
Auténtica y en abierto

12, julio

Así es **la buena comunicación** en esta era de Internet. Esos son los **dos criterios** principales para hacer una buena comunicación en la era global.

Una **comunicación alineada con los valores y la identidad** que hacen única a una empresa. Una comunicación **transparente y clara** que elimine la falsedad y la mentira. Y que conduzca al **compromiso interno y externo** de sus públicos.

Esa nueva comunicación hoy es más propia de organizaciones pequeñas, innovadoras, jóvenes o muy comprometidas con **una visión y misión organizacional ética**. Donde no hay RSE porque simplemente hay **responsabilidad y compromiso**. Los de toda la vida.

Una comunicación que se basa más en hechos que en palabras. Más en lo que haces que en lo que dices. Ya se sabe que lo que dices convence solo un 3% frente a lo que haces que es el 97%. **El poder de lo no verbal**.

Solo desde la honestidad, la libertad de elegir desde el compromiso, la responsabilidad y humildad a la hora de relacionarte con los stakeholders o de considerarte **responsable de lo que sucede** en el entorno. Solo desde esos principios tan básicos y raros en el tiempo que vivimos, es posible una **comunicación en ABIERTO**.

Porque solo desde **la autenticidad y la apertura** es posible la construcción de una **buena reputación**.

Buen reputación es la percepción de la gente de que eres una **persona u organización confiable**. Y hoy, **ser confiable** es lo más importante para tener presente y futuro. Casi **más que tener dinero** porque si lo eres posiblemente consigas el dinero.

El pasado día 9 de julio asistí a un evento en que una publicación económica valenciana, [Economía 3](#), presentaba su **nueva plataforma digital**. Lo hacía desde una apuesta por la calidad, el valor y el compromiso. En ese mismo acto se presentaba un estudio sobre **reputación digital** de las 500 organizaciones que más facturan en la **Comunidad Valenciana**. Lo hizo la consultora [Everis](#).

Y los premiados valencianos: [Chocolates Valor](#), [Consum](#), [Dulcesol](#), [Air Nostrum](#) y [Grefusa](#). Empresas familiares o cooperativas, empresas con claras identidades y compromisos con su entorno. Empresas que se vieron representadas en el discurso de agradecimiento por [Pedro López](#), Presidente de Chocolates Valor, que reflejó muy claramente los valores que inspiran este artículo y que además hizo algo **estratégico y poco puesto en valor hoy: VENDER**. Vender productos, los suyos y los de sus compañeros distinguidos en esa noche.

Porque **VENDER es lo más difícil del mundo**. Solo vendes hoy y mañana cuando entiendes la **importancia de ser auténtico y comprometido**, abierto y honesto. Y sin vender, ninguna organización tiene vida.

Comentarios