

Comunicación integral para las organizaciones: liderazgo y creación de valor

Arévalo Martínez, Rebeca Illiana

Resumen. En el texto se reflexiona sobre el hecho de que, si bien la comunicación integral no atiende a principios meramente económicos, existe interés por las personas que toman decisiones en la comunicación de las organizaciones por demostrar cómo la comunicación contribuye a la creación de valor. Así, su objetivo es fundamentar la influencia de la comunicación integral en el proceso de creación de valor en las organizaciones apalancada en un liderazgo de excelencia en comunicación a partir de la visión de Bruce Berger y Juan Meng del Plank Center para el Liderazgo en Relaciones Públicas.

Abstract. The text reflects on the fact that, even if comprehensive communication does not abide by merely economic principles, people who make decisions in communication between organizations are interested in demonstrating how communication contributes to create value. Thus, their objective is to support the influence of comprehensive communication on the value-creation

process in organizations leveraged by leadership in communication excellence, which is based on the vision of Bruce Berger and Juan Meng from Plank Center for Leadership in Public Relations.

Referencia bibliográfica.

Arévalo, R. I. (2019). *Comunicación integral para las organizaciones: liderazgo y creación de valor*. Salamanca: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.