



**BECERRIL & GUTIÉRREZ**  
Estrategas en Comunicación

Fernando, 45. Colonia Álamos  
Alcaldía Benito Juárez  
03400 Ciudad de México. CDMX  
México

Pº de las Acacias, 30  
Portal 3, 1ºF  
28005 Madrid  
España



# ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN DE GOBIERNO

(Comunicación estratégica para gobiernos municipales)

# ¿QUIÉNES SOMOS Y QUÉ HACEMOS AQUÍ?

**Dos especialistas y una oportunidad.**

# ¿DE QUÉ VAMOS A HABLAR DURANTE LOS PRÓXIMOS 15 MINUTOS?

- De la **estrategia** en el ámbito de la comunicación de gobierno.
- Unos minutos para la **reflexión**
- Y unos cuantos **consejos**.

# ¿QUÉ PREGUNTAS NOS HEMOS DE HACER?

- ¿Cómo estamos gestionando la comunicación social y de gobierno?
- ¿En verdad los ciudadanos están informados sobre nuestra gestión y nuestros logros?

# ¿QUÉ PREGUNTAS NOS HEMOS DE HACER?

- ¿Para qué utilizamos la comunicación social de gobierno?, ¿cuál es nuestro objetivo?, ¿qué queremos conseguir?
- ¿Contamos con los recursos y los medios necesarios para llevar a cabo una eficiente comunicación social y de gobierno?

# ¿QUÉ PREGUNTAS NOS HEMOS DE HACER?

- Y la pregunta del millón es:

**¿lo hacemos de forma estratégica?**



# ¿POR QUÉ TENEMOS QUE HACERNOS ESTAS PREGUNTAS?

- Por que hay que **comunicar que “existimos”**. Esa es la esencia de la comunicación en política.
- Porque, ¿en verdad estamos seguros que **los ciudadanos son conscientes de nuestros logros como gestores públicos?**

# ¿POR QUÉ TENEMOS QUE HACERNOS ESTAS PREGUNTAS?

- Porque no basta con tener un jefe de prensa, un vocero, un publicista y un responsable de redes sociales. **La comunicación requiere planificación y unidad de acción.**

# ¿POR QUÉ TENEMOS QUE HACERNOS ESTAS PREGUNTAS?

- Porque, por ejemplo, ante una **situación de crisis**, lo que suele ocurrir es que en los primeros minutos cunde el pánico, nadie sabe qué hacer y la respuesta suele ser tarde y con consecuencias nada favorables para el responsable público implicado.

# ¿POR QUÉ TENEMOS QUE HACERNOS ESTAS PREGUNTAS?

- Porque todo el equipo de comunicación debe de estar entrenado (como un bombero o un equipo de urgencias en un hospital) para atender cualquier tipo de situación que puede tener una repercusión mediática.

# ¿POR QUÉ TENEMOS QUE HACERNOS ESTAS PREGUNTAS?

- Porque, cuando finalizamos nuestro mandato y queremos postularnos para un nuevo ocurre que, es como **empezar de cero**, que no ha servido de nada todo lo que se ha hecho en materia de comunicación hasta ese momento... ¿alguna vez se han encontrado en esta situación?

# ¿POR QUÉ TENEMOS QUE HACERNOS ESTAS PREGUNTAS?

- Porque en materia de comunicación hay que ver más allá y saber **conjug**ar dos **intereses**: el del servicio público a los ciudadanos y las propias **aspiraciones personales y políticas** del responsable público... ¿somos conscientes de ello o nos supera el día a día?

# ¿QUÉ PODEMOS HACER?

- Todo dependerá de la **importancia** que queramos dar a la **comunicación social y de gobierno**.
- De nada nos vale hacer la mejor **gestión del mundo** si no sabemos **comunicarla**.

# ¿QUÉ PODEMOS HACER?

- Empezar por **fijarnos unos objetivos**, que pasan por dar respuesta a dos cuestiones...



# ¿QUÉ PODEMOS HACER?

- 1) ¿Por qué y para que nos votan los ciudadanos?, ¿qué esperan de nosotros como gobernantes o como oposición política?
- 2) ¿Cómo veo en 3 años? Es decir, ¿cómo político o gestor público, cuál es mi objetivo, qué espero de mi carrera política / pública?

# ¿QUÉ PODEMOS HACER?

- Tenemos que **fijarnos un objetivo a corto, medio y largo plazo** y, con base en ello, estructurar toda nuestra política de comunicación.
- Una vez definido esto es cuando incorporamos los **recursos humanos, técnicos y económicos** necesarios para alcanzar este objetivo.

# ¿QUÉ PODEMOS HACER?

- Hay que **empezar la casa por los cimientos**. Toda estrategia de comunicación pasa por dar respuesta a las dos preguntas anteriores.

# ¿QUÉ PASOS HEMOS DE DAR?

- **Pensar seriamente en nuestros objetivos** (responder dos preguntas). Hay que ser lo más sinceros, honestos y pragmáticos que nos sea posible.

# ¿QUÉ PASOS HEMOS DE DAR?

- Una vez definido el objetivo hemos de preguntarnos sí... **¿en la actualidad lo estamos haciendo bien?...**  
Recomendamos hacer una pequeña auditoría del área de comunicación social y de gobierno.

# ¿QUÉ PASOS HEMOS DE DAR?

- **Diseñar un plan estratégico de comunicación con visión de futuro (desde este momento hasta el inicio de próxima campaña electoral).**

# ¿QUÉ PASOS HEMOS DE DAR?

- **Establecer una hoja de ruta e incorporar o ajustar los recursos disponibles/necesarios en el área de comunicación para aplicar de forma efectiva la implementación de esa hoja de ruta.**

# ¿QUÉ PASOS HEMOS DE DAR?

- **Fijar los controles necesarios.** Se puede crear un comité de seguimiento compuesto por tres o cuatro personas a que puede liderar cualquiera de los aquí presente.



# ¿TENEMOS REFERENTES?

**Veamos algunos ejemplos que podemos aplicar a nuestro ámbito local y que tienen un mismo denominador común...**

# ¿TENEMOS REFERENTES?

- Son conscientes de lo importante que es el manejo eficaz de la comunicación para alcanzar sus **objetivos**.
- Cuentan con una **estrategia** de comunicación bien definida y planificada.

# ¿TENEMOS REFERENTES?

- Son capaces de marcar la agenda **social y política**, posicionando los temas que más les interesa en los medios de comunicación. Si no lo hacen son los medios los que les marcan la agenda.
- Tienen claro cuáles son los hábitos de consumo de las personas.

# ¿TENEMOS REFERENTES?

- Saben que cada tema o asunto dura mediáticamente lo que dura un partido de fútbol (tres días antes, el día del partido y dos días después).

# ¿TENEMOS REFERENTES?

- Saben que el ciudadano cuenta con **memoria a corto plazo**. Por eso cada semana, como en las grandes ligas, hay que disputar un partido **(introducir un tema en la agenda mediática)**.

# ¿TENEMOS REFERENTES?

- Y como en un equipo de fútbol, esto sólo se puede hacer con un buen **entrenador**, con excelentes **jugadores**, con **preparación física**, con **técnica y táctica de juego** pero, sobre todo, con **estrategia**.

# ¿TENEMOS REFERENTES?

- Son conscientes que las **redes sociales** son necesarias pero sus acciones han de tener reflejo en los grandes medios de comunicación tradicionales, especialmente en **televisión**.

# ¿TENEMOS REFERENTES?

- Sus cuentas de **Twitter** han pasado a ser su más íntima y personal agencia de comunicación. Y realmente están dirigidas para “impactar” en los medios de comunicación y en sus “supuestos” enemigos. Es su principal vocero.



# ¿TENEMOS REFERENTES?

- **Utilizan el impacto** que se genera en los medios tradicionales de comunicación (sobre todo la televisión) **para llegar más ampliamente al ciudadano**, una acción que logran expandir mediante otros soportes digitales como Facebook, Instagram, YouTube y WhatsApp.

# ¿EN QUIÉN NOS HEMOS DE FIJAR?

**Donald J. Trump, Presidente de los Estados Unidos de América, N45**

@realDonaldTrump

@WhiteHuse

**Boris Johnson, Primer Ministro del Reino Unido**

@BorisJohnson

@10DowningStreet

# ¿EN QUIÉN NOS HEMOS DE FIJAR?

**Nayib Bukele, Presidente de El Salvador**

@nayibbukele

@presidencia\_sv

**Andrés Manuel López Obrador,  
Presidente Constitucional de los  
Estados Unidos Mexicanos**

@lopezobrador\_

@GobiernoMX

# CONCLUSIONES

- Hemos de **establecer el objetivo** último de nuestra estrategia de comunicación política (**por qué y para qué**).
- Utilizar eficientemente los **medios y recursos disponibles** (humanos, técnicos, económicos).

# CONCLUSIONES

- Implementar métodos de **seguimiento y evaluación** (auditoría de comunicación).
- Rodearnos de los **mejores profesionales** en materia de comunicación.

# CONCLUSIONES

- Implementar métodos de **seguimiento y evaluación** (auditoría de comunicación).
- Rodearnos de los **mejores profesionales** en materia de comunicación.

# CONCLUSIONES

- No se olviden que llegará un momento en el que **la fiesta se habrá terminado** y cuando eso ocurra, **¿qué va a ocurrir”**
- **Nosotros tenemos una teoría sobre ese final de fiesta...**

# CONCLUSIONES

- **Nuestra teoría del final de fiesta pasa por:**
  - 1) **Vuelta a las raíces: “Dios, casa, bandera”.**
  - 2) **Un caldo de pollo o “una pancita con mucho chile”.**



# CONCLUSIONES

“Piensen en ello”

# COLOQUIO

**“Es el momento para sus preguntas y comentarios”**

# DESPEDIDA

- Confiamos que nuestras palabras hayan servido para hacerles **reflexionar y aportar un poco de luz** en la forma en la que vienen trabajando la comunicación social y de gobierno.

# DESPEDIDA

- **El futuro está en los municipios. Los grandes estados van hacia procesos que les alejan del ciudadano. La respuesta está en el origen, en lo más próximo, en nuestros municipios, en nuestras colonias, en nuestros pueblos, en nuestras ciudades.**

# DESPEDIDA

- **Una buena comunicación les permitirá conectar mejor con el ciudadano y poder hacer frente a los retos que tienen por delante.**
- **Ustedes cuentan con mucha responsabilidad y mucho trabajo por delante. La gestión de la comunicación social es uno de ellos.**

# DESPEDIDA

- Detrás de cualquier acción de comunicación **ha de existir una buena estrategia.**
- No estamos en campaña permanente, **estamos en comunicación permanente.**

# DESPEDIDA

- Mucha suerte, muchas gracias y ¡hasta el próximo año!
- Esperamos volver a vernos en una próxima edición.

**Edna Nelly Becerril Lerín**

ednabecerril@becerrilygutierrez.com

+52 1 55 4366 1490



**Miguel Ángel Gutiérrez Pérez**

miguelgutierrez@becerrilygutierrez.com

+43 607 160 136

**BG.**

México - España

**BECERRIL & GUTIÉRREZ**  
Estrategas en Comunicación

**¡MUCHAS GRACIAS!**