



“

**El moment
per comunicar-se
és ahir**

”



ABR 2025

Mariola Montoya

Especialista en relacions públiques sènior a The Square

Parlem amb Mariola Montoya, Senior PR Specialist a The Square, sobre la importància de la comunicació efectiva en l'ecosistema emprenedor i com les *startups* poden destacar en un mercat competitiu.

Les *startups* enfronten el desafiament de trobar un element diferenciador i, alhora, adaptar el seu missatge segons el context i l'audiència. Atraure persones inversores, clients o mitjans de comunicació requereix d'enfocaments diferents. En aquest context, el 'l'Estudi sobre els reptes en la comunicació d'una *startup*' elaborat per l'agència de comunicació Bambú PR, **el 73% de les persones emprenedores enquestades consideren la comunicació una eina vital, especialment en les primeres fases** de vida d'una empresa. D'altra banda, el mateix estudi indica que el 65% de les *startups* espanyoles assenyalen que, sovint, **una comunicació inadequada pot ocasionar el fracàs d'un negoci**.

Les relacions públiques, segons Mariola, *"s'encarreguen de professionalitzar la visibilitat i reputació d'alguna cosa"*. Les tendències de comunicació estan evolucionant ràpidament, per això és essencial que les empreses es mantinguin al dia i adaptin les seves estratègies per connectar amb el seu públic objectiu.

En aquesta entrevista, Mariola ens parla sobre la importància d'adaptar el missatge, mesurar l'efectivitat de les estratègies de comunicació i construir una reputació sòlida. També ofereix la seva visió sobre els desafiaments de comunicar projectes amb un gran component tècnic i aconsella comunicar des del principi i tenir un pla mínim per aconseguir un impacte significatiu.



INDEX

- | **01** | Sobre Mariola Montoya
- | **02** | Sobre La Plaça
- | **03** | El valor de la claredat en el missatge
- | **04** | Adaptar el missatge segons el context
- | **05** | Mesurar l'efectivitat de la comunicació
- | **06** | Com diferenciar-se
- | **07** | La relació entre la *startup* amb els mitjans de comunicació
- | **08** | El repte de comunicar projectes molt tècnics
- | **09** | Consells per a persones emprenedores



Sobre Mariola Montoya

Mariola Montoya és una destacada especialista en relacions públiques i comunicació, amb una sòlida formació en periodisme i comunicació audiovisual. Al llarg de la seva carrera, ha treballat en diversos sectors, incloent-hi l'entreteniment i la innovació, on ha liderat equips i projectes de comunicació per a multinacionals i renomats artistes com Sara Bargas o Antonio Banderas.

Actualment, Mariola és **Senior PR Specialist**, i forma part de l'equip de The Square, una agència de comunicació ibèrica que es dedica a **donar suport a l'ecosistema emprendedor perquè obtinguin visibilitat en els mitjans de comunicació.**



Sobre La Plaça

The Square és una agència de comunicació amb seu a Lisboa i oficina a Madrid, dedicada a oferir serveis de relacions públiques, comunicació corporativa i *màrqueting* digital. L'empresa va sorgir en l'esdeveniment Web Summit de 2016, amb la missió de convertir-se en l'**agència de referència en l'àmbit de la comunicació de** l'ecosistema emprenedor. Des dels seus inicis, The Square ha crescut al costat de nombroses empreses emergents, ajudant-les a posicionar-se i destacar en un mercat altament competitiu.

El valor de la claredat en el missatge

Mariola insisteix en la importància de tenir les idees clares i ordenades abans de comunicar. És essencial **saber exactament què es vol transmetre i a qui s'està dirigint**. La claredat en el missatge no només facilita la comprensió, sinó que també augmenta l'efectivitat de la comunicació.

Per aconseguir això, és fonamental simplificar el missatge i fer-lo accessible. La claredat i la precisió en la comunicació són claus per captar l'atenció i assolir els objectius desitjats.



*Tenir les coses clares, ordena la casa primer,
descobreix quin és el teu missatge i què és el que vols
comunicar*



La comunicació efectiva no només ajuda que una empresa sigui coneguda, també permet construir la seva reputació i credibilitat. Comptar amb una estratègia de comunicació ben definida pot ser la diferència entre l'èxit i el fracàs.

Adaptar el missatge segons el context

Mariola subratlla que l'essència d'una empresa no ha de canviar, però és crucial entendre els interlocutors i **adaptar el missatge segons el context**. Això implica fer petits ajustos que poden tenir un gran impacte en la percepció del públic. Per exemple, portar un producte físic durant una presentació pot fer que el concepte sigui més tangible i comprensible per a la seva audiència.

A més, emfatitza que aquests canvis no són necessàriament grans, però sí significatius. *"L'essència no ha de canviar, és la teva empresa i l'essència del que estàs fent és important"*. Adaptar el missatge de manera efectiva pot ser la clau per connectar amb diferents públics i aconseguir una comunicació més efectiva.

Mesurar l'efectivitat de la comunicació

Per a Mariola, les relacions públiques són un treball a llarg termini que no es mesura només per l'impacte immediat, sinó per la construcció d'una trajectòria sòlida. La **confiança** i la **diferenciació** són elements essencials per avaluar l'èxit de la comunicació. És important que els mitjans de comunicació confiïn en la informació que se'ls proporciona i que aquesta tingui una projecció a llarg termini.

Així mateix, Mariola destaca que l'efectivitat de la comunicació no es pot mesurar únicament per mètriques com les visualitzacions o interaccions. La **construcció d'una reputació sòlida i confiable és fonamental per a l'èxit a llarg termini**.



Com diferenciar-se

Diferenciar-se en l'ecosistema emprenedor és un desafiament constant, la clau rau a trobar elements únics que permetin a la *startup* destacar entre la multitud. Això pot implicar des de la personalització del missatge fins a la identificació de nínxols específics on l' empresa pugui sobresortir.



La diferenciació és una cosa amb la qual lluitem des de l'inici com a startup



Mariola assenyala que la diferenciació no només es tracta del que es comunica, sinó també de com i on es fa. **Posicionar-se adequadament i saber comunicar els aspectes únics de l' empresa** són factors essencials per destacar.

La relació entre la *startup* amb els mitjans de comunicació

Mantenir una bona relació amb els mitjans de comunicació és un treball ardu però gratificant. Mariola explica que, darrere de cada mitjà, hi ha persones que estan interessades a contar bé històries rellevants. És important respectar els seus temps i entendre què és el que els resulta realment interessant.

En la seva experiència com a periodista, Mariola destaca la importància que té aquesta relació basada en el respecte i la comprensió mútua. *"És ardu, però és bonic. Darrere de cada mitjà hi ha persones que estan a tope"*. Construir i mantenir aquestes relacions pot ser crucial per obtenir cobertura mediàtica i visibilitat.

El repte de comunicar projectes molt tècnics

Un dels majors desafiaments en la comunicació és fer que els projectes molt tècnics siguin comprensibles i atractius per al públic general. Mariola Montoya destaca que el seu treball consisteix a traduir conceptes complexos en missatges clars i accessibles. Això implica trobar maneres creatives de presentar la informació perquè sigui rellevant i atractiva.

Mariola emfatitza que, encara que un projecte pugui semblar molt tècnic o nínxol, sempre hi ha una manera de fer-ho comprensible. La clau està a trobar l'angle adequat per comunicar l'essència del projecte de manera efectiva.



El bonic és com algú et diu que el que està fent no és sexy, no agrada. La meva feina és fer que això s'entengui i que sigui comunicable



A més, Mariola subratlla la importància d'adaptar el missatge perquè ressoca amb el públic objectiu. Això pot implicar la simplificació de conceptes tècnics i utilitzar exemples pràctics que facilitin la comprensió.



Consells per a persones emprenedores

Finalment, Mariola recomana a qualsevol persona que estigui emprenent que comuniqui des del principi, que tingui clar el seu missatge i que ho transmeti amb consciència.

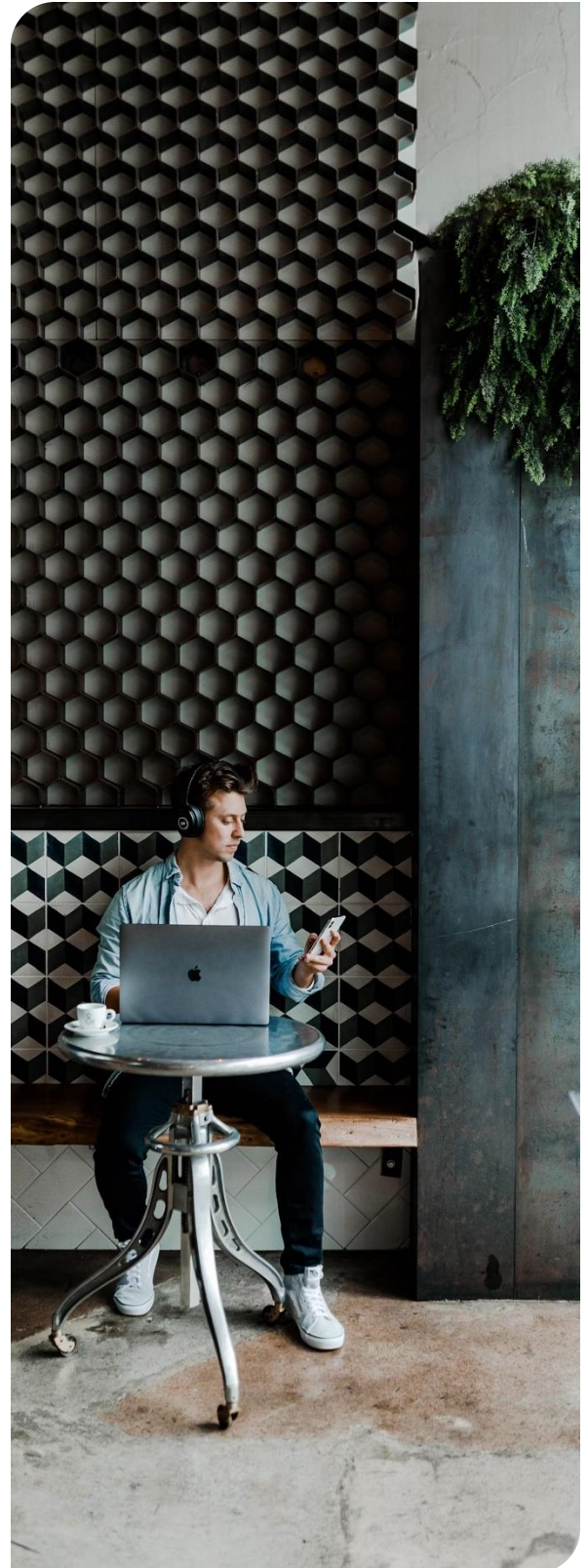


*El moment de comunicar
és ahir*



És essencial estar present en esdeveniments i conèixer gent de l'ecosistema emprenedor. La claredat en el missatge i l'adaptació al públic objectiu són claus per assolir un impacte significatiu.

A més, emfatitza que no es necessita una gran inversió per començar a comunicar, però sí que cal tenir un pla mínim, *"comunicar amb consciència i començar a fer-ho com més aviat millor"*. Tenir missatges clau i saber amb qui s'està parlant són aspectes fonamentals per a una comunicació efectiva.



ONE

OFICINA NACIONAL DE EMPRENDIMIENTO

Regístrate en one.gob.es!