



“

El momento para comunicar es ayer

”



ABR 2025

Mariola Montoya

Senior PR Specialist en The Square

Hablamos con Mariola Montoya, Senior PR Specialist en The Square, sobre la importancia de la comunicación efectiva en el ecosistema emprendedor y cómo las *startups* pueden destacar en un mercado competitivo.

Las *startups* enfrentan el desafío de encontrar un elemento diferenciador y, al mismo tiempo, adaptar su mensaje según el contexto y la audiencia. Atraer personas inversoras, clientes o medios de comunicación requiere de enfoques distintos. En este contexto, el 1 Estudio sobre los retos en la comunicación de una *startup* elaborado por la agencia de comunicación Bambú PR, **el 73% de las personas emprendedoras encuestadas consideran la comunicación una herramienta vital, especialmente en las primeras fases** de vida de una empresa. Por otro lado, el mismo estudio indica que el 65% de las *startups* españolas señalan que, a menudo, **una comunicación inadecuada puede ocasionar el fracaso de un negocio**.

Las relaciones públicas, según Mariola, *“se encargan de profesionalizar la visibilidad y reputación de algo”*. Las tendencias de comunicación están evolucionando rápidamente, por ello es esencial que las empresas se mantengan al día y adapten sus estrategias para conectar con su público objetivo.

En esta entrevista, Mariola nos habla sobre la importancia de adaptar el mensaje, medir la efectividad de las estrategias de comunicación y construir una reputación sólida. También ofrece su visión sobre los desafíos de comunicar proyectos con un gran componente técnico y aconseja comunicar desde el principio y tener un plan mínimo para lograr un impacto significativo.



INDICE

- | **01** | Sobre Mariola Montoya
- | **02** | Sobre The Square
- | **03** | El valor de la claridad en el mensaje
- | **04** | Adaptar el mensaje según el contexto
- | **05** | Medir la efectividad de la comunicación
- | **06** | Cómo diferenciarse
- | **07** | La relación entre la *startup* con los medios de comunicación
- | **08** | El reto de comunicar proyectos muy técnicos
- | **09** | Consejos para personas emprendedoras



Sobre Mariola Montoya

Mariola Montoya es una destacada especialista en relaciones públicas y comunicación, con una sólida formación en periodismo y comunicación audiovisual. A lo largo de su carrera, ha trabajado en diversos sectores, incluyendo el entretenimiento y la innovación, donde ha liderado equipos y proyectos de comunicación para multinacionales y renombrados artistas como Sara Bargas o Antonio Banderas.

Actualmente, Mariola es **Senior PR Specialist**, y forma parte del equipo de The Square, una agencia de comunicación ibérica que se dedica a **apoyar al ecosistema emprendedor para que obtengan visibilidad en los medios de comunicación**.



Sobre The Square

The Square es una agencia de comunicación con sede en Lisboa y oficina en Madrid, dedicada a ofrecer servicios de relaciones públicas, comunicación corporativa y *marketing* digital. La empresa surgió en el evento Web Summit de 2016, con la misión de convertirse en la **agencia de referencia en el ámbito de la comunicación** del ecosistema emprendedor. Desde sus inicios, The Square ha crecido junto a numerosas empresas emergentes, ayudándolas a posicionarse y destacar en un mercado altamente competitivo.

El valor de la claridad en el mensaje

Mariola insiste en la importancia de tener las ideas claras y ordenadas antes de comunicar. Es esencial **saber exactamente qué se quiere transmitir y a quién se está dirigiendo**. La claridad en el mensaje no solo facilita la comprensión, sino que también aumenta la efectividad de la comunicación.

Para lograr esto, es fundamental simplificar el mensaje y hacerlo accesible. La claridad y la precisión en la comunicación son claves para captar la atención y lograr los objetivos deseados.



*Tener las cosas claras, ordena la casa primero,
descubre cuál es tu mensaje y qué es lo que quieres
comunica*



La comunicación efectiva no solo ayuda a que una empresa sea conocida, también permite construir su reputación y credibilidad. Contar con **una estrategia de comunicación bien definida puede ser la diferencia entre el éxito y el fracaso**.

Adaptar el mensaje según el contexto

Mariola subraya que la esencia de una empresa no debe cambiar, pero es crucial entender a los interlocutores y **adaptar el mensaje según el contexto**. Esto implica hacer pequeños ajustes que pueden tener un gran impacto en la percepción del público. Por ejemplo, llevar un producto físico durante una presentación puede hacer que el concepto sea más tangible y comprensible para su audiencia.

Además, enfatiza que estos cambios no son necesariamente grandes, pero sí significativos. *“La esencia no tiene que cambiar, es tu empresa y la esencia de lo que estás haciendo es importante”*. Adaptar el mensaje de manera efectiva puede ser la clave para conectar con diferentes públicos y lograr una comunicación más efectiva.

Medir la efectividad de la comunicación

Para Mariola, las relaciones públicas son un trabajo a largo plazo que no se mide solo por el impacto inmediato, sino por la construcción de una trayectoria sólida. La **confianza** y la **diferenciación** son elementos esenciales para evaluar el éxito de la comunicación. Es importante que los medios de comunicación confíen en la información que se les proporciona y que esta tenga una proyección a largo plazo.

Asimismo, Mariola destaca que la efectividad de la comunicación no se puede medir únicamente por métricas como las visualizaciones o interacciones. La **construcción de una reputación sólida y confiable es fundamental para el éxito a largo plazo**.



Cómo diferenciarse

Diferenciarse en el ecosistema emprendedor es un desafío constante, la clave reside en encontrar elementos únicos que permitan a la *startup* destacar entre la multitud. Esto puede implicar desde la personalización del mensaje hasta la identificación de nichos específicos donde la empresa pueda sobresalir.



La diferenciación es algo con lo que luchamos desde el inicio como startup



Mariola señala que la diferenciación no sólo se trata de lo que se comunica, sino también de cómo y dónde se hace. **Posicionarse adecuadamente y saber comunicar los aspectos únicos de la empresa** son factores esenciales para destacar.

La relación entre la *startup* con los medios de comunicación

Mantener una buena relación con los medios de comunicación es un trabajo arduo pero gratificante. Mariola explica que, detrás de cada medio, hay personas que están interesadas en contar bien historias relevantes. Es importante respetar sus tiempos y entender qué es lo que les resulta realmente interesante.

En su experiencia como periodista, Mariola destaca la importancia que tiene esa relación basada en el respeto y la comprensión mutua. *“Es arduo, pero es bonito. Detrás de cada medio hay personas que están a tope”*. Construir y mantener estas relaciones puede ser crucial para obtener cobertura mediática y visibilidad.

El reto de comunicar proyectos muy técnicos

Uno de los mayores desafíos en la comunicación es hacer que los proyectos muy técnicos sean comprensibles y atractivos para el público general. Mariola Montoya destaca que su trabajo consiste en traducir conceptos complejos en mensajes claros y accesibles. Esto implica encontrar maneras creativas de presentar la información para que sea relevante y atractiva.

Mariola enfatiza que, aunque un proyecto pueda parecer muy técnico o nicho, siempre hay una manera de hacerlo comprensible. La clave está en encontrar el ángulo adecuado para comunicar la esencia del proyecto de manera efectiva.



Lo bonito es como alguien te dice que lo que está haciendo no es sexy, no gusta. Mi trabajo es hacer que eso se entienda y que sea comunicable



Además, Mariola subraya la importancia de adaptar el mensaje para que resuene con el público objetivo. Esto puede implicar la simplificación de conceptos técnicos y utilizar ejemplos prácticos que faciliten la comprensión.



Consejos para personas emprendedoras

Finalmente, Mariola recomienda a cualquier persona que esté emprendiendo que comunique desde el principio, que tenga claro su mensaje y que lo transmita con conciencia.

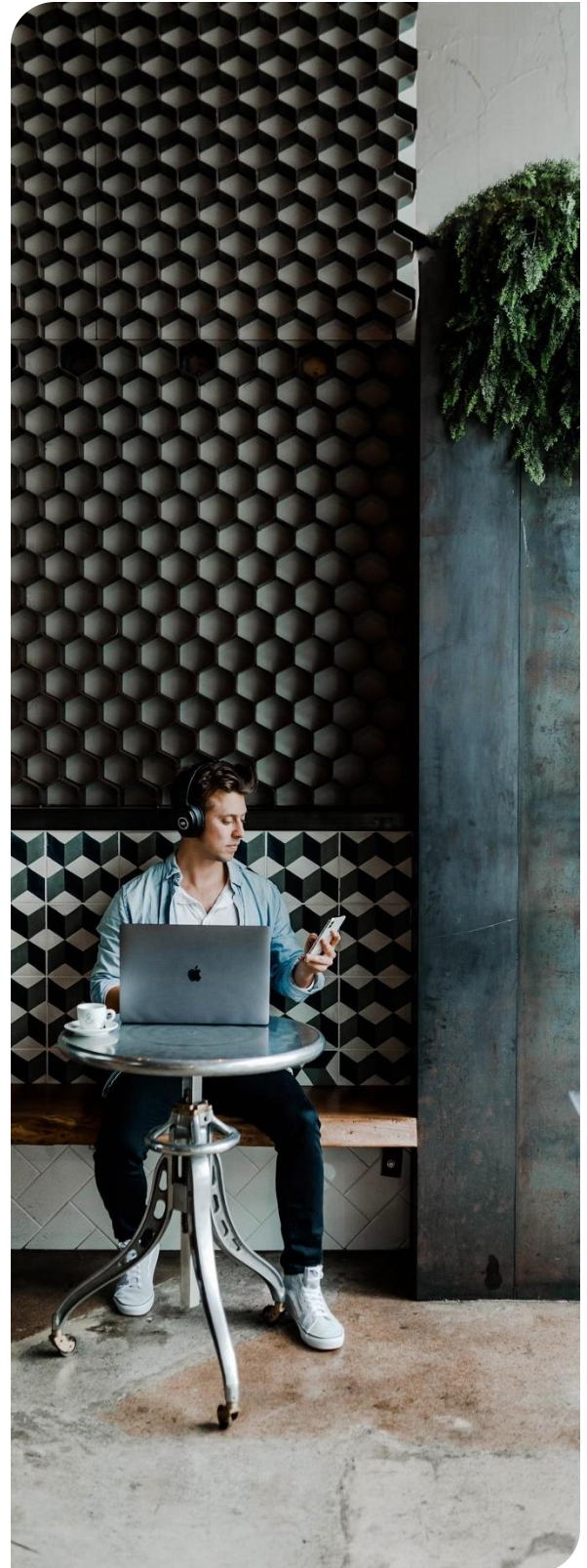


*El momento de
comunicar es ayer*



Es esencial estar presente en eventos y conocer a gente del ecosistema emprendedor. La claridad en el mensaje y la adaptación al público objetivo son claves para lograr un impacto significativo.

Además, enfatiza que no se necesita una gran inversión para empezar a comunicar, pero sí es necesario tener un plan mínimo, *“comunicar con conciencia y empezar a hacerlo cuanto antes”*. Tener mensajes clave y saber con quién se está hablando son aspectos fundamentales para una comunicación efectiva.





OFICINA NACIONAL DE EMPRENDIMIENTO

¡Regístrate en [one.gob.es!](https://one.gob.es)