

EUROPEAN COMMUNICATION MONITOR 2023

**LOOKING BACK AND AHEAD:
15 YEARS OF RESEARCH ON STRATEGIC COMMUNICATION.**

ORGANISED BY:



EACD
EUROPEAN ASSOCIATION OF
COMMUNICATION DIRECTORS

PARTNERS:

CISION



adc'
ASOCIACIÓN DE
CONSULTORAS DE
COMUNICACIÓN





Who we are



What we do



Membership

Welcome **Ángeles Moreno**
[Edit info](#) [Log out](#)

[Home](#)

[Home](#)

[EUPRERA News](#)

ICA Pre-Conference in San Diego - 19.10.2016
Abstract submission until December 9, 2016
[Read more...](#)

EUPRERA 2017 Congress in London - 15.10.2016
Abstract submission until February 24, 2017
[Read more...](#)

Job opportunity - 10.10.2016
Instructor or Assistant Professor in Chicago
[Read more...](#)

EUPRERA Board of Directors - 05.10.2016
Elected new members for the year 2017
[Read more...](#)

[EUPRERA Book Series](#)



Past congress books
30% discount
until October 30
[order now!](#)

[Emerald Journals](#)

Your institution may be interested in having access to a select number of **Emerald journals at a preferential rate**. Require the special offer,

[CPRE survey](#)

The Commission on Public Relations Education needs your help! Please join practitioners and educators from around the globe by participating in an important survey to **explore the current state of undergraduate public relations education**. Filling in the questionnaire will give you a chance to win one of five **\$100 Amazon gift certificates**.



[Like](#) You and 1K others like this.



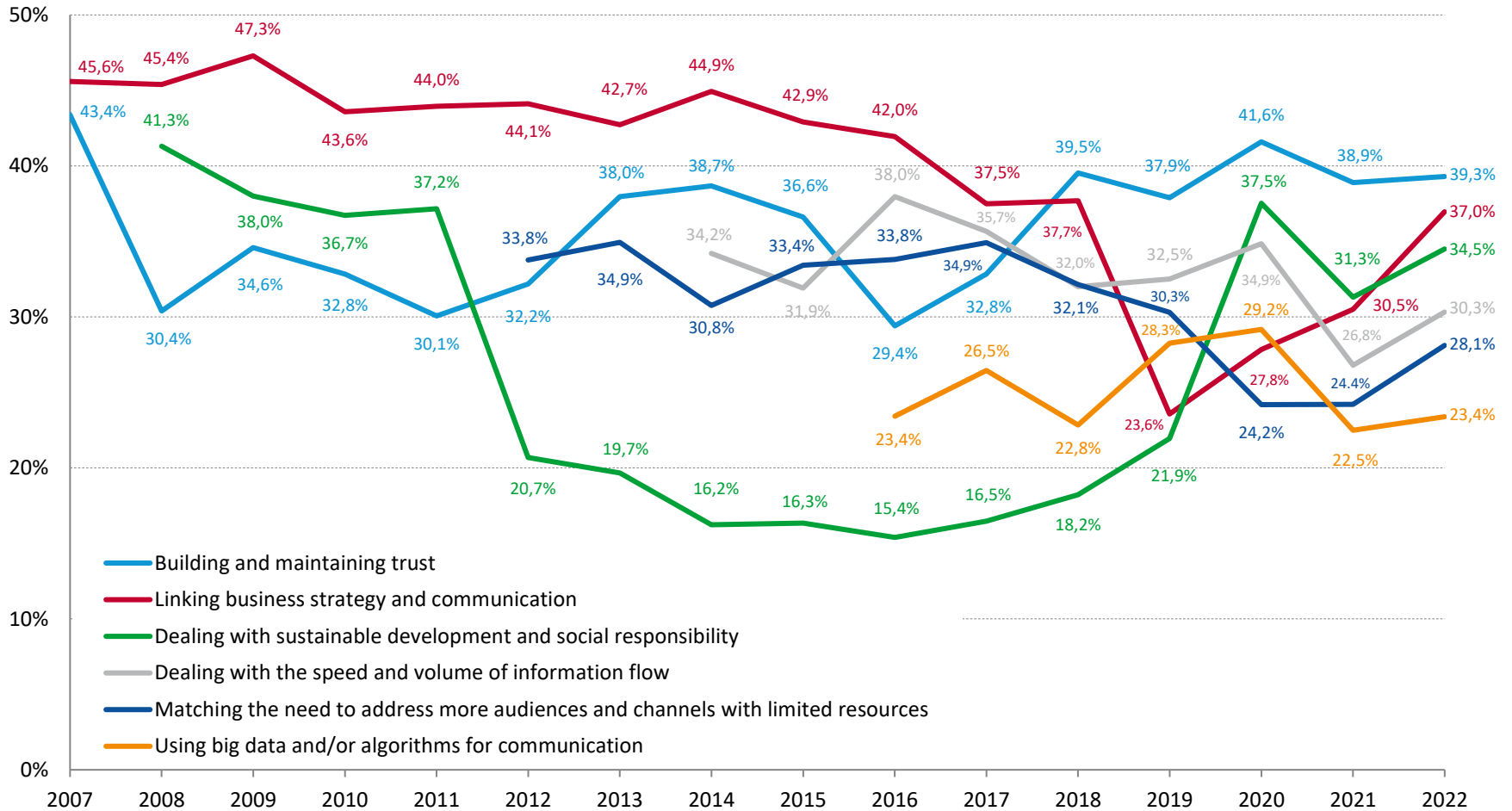
European Public Relations Education and Research Association (EUPRERA)



European Communication Monitor
Global Communication Monitor

LOOKING BACK

LONGITUDINAL MOST IMPORTANT STRATEGIC ISSUES FOR STRATEGIC COMMUNICATION IN EUROPE FROM 2007 TO 2022



LOOKING AHEAD

LOOKING AHEAD: KEY INSIGHT AND DRIVERS OF SUCCESS FOR THE NEXT DECADE

1 Aprovechar el potencial de tech avanzada y el uso de datos

PAGE 10

2 Desarrollar competencias excepcionales y nuevos retos profesionales

PAGE 18

3 Alcanzar e impactar a las audiencias en un mundo hiperconectado

PAGE 26

4 Liderar y motivar equipos extraordinarios

PAGE 34

5 Construir relaciones en tiempos de desinformación y desconfianza

PAGE 42

1

**INCENTIVAR EL
POTENCIAL DE
TECH AVANZADO
Y USO DE DATOS**

COM-TECH VERSUS ORG-TECH: 3 CAPAS DE TECNOLOGÍAS

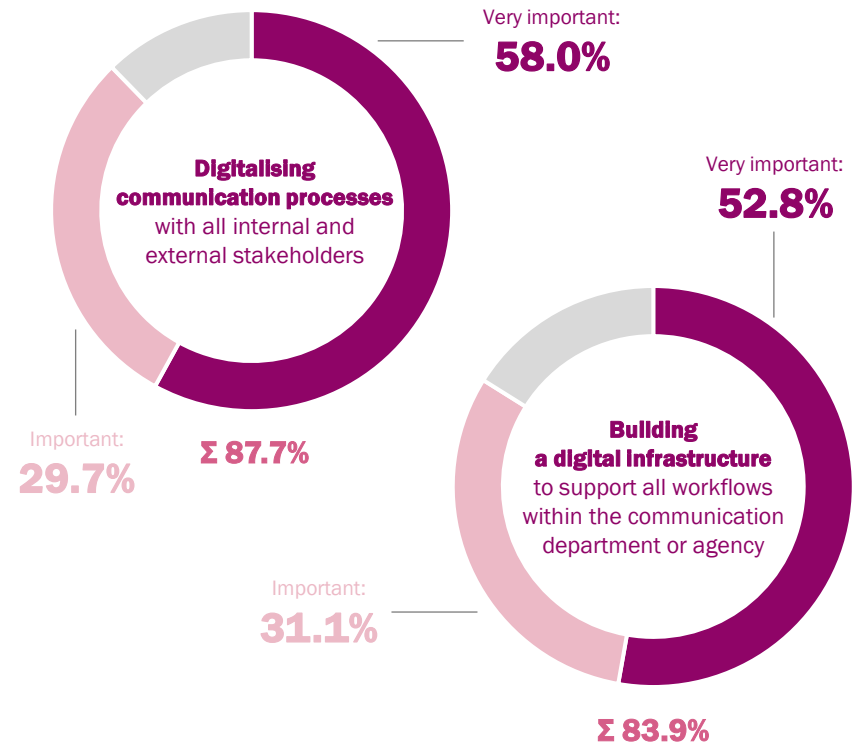


FIGURE 1. Two important dimensions of digitalisation (ECM 2021).

LEADING THE TRANSFORMATION

r

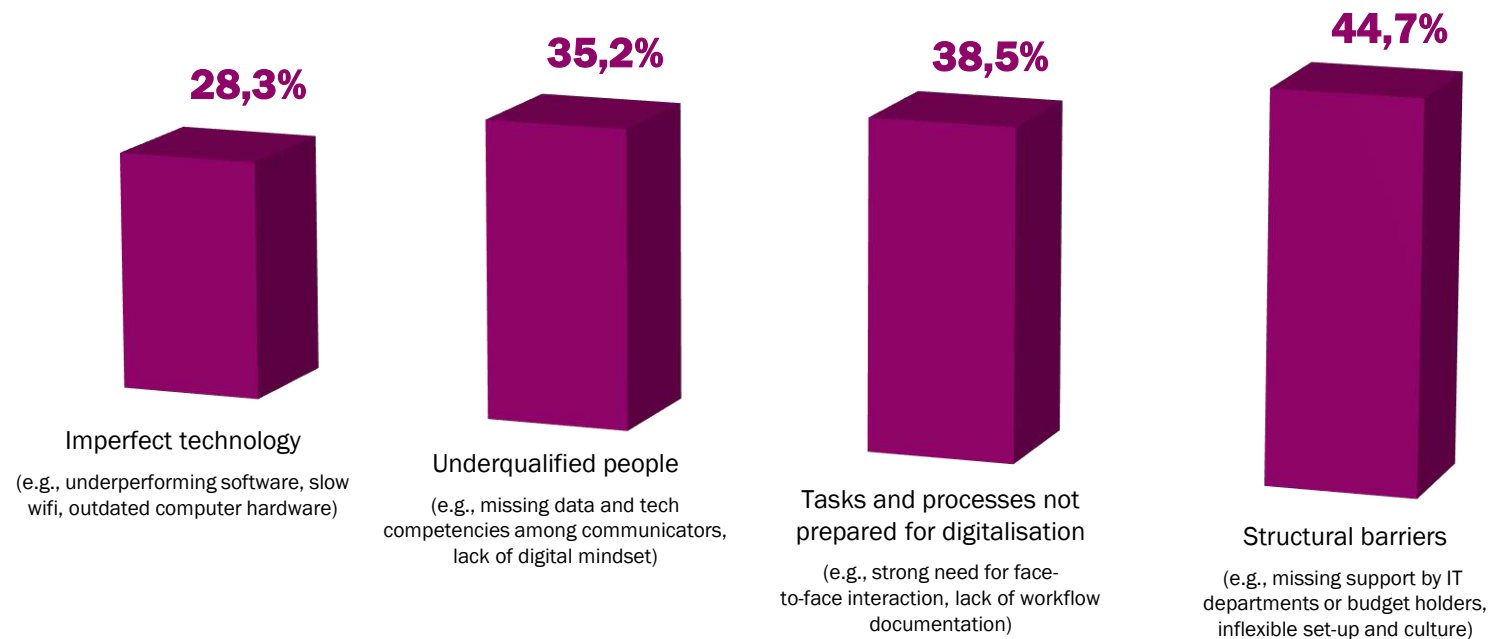


FIGURE 3. Barriers for implementing CommTech (ECM 2022).

LA CIBERSEGURIDAD ES PRIORIDAD

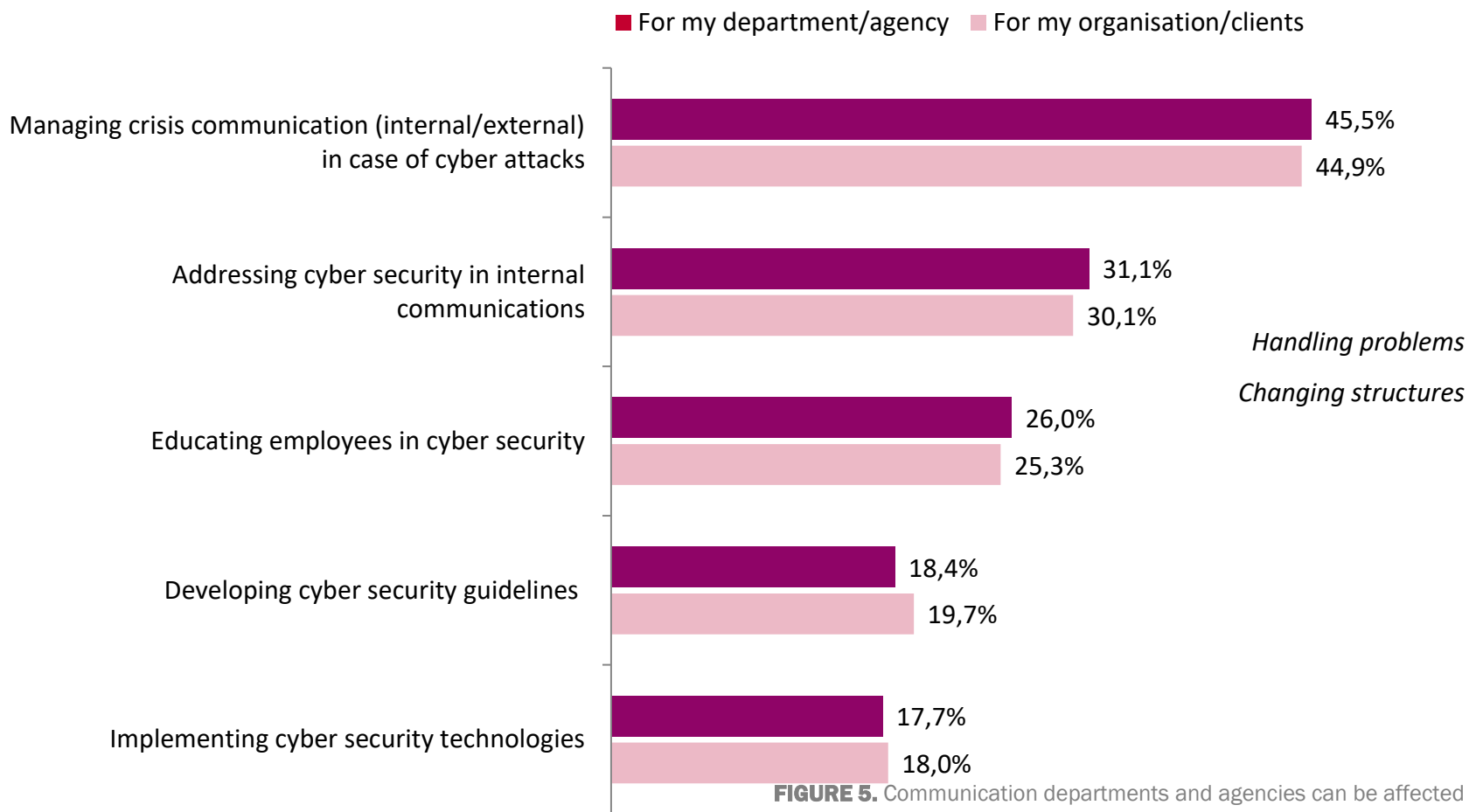


FIGURE 5. Communication departments and agencies can be affected by different types of cyber attacks (ECM 2020).

3 CLAVES PARA LOGRAR EL CAMBIO AVANZADO EN COM-TECH Y USO DE DATOS

1. Es clave para el éxito usar las tecnologías más allá del automatismo de y mejorar los procesos.

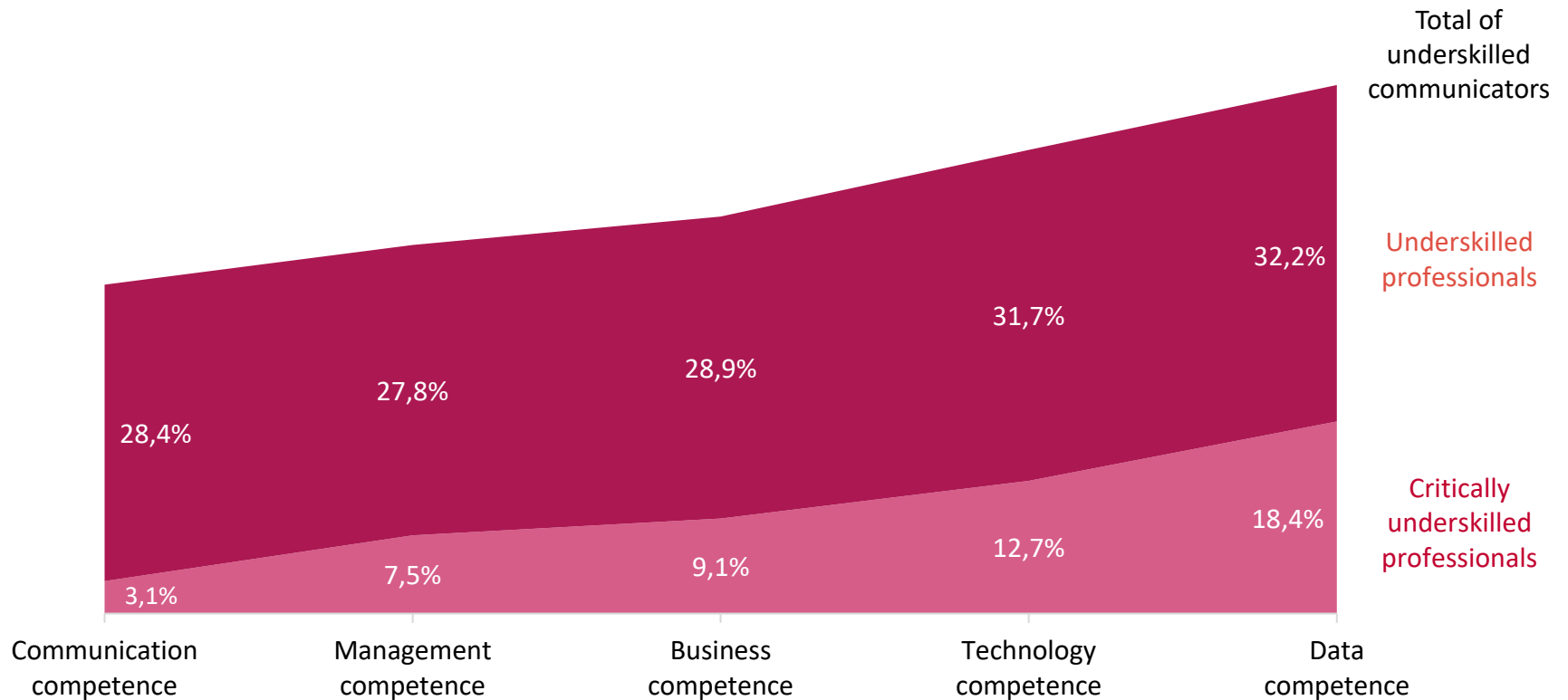
2. Implementar estrategias de digitalización aumenta la madurez digital: rediseñar las tareas y procesos y derribar las barreras estructurales

3. La ciberseguridad es esencial

2

**DESARROLLAR
COMPETENCIAS
EXCEPCIONALES
Y NUEVOS ROLES
PROFESIONALES**

GAPS EN COMPETENCIAS BÁSICAS



How the amount of underskilled professionals has been calculated

Underskilled professionals = those who perceive the importance of a competence 1 scale point higher than their personal level (e. g. importance = 5 “very high”, but personal level = 4 “above average”). Critically underskilled professionals = those who perceive the importance of a competence 2 or more scale points higher than their personal level (e. g. importance = 4 „above average“, but personal level = 2 “below average”).

by different types of cyber attacks (ECM 2020).

www.communicationmonitor.eu / Zerfass et al. 2020 / n = 2,306 communication professionals. Q 14: Competencies are based upon knowledge, skills and personal attributes. Some of them might be more important than others. How important are the following competencies for communication practitioners in your opinion? And how do you rate your personal level in each case? Scale 1 (Very low) – 5 (Very high). Mean values.

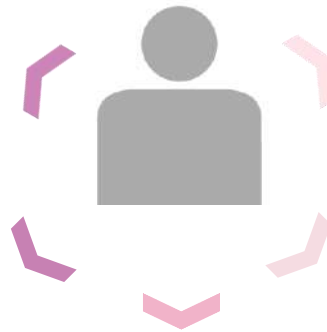
DESEMPEÑO DE ROLES

Comunicator

manages reputation, brand and crises
creates campaigns and content
manages and evaluates paid, owned, earned
and shared media
maintains relations with journalists and stakeholders

Ambassador

- communicates corporate strategies internally and externally to make them happen
- personally convinces politicians, investors, internal influencers, or important customers



Coach

- provides content for speeches, presentations, and social media posts
- offers communication training
- gives feedback

Advisor

- explains opportunities and risks derived from monitoring public opinion or internal and external stakeholder expectations
- interprets trends in society

Manager

- defines processes and structures, allocates budgets
- hires and fires people
- develops competencies and tech infrastructure
- revises business models for communications
- maintains relationships with (internal) clients

FIGURE 7.

Communication practitioner roles (ECM 2021)

3 CLAVES PARA CONSEGUIR LAS COMPETENCIAS QUE NECESITAN LOS COMUNICADORES

1. Desarrollar formación en competencias para abarcar todo el potencial de las oportunidades digitales.

2. Surgen nuevas oportunidades con nuevos roles: crecerán los roles de asesor y coach.

3. Para ser punteros, los departamentos y agencias necesita invertir en formación, incluso para los profesionales más senior.

3

**ALCANZAR E IMPACTAR
AUDIENCIAS EN UN
MUNDO
HYPERCONNECTADO**

Perceived Importance of communication channels for addressing stakeholders, gatekeepers and audiences

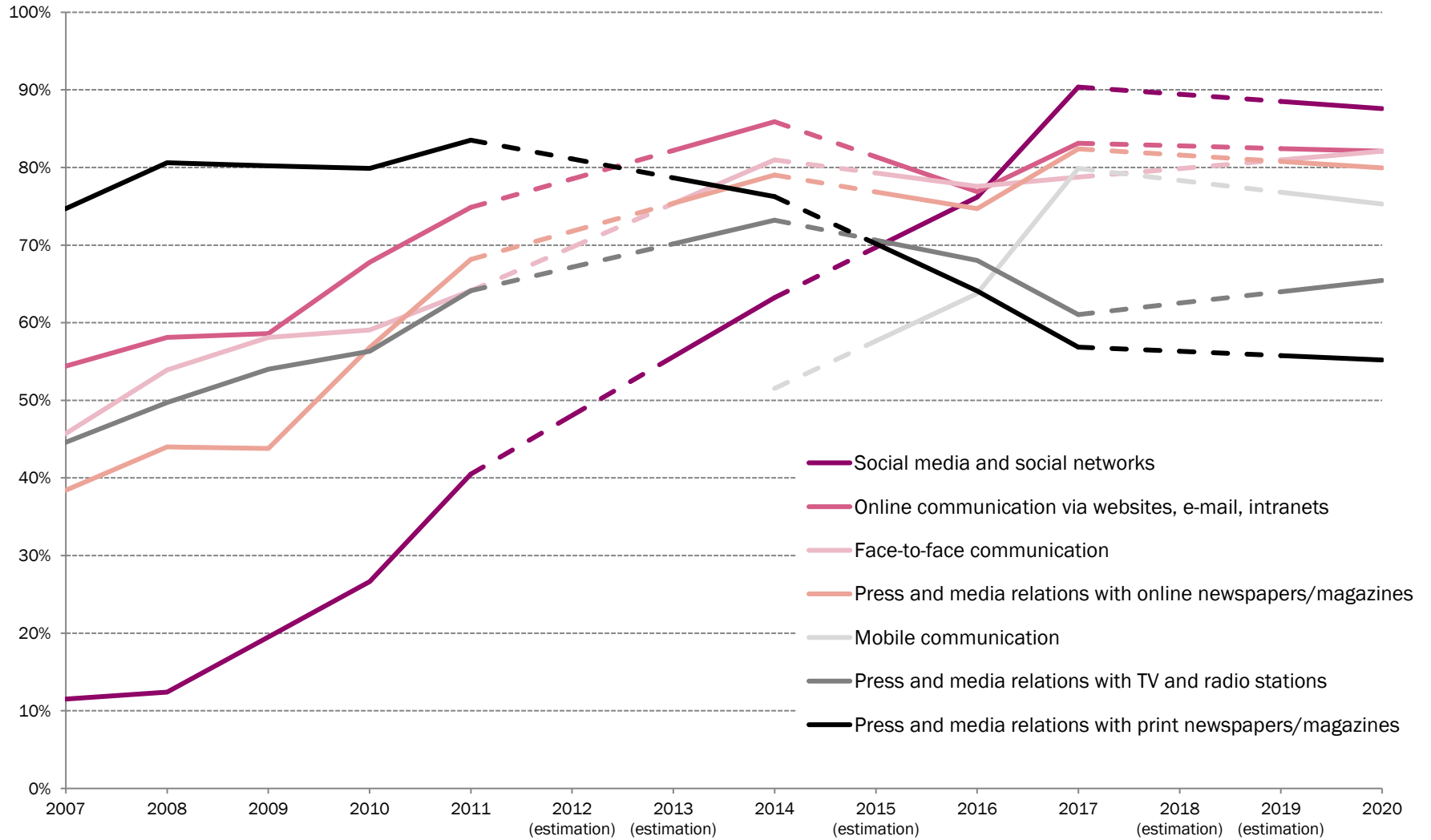
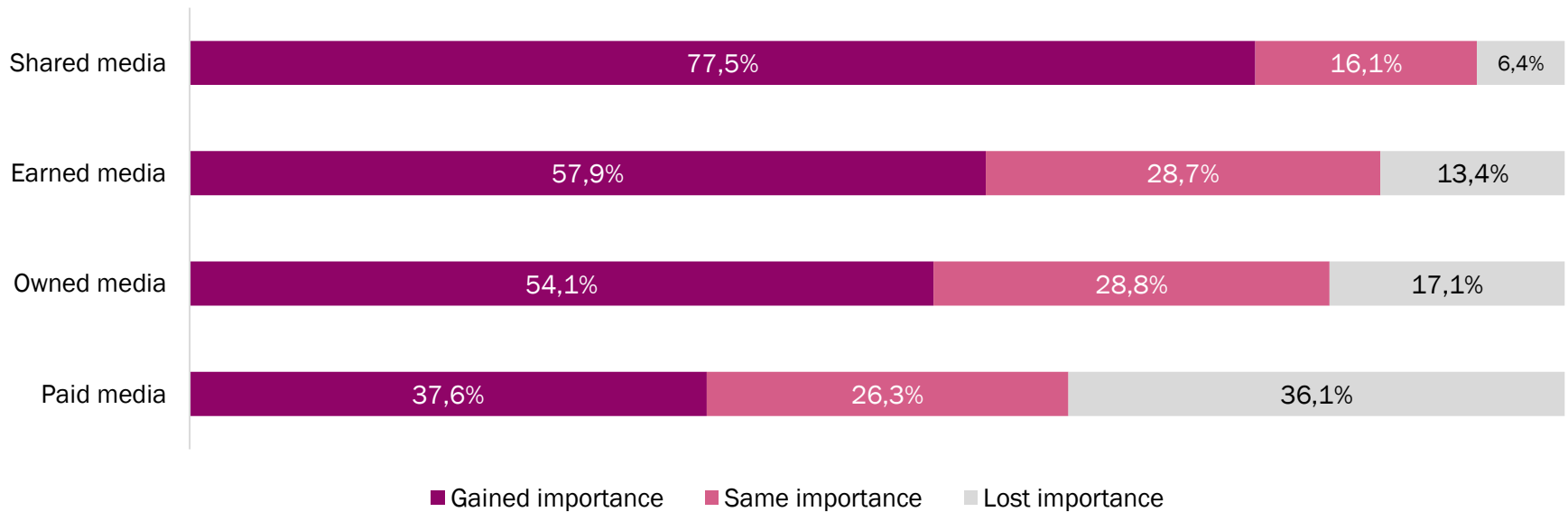


FIGURE 10. Decline of the print and rise of social media (ECM 2020).

3 INTEGRACIÓN DE COMUNICACIONES Y ESTRATEGIAS DE CONTENIDO

Changing importance of channels for spreading content within three years (2016-2019)



3 CLAVES PARA ALCANZAR E IMPACTAR A LAS AUDIENCIAS

1. Comunicación omnicanal a través de todas las plataformas y medios posibles.

2. La hibridación del contenido de los medios requiere mayor integración de las comunicaciones en las organizaciones.

3. El *visual turn* mediante los avances en los medios digitales, la realidad aumentada (AR), la realidad virtual (VR) y mundos paralelos exige nuevos enfoques y soluciones

**LIDERAR Y MOTIVAR
EQUIPOS
EXTRAORDINARIOS**

LIDERAZGO EN COMUNICACIÓN

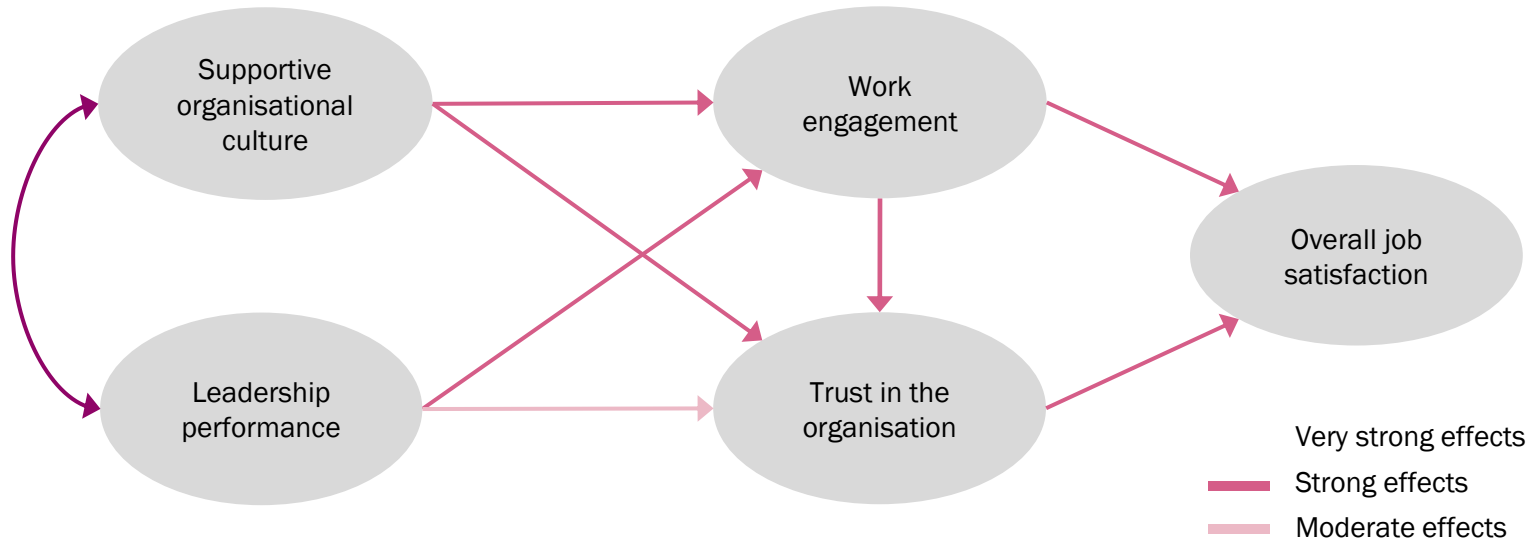


FIGURE 13. The influence of organisational culture and leadership performance on job satisfaction in communication teams (ECM 2018).

LIDERAZGO EMPÁTICO



FIGURE 14. Empathic leadership improves commitment (ECM 2022).

3 CONSEJOS PARA LIDERAR Y MOTIVAR EQUIOS EXTRAORDINARIOS

1. Reforzar el liderazgo inclusivo: poder compartido y la toma de decisiones colaborativas

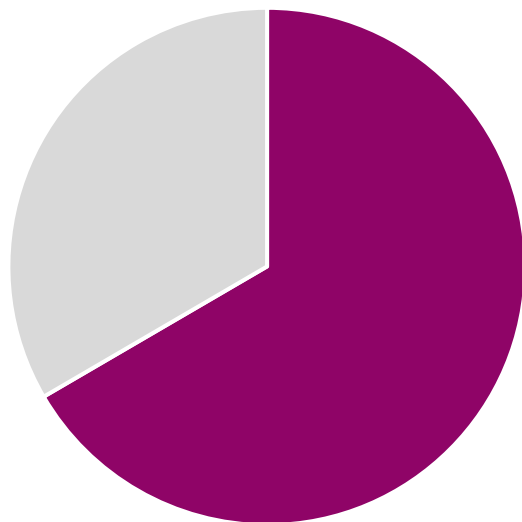
2. La satisfacción laboral es un motor básico para el compromiso laboral – incentivar sus drivers debería ser una prioridad

3. Apoyar las iniciativas de diversidad, igualdad e inclusión con la experiencia y conocimientos experto.

**CONSTRUIR RELACIONES
EN TIEMPOS DE
DESINFORMACION
Y DESCONFIANZA**

PREPARACIÓN PARA COMBATIR DESINFORMACIÓN

*“We rely on individual competencies/
experience of our communication
staff”*



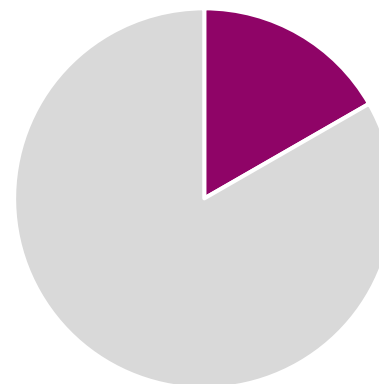
All organisations:

66.6%

Organisations that were
affected by fake news: **73.6%**

Organisations not affected
by fake news: **63.9%**

“We have implemented formal guidelines/routines”



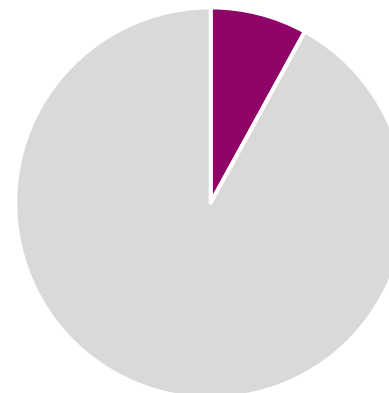
All organisations:

16.7%

Organisations that were
affected by fake news: **27.5%**

Organisations not affected
by fake news: **12.6%**

“We have installed specific technologies/systems”



All organisations:

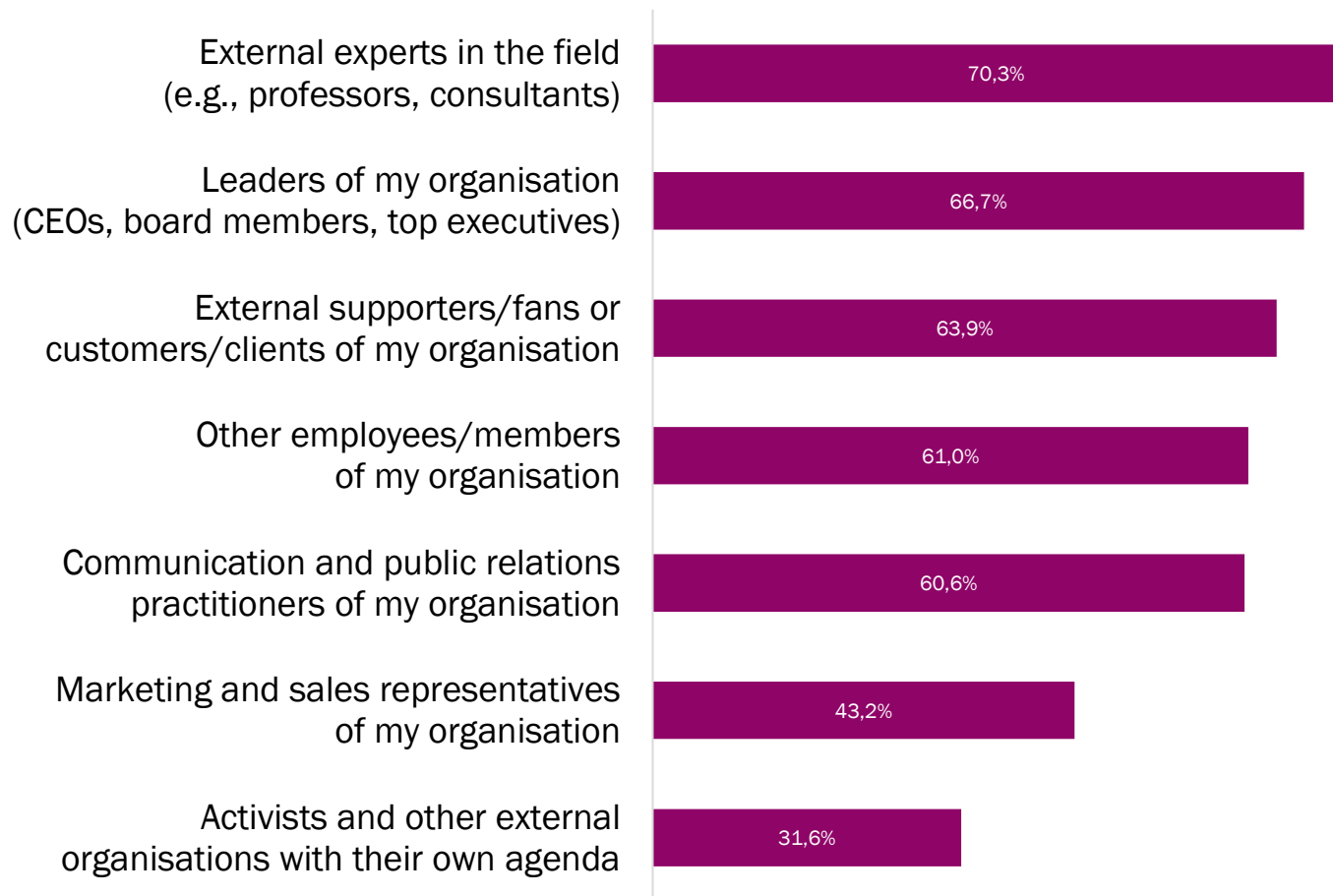
8.0%

Organisations that were
affected by fake news: **13.7%**

Organisations not affected
by fake news: **5.8%**

FIGURE 16. Identifying fake news (ECM 2018).

CONFIANZA EN LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA



3 CONSEJOS PARA CONSTRUIR RELACIONES EN TIEMPOS DE DESINFORMACIÓN Y DESCONFIANZA

1. Usar herramientas digitales contemporáneas para rastrear y afrontar los trastornos informativos.

2. Autenticidad e involucración emocional son claves para la comunicación efectiva en una sociedad de postverdad,

3. Es necesaria una mayor inversión en guías éticas concretas y aplicables: comunicación autónoma asistida por IA

**INFORME COMPLETO EN:
WWW.COMMUNICATIONMONITOR.EU**

GRACIAS POR SU ATENCIÓN!

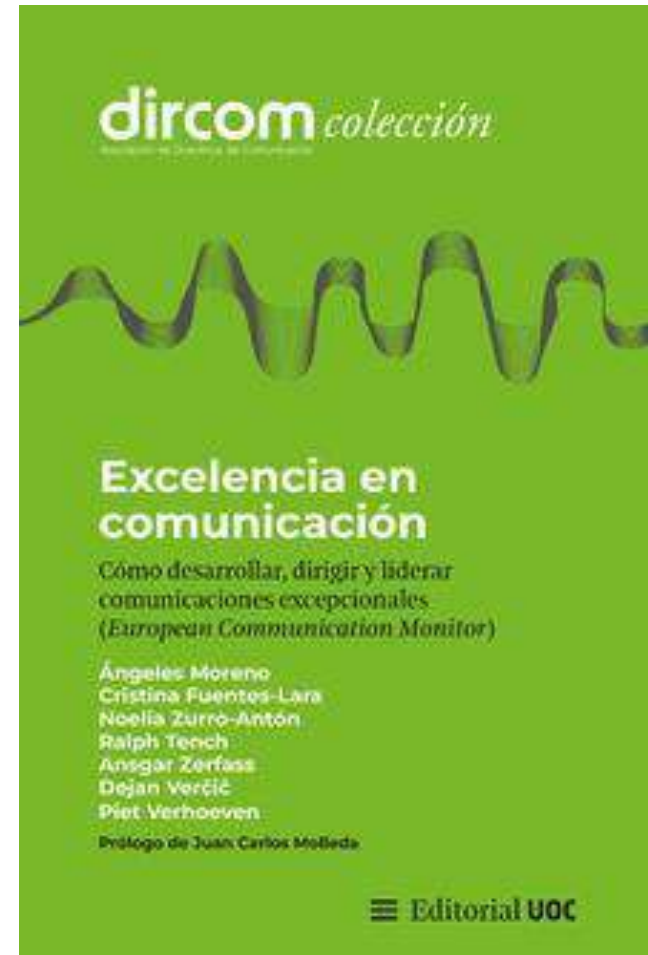
Dra. Ángeles Moreno

Past president European Public Relations
Research and Education Association
(EUPRERA)

Catedrática de Dirección y Gestión de la
Comunicación y RP

Grupo de Estudios Avanzados en
Comunicación. Universidad Rey Juan Carlos.

NOVEDAD EDITORIAL



**... AND STAY TUNED FOR THE NEXT PHASE
OF THE ECM 2024–2027 STARTING SOON!**



Dr. Alejandro Álvarez-Nobell
Investigador - Director
Universidad de Málaga (España)

LCM

LATIN AMERICAN
COMMUNICATION
MONITOR 2022-2023

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y RELACIONES PÚBLICAS EN AMÉRICA LATINA

*DIVERSIDAD Y LIDERAZGO EMPÁTICO,
COMMTECH Y CONSULTORÍA*

Resultados del estudio bienal en 20 países

Alejandro Álvarez-Nobell, Juan Carlos Mollada, Ángeles Moreno,
Andréia Athaydes, Ana María Suárez-Monsalve y Marco V. Herrera.



ORGANIZA



PATROCINA



En cifras

10 AÑOS DEL LCM (2013-2023)

Mayor estudio científico sobre comunicación estratégica y relaciones públicas, referente para la profesión en **América Latina y el mundo**

Capítulo latinoamericano del **Global Communication Monitor**, logrado unir a **60 instituciones académicas** y alcanzar a más de **80 países** y **50.000 profesionales**

Red de investigadores/as de **34 de las universidades** más prestigiosas de la región, USA y España

10 años de antigüedad y **5 ediciones**

+37.000 profesionales de comunicación recibieron la última edición de la encuesta

+302 referencias académicas y **1.526 citas** en Google Scholar

5 libros y **+4.000** descargas de los informes

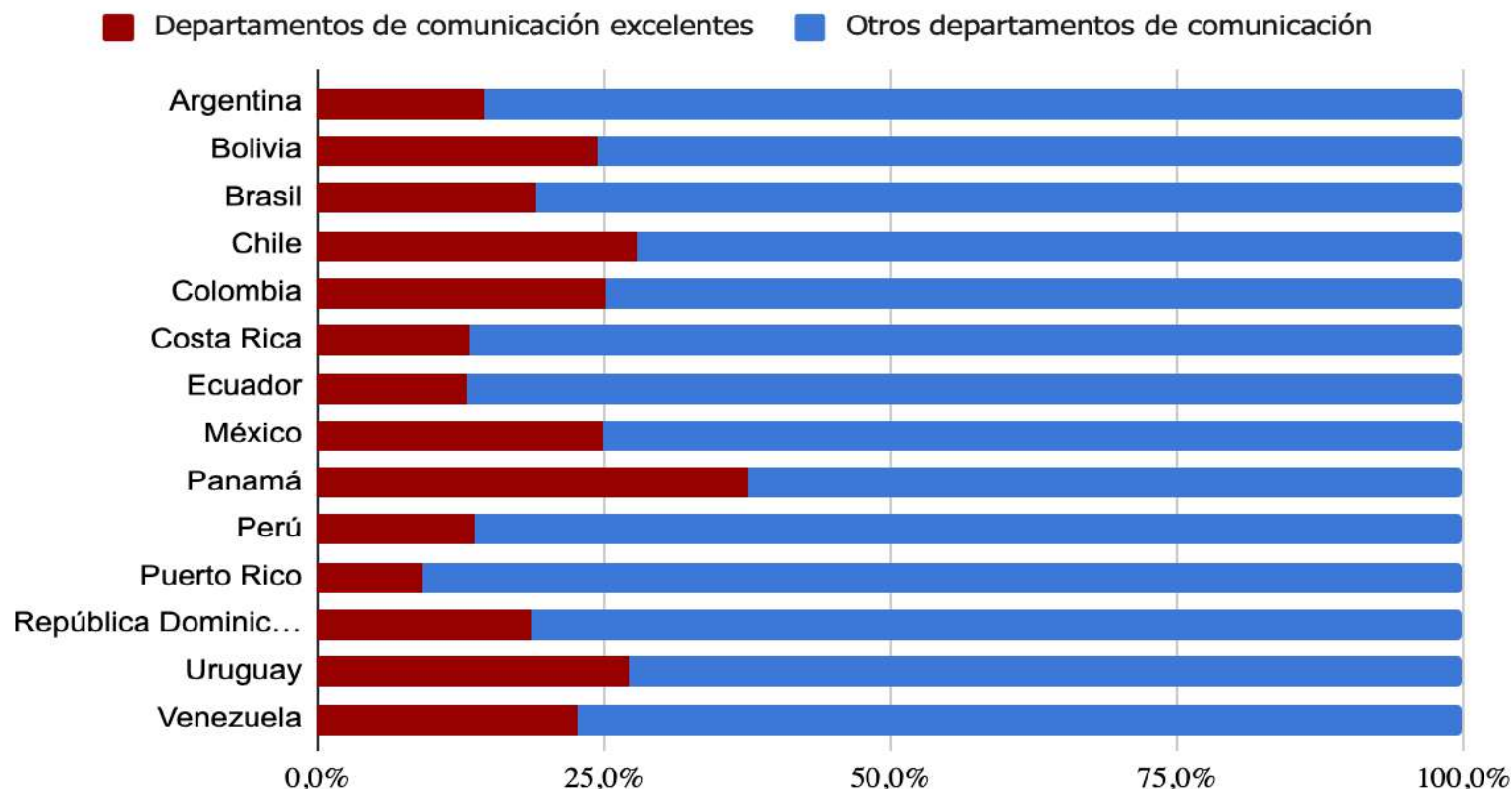
6.320 resultados en motores de búsqueda

+110 presentaciones profesionales y workshops y **+53 artículos** en publicaciones sectoriales

Comunidad digital especializada con **+10.000** usuarios únicos web; **1.859** seguidores en facebook,

1.039 en X (Twitter); **1.722** en LinkedIn y **40 videos** y **804 visualizaciones** en Youtube

Departamentos de comunicación excelentes

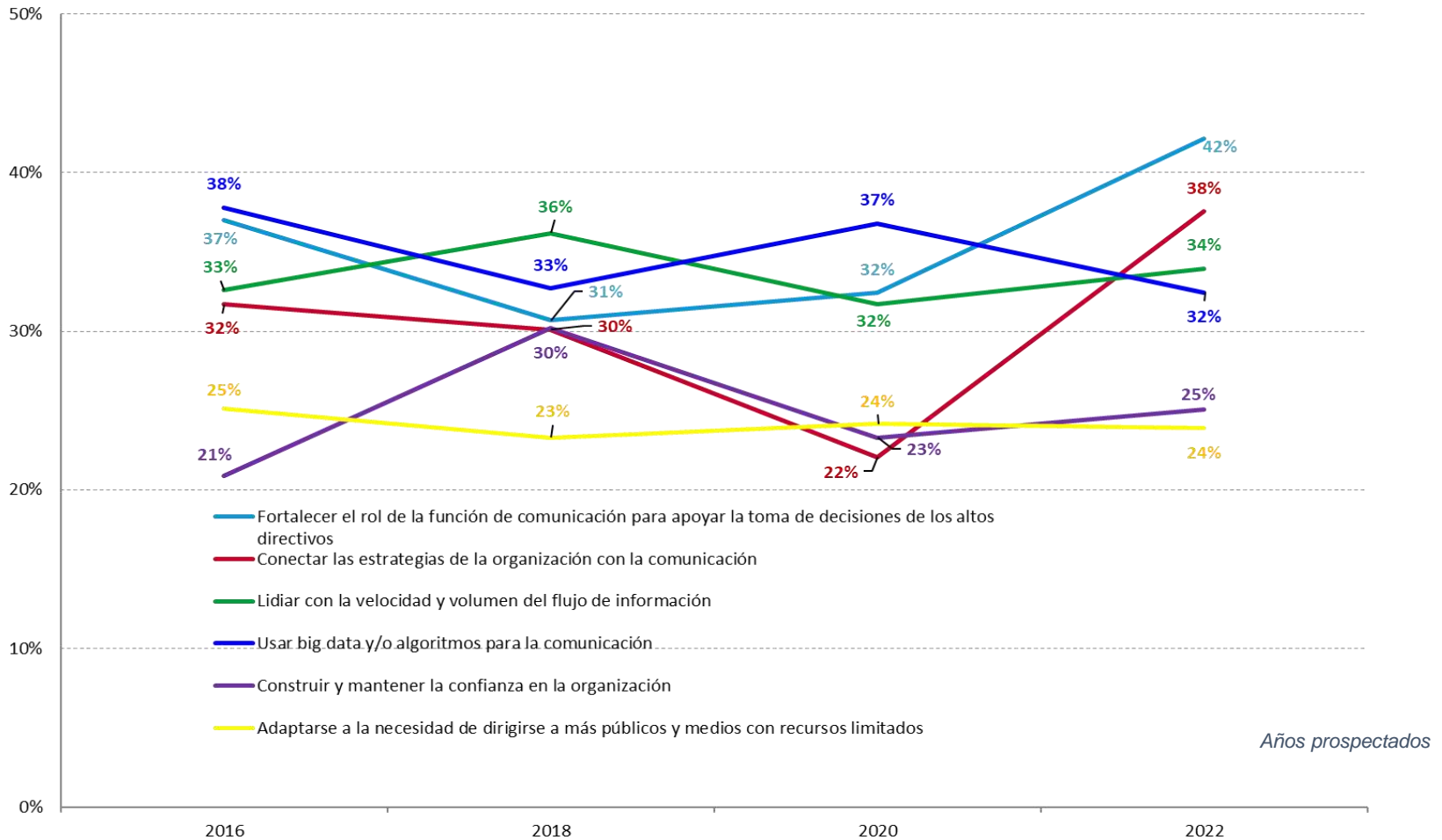


www.latincommunicationmonitor.com | Álvarez-Nobell et al. 2023 | EUPRERA | **LATIN AMERICAN COMMUNICATION MONITOR (LCM)**

n = 540 profesionales de comunicación en departamentos de comunicación. Influencia de asesoramiento, Q 23: En su organización, ¿en qué medida la/el CEO/gerente/presidente sigue las recomendaciones de la función / departamento de comunicación? Escala de 1 (Nada en serio) a 7 (Muy en serio). Influencia ejecutiva, Q 24: ¿Con qué frecuencia se invita a la persona responsable de comunicación a participar en las reuniones de dirección / comité de dirección para la planificación estratégica de la organización? Escala de 1 (Nunca) a 7 (Siempre). Éxito, Q 25: En su opinión, ¿en qué medida la función de comunicación es exitosa en su organización? Escala de 1 (Nada exitosa) a 7 (Muy exitosa). Competencia, Q 26: ¿Cómo calificaría la calidad y capacidad de la función de comunicación en su organización comparándola con sus competidores? Escala de 1 (Mucho peor) a 7 (Mucho mejor). Porcentajes: Departamentos de comunicación excelentes basados en los puntos de escala 6-7 para cada ítem.

Temas estratégicos y prácticas de comunicación

Desarrollo a largo plazo de temas estratégicos para la gestión de la comunicación y las relaciones públicas



www.latincommunicationmonitor.com | Álvarez-Nobell et al. 2023 | EUPRERA | LATIN AMERICAN COMMUNICATION MONITOR (LCM)

n = 1.134 profesionales de la comunicación / n = 803 Moreno et al. 2015 / n = 1.709; Moreno et al. 2017 / n = 1.165; Moreno et al. 2019 / n = 912; Álvarez-Nobell et al. 2021 / Q 19: ¿Qué temas cree que serán los más importantes para la comunicación estratégica y las relaciones públicas en los próximos tres años? Por favor seleccione exactamente 3. Frecuencia: selección como los 3 problemas principales.

CommTech y la transformación digital

A pesar de la rápida transformación digital en la sociedad, la mayor parte de profesionales en comunicación y relaciones públicas en América Latina prestan **poca atención a CommTech**

30,4 %

Totalmente de acuerdo



32,3 %

Totalmente de acuerdo



CommTech =

Tecnologías digitales para gestionar e implementar actividades fundamentales (comunicación con stakeholders; asesoramiento a quienes toman decisiones) y para flujos de trabajo internos en áreas de comunicación.

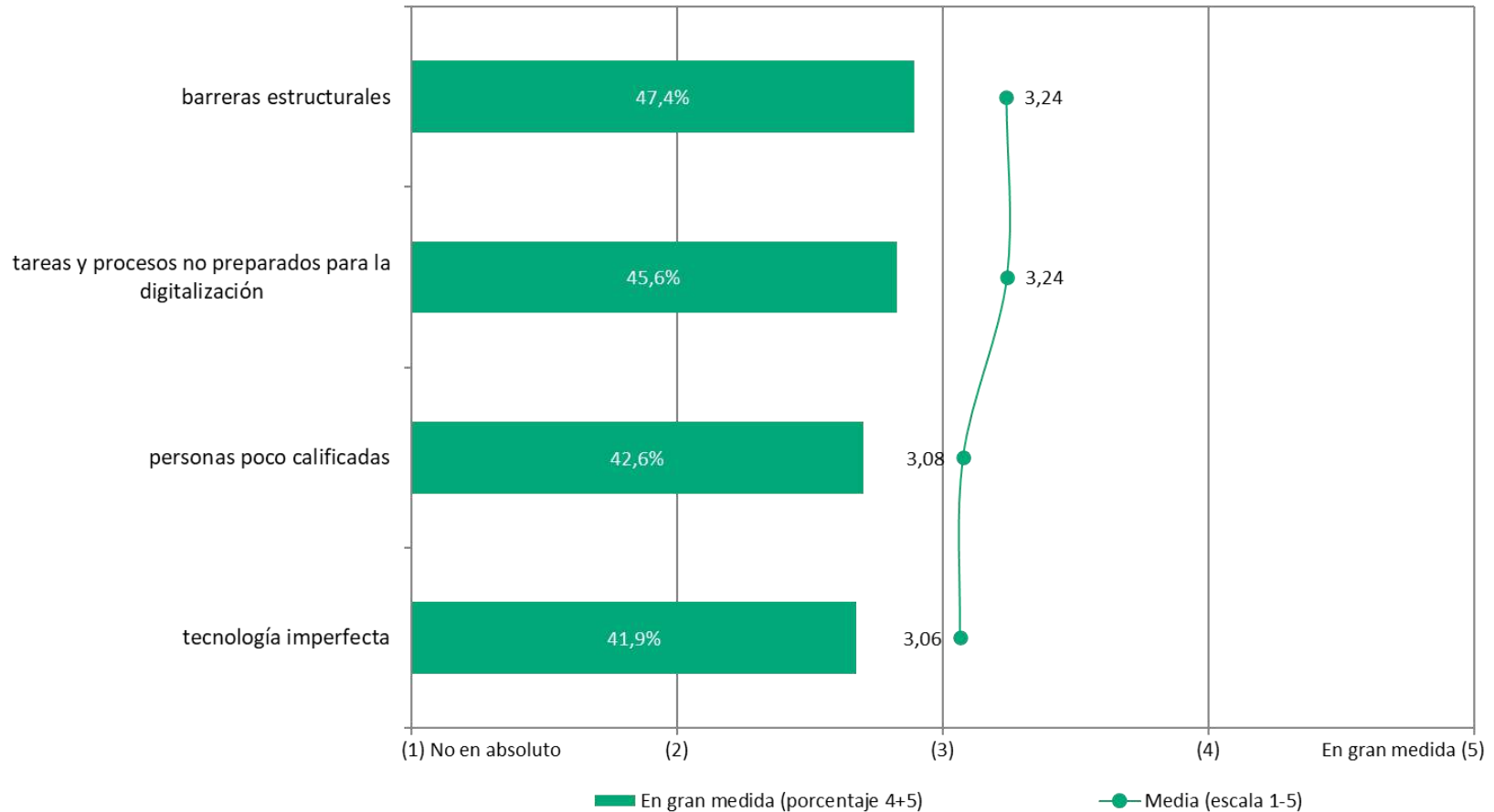
www.latincommunicationmonitor.com | Álvarez-Nobell et al. 2023 | EUPRERA | LATIN AMERICAN COMMUNICATION MONITOR (LCM)

n = 585 profesionales de la comunicación. Q 1: La transformación digital de los departamentos y agencias de comunicación es un tema actual y de gran importancia para la profesión. Profesionales, empresas y academia han empezado a discutir sobre "CommTech" para referirse a los beneficios y desafíos en este sector. CommTech incluye las tecnologías digitales para gestionar y ejecutar actividades básicas (comunicación con stakeholders, aconsejar a los que toman las decisiones) y para el funcionamiento interno de los departamentos de comunicación. Generalmente hablando, ¿cuál es tu impresión sobre CommTech? Escala de 1 (Totalmente en desacuerdo) a 5 (Totalmente de acuerdo). Frecuencias basadas en los puntos de la escala 4-5.

CommTech y la transformación digital

Las **barreras estructurales y procesos organizacionales** son más desafiantes que los aspectos tecnológicos para implementar CommTech

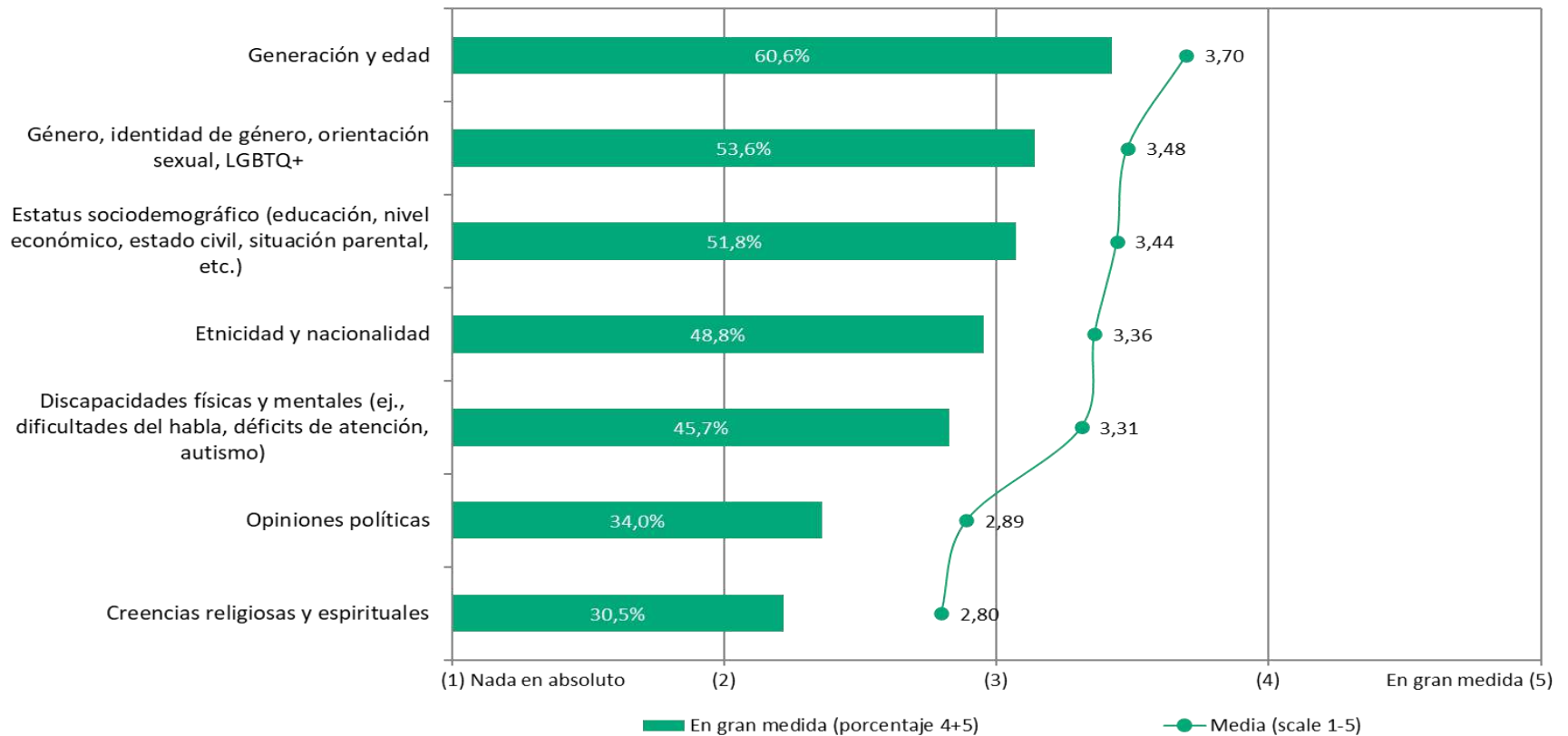
Los desafíos para introducir CommTech en las organizaciones son...



Diversidad, equidad e inclusión (DEI) como un desafío para la profesión

En más de la mitad de las organizaciones se reconoce **la diversidad en términos de generación y edad** en sus actividades de comunicación estratégica y relaciones públicas

Dimensiones de la diversidad consideradas



www.latincommunicationmonitor.com | Álvarez-Nobell et al. 2023 | EUPRERA | **LATIN AMERICAN COMMUNICATION MONITOR (LCM)**

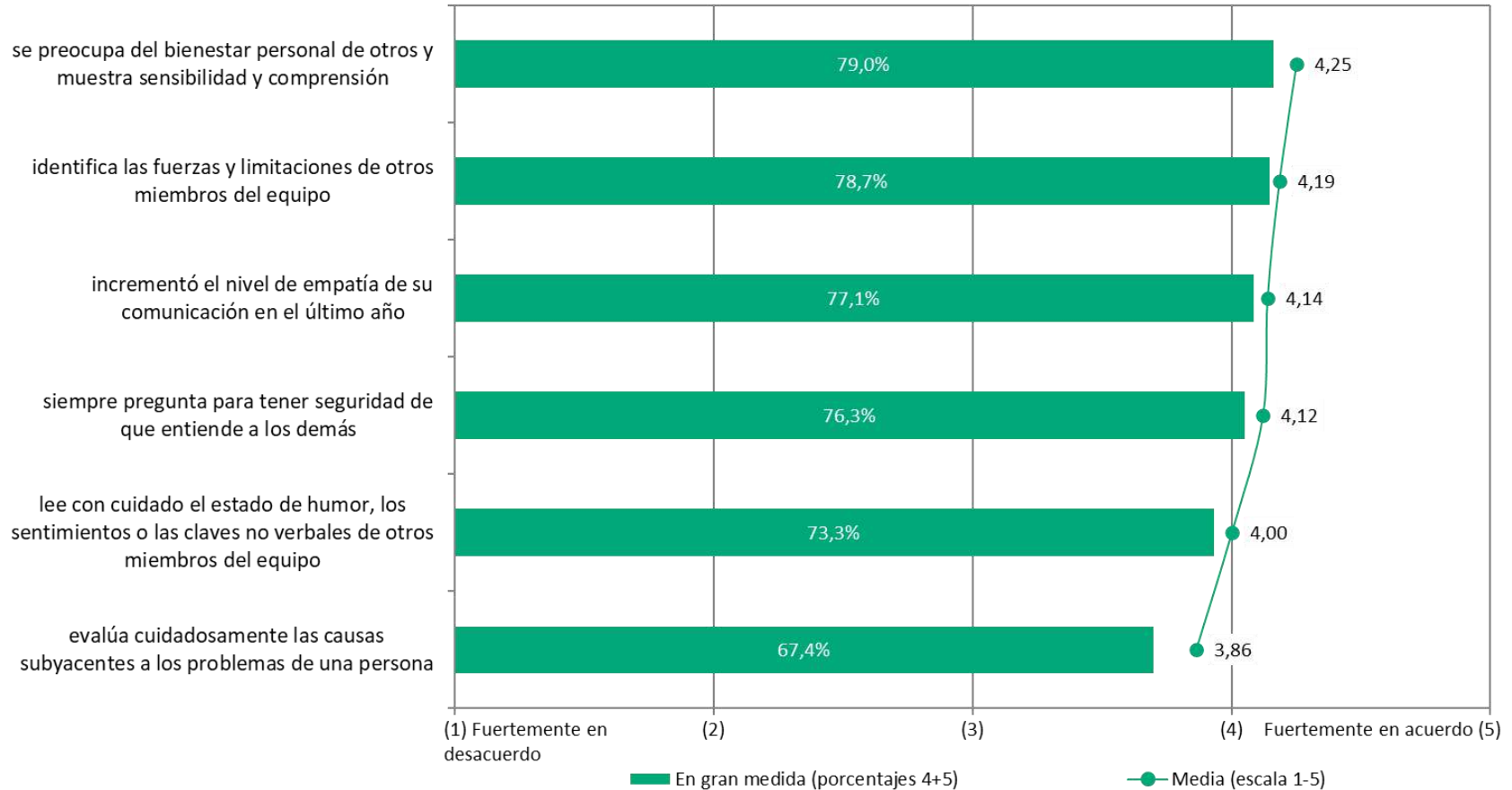
n = 1.092 profesionales de la comunicación. Q 12: El tema de la diversidad debería impactar en la creación de contenidos, tanto como en la selección de canales y plataformas en las comunicaciones organizacionales y corporativas. ¿Hasta qué punto se consideran en las iniciativas de comunicación de su organización las siguientes dimensiones de diversidad?

Escala de 1 (En absoluto) a 5 (En gran medida). Frecuencias basadas en los puntos de la escala 4-5.

Liderazgo empático en los equipos

Generalmente, quienes lideran los equipos de comunicación y de relaciones públicas **muestran bastante empatía**

Quien ejerce el liderazgo en comunicación...



10 tendencias

Sobre las que se discutirá en 2024 en el campo de la comunicación estratégica y las relaciones públicas

1

Las acciones sobre la **diversidad, equidad e inclusión (DEI)** refuerzan la confianza de los stakeholders.

2

El **liderazgo empático** aumenta el compromiso, mejora la salud mental y disminuye la rotación laboral.

3

La **digitalización (CommTech)** tendrá un impacto transformador en la profesión y los métodos de trabajo.

4

Los beneficios de usar **CommTech** de diferentes maneras supera ampliamente sus posibles inconvenientes y riesgos.

5

La **consultoría externa** en comunicación representa la mitad de la actividad y se vuelve más relevante, diversa y compleja.

6

Fortalecer el rol de la **función asesora de comunicación** para apoyar decisiones de altos cargos es un tema estratégico clave.

7

Se profundiza la necesidad de **conectar las estrategias de la organización con la comunicación**.

8

La **sostenibilidad** sigue estando fuera del top-five de prioridades en la gestión de la comunicación.

9

Las mujeres ganan menos: la **brecha salarial de género** continúa siendo un desafío en la profesión.

10

La búsqueda de **excelencia en comunicación**, un vector de competitividad en crecimiento para el sector.

Álvarez-Nobell, A.; Molleda, J. C.; Moreno, A.; Athaydes, A.;
Suárez-Monsalve, A. M. y Herrera, M. (2023). Comunicación
estratégica y relaciones públicas en América Latina:
Diversidad y liderazgo empático, CommTech y consultoría.
Resultados de una encuesta en 20 países. Bruselas: EUPRERA

latincommunicationmonitor.com/lcm-2022-23/



CONSULTORAS SOCIAS 2024

alabracé

Archetype

asesores

ATREVIA
AGENCIA CONSULTORÍA TECNOLOGÍA

BERBÈS

CANELA


dlaundry

 **Edelman**

 **havas pr**
Part of RED havas

IDONEA

Interprofit.

LF CHANNEL

marco

IN Newlink™

nota bene
MAKING LIFESTYLE A CONVERSATION

**PROBA
-BLY
WRONG**

QUUM

 **SECNewgate**
Spain

**Torres
& Carrera**

Ubiquial

Colaborador permanente


HALLON