquez
Gemma Martín
Santiago Martín
Helga Martínez
Olalla Martínez
José Miguel Martínez
Helga Martínez
Jesús Melero
María Merino
Paloma Miña
Susana Miquel

José María Moncasi
María Montijano
Marta Muñoz
Tania Muñoz
Eva Marina Muñoz
Juan Manuel Muñoz
Diego Alonso Nájera
Asunción Navarro
Marjorie Nétange
José María Nogueira
Piluca Núñez
Rosa María Pellicero
Isabel Perancho
Pau Pérez
Arantxa Pérez
Carmen Queipo
Celia Rangel
Ana Robledo
Clara Rodrigo Stinus

Isabel Rodríguez
Rosa Ruiz
Guillermo Sanahuja
María Sande
Roberto Sanz
Ferran Serrano
Jaime Suárez
Eva Toledo
Rubén Torguet
Marta Tornos
Xavier Torras
Marta Gabriela Tudela
Victor Ucles
Ruth Vázquez
Jaime F. Velázquez
Dennis Gustavo
José Juan Verón
Begoña Vilata
Manuel Viñas