



# El sector de la comunicación colegial anhela su pronta profesionalización

**Ley de Servicios** ♦ De las más de 1.000 instituciones colegiales, sólo el 18% tiene dircom

**A. GARVI**  
agarvi@neg-ocio.com

"Sabemos que lo estamos haciendo mal, por ello nos preocupa la comunicación con los colegiados". Quien así se expresa es Jesús Martínez, decano del Colegio de Madrid de Ingenieros Técnicos de Obras Públicas.

Durante la celebración del seminario sobre *Comunicación entre colegios profesionales y colegiados*, organizado por Unión Profesional (UP), se abordaron las necesidades y oportunidades de los dircom de los colegios profesionales, muy sensibilizados ante la futura Ley de Servicios.

Martínez destacó que la comunicación debe "anticiparse a las necesidades de los colegios profesionales, pero en la actualidad somos incapaces de transmitir a la sociedad la importancia de estas instituciones".

## Grupo de trabajo

¿Dónde reside el fracaso de la relación entre el colegiado y el colegio profesional? Para abordar sus soluciones, la dircom de UP, Carmen Muñoz, ha coordinado un grupo de trabajo de comunicación, nacido hace seis años con los responsables de las principales instituciones colegiales. Como resultado de este trabajo se ha publicado un documento sobre la comunicación dirigido a los responsables de este área en los colegios.

Los retos de los dircom se fundamentan en dos ideas básicas. En primer lugar, atraer al colegiado hacia el colegio profesional y ser su referencia en todo lo relacionado con el ejercicio en



## Información, formación y integración

■ La encuesta realizada a los 177 dircom existentes en colegios profesionales revela los principales temas de interés de los colegiados en la comunicación interna. La información sobre el ejercicio profesional logra una puntuación entre el 8 y el 10 en más del 50% de los encuestados, segundo de la formación y la responsabilidad civil. Este tema es de los más valorados por más de la mitad de los entrevistados. Uno de los puntos principales del estudio es la estrategia de comunicación con los empleados. Ésta debe basarse en la formación, la información y la integración del equipo en el proyecto común del colegio profesional. ♦

la actualidad de su profesión.

Más destacable es la propuesta del grupo de expertos, donde se encuentran los dircom del Consejo General de la Abogacía, del Consejo General de Médicos, Arquitectura y Registradores, entre otros, para mejorar los procesos internos de comunicación de los colegios mediante la profesionalización de la gestión de la información.

Desde UP, presidida por Carlos Carnicer, se ha lanzado la "consigna de profesionalizar la comunicación", aseguró durante la jornada Carmen Muñoz. Ya no hay excusa para que las direcciones de comunicación funcionen con profesionales especializados en esta materia.

Lo que se busca es construir el colegio profesional desde el colegiado. En este aspecto, es necesario articular canales de comunicación continua con los usuarios. Sólo a través de una adecuada gestión de la relación con el colegiado se justifi-

ca que el colegio profesional sea útil a la sociedad.

Los datos señalan con claridad los errores en la comunicación de los colegios profesionales, sólo el 17,6% de estas instituciones dispone de un dircom. En España, sólo hay 177 responsables de comunicación de los algo más de 1.000 colegios profesionales existentes en febrero de 2009.

## Informe del sector

Uno de los principales problemas con los que se enfrentan los dircom de los colegios es la aridez y rigidez del lenguaje colegial. Por ello su labor es filtrar y traducir a la sociedad los mensajes para convertirlos en lenguaje audiovisual, que es la tendencia con la que se trabaja en la actualidad, según la dircom de UP.

Estos responsables defienden la profesionalización de su actividad tanto en personal como en recursos, estrategia y planificación. Para ello necesitan la

convicción y el liderazgo de las presidencias y juntas de gobiernos de los colegios. Es indispensable crear en estas instituciones un área específica de comunicación integrada de forma estratégica y ejecutiva.

En una encuesta dirigida a los 177 responsables de comunicación colegial se refleja un alto interés de estas organizaciones por el ámbito de la comunicación. Pero estos datos están viciados de origen por que sólo se dirigió el estudio a los colegios que tienen profesionalizada su comunicación, el 18% del total de estas instituciones.

Además el 62,5% de los encuestados reconoce tener integrada la comunicación con el colegiado dentro del plan de comunicación integral, favoreciendo el nivel de interrelación. Las principales herramientas utilizadas por los dircom son las páginas web (90,7% de los encuestados), mientras que el correo electrónico lo utilizan el 88,37%. ♦