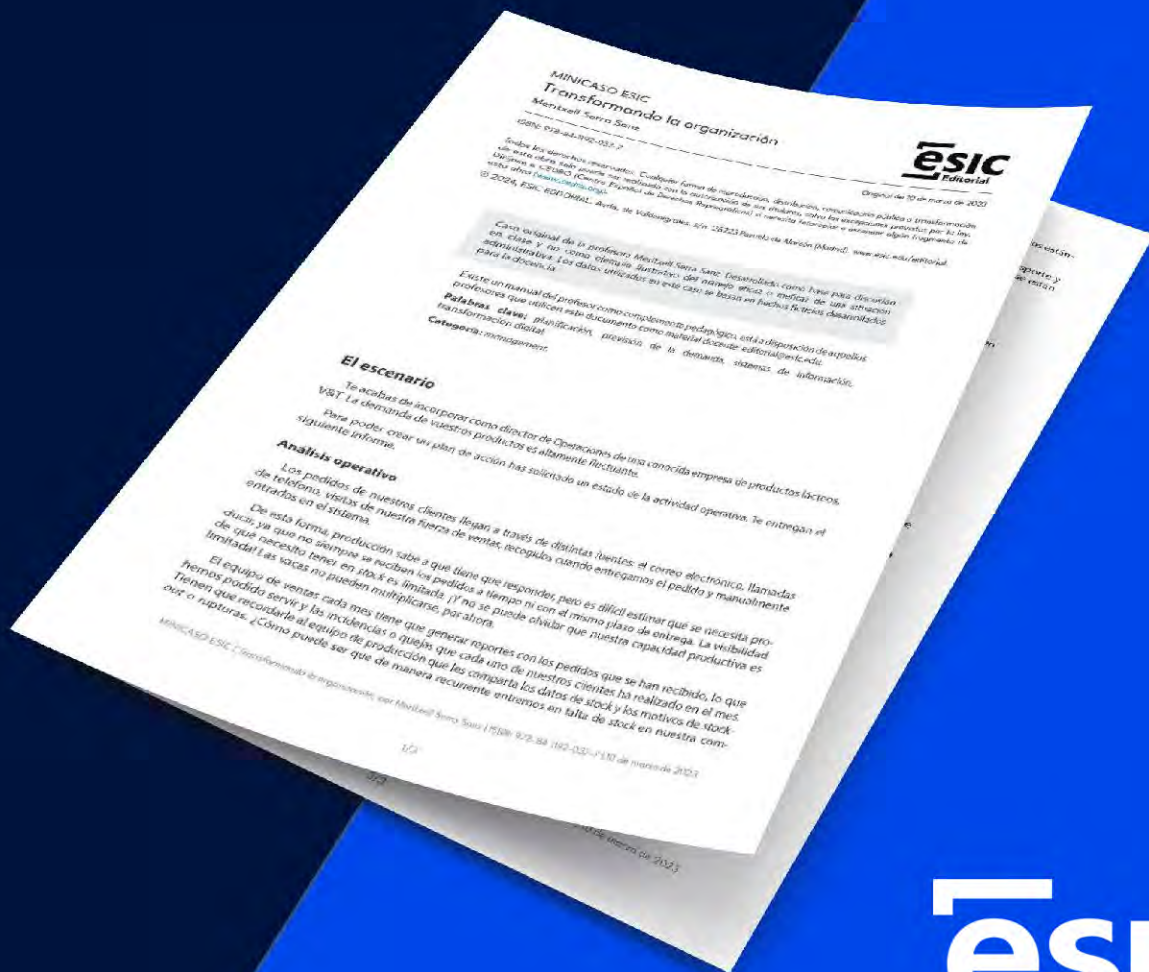


MINICASO

ESIC



Todos los derechos reservados. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo las excepciones previstas por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.cedro.org).

© 2025, ESIC EDITORIAL. Avda. de Valdenigrales, s/n. 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid). www.esic.edu/editorial.

Caso original de los profesores **Rafael Canorea García, Ruth Fernández Hernández y Daniela Musicco Nombela**. Desarrollado como base para discusión en clase y no como ejemplo ilustrativo del manejo eficaz o ineficaz de una situación administrativa. Los datos utilizados en este caso se basan en hechos reales desarrollados para la docencia.

Existe un manual del profesor como complemento pedagógico, está a disposición de aquellos profesores que utilicen este documento como material docente: editorial@esic.edu.

Palabras clave: dircom, reorganización, reputación digital, comunicación corporativa, competencias personales.

Categoría: marketing y comunicación/*management*.

Contexto

Grupo NOVA es una empresa española de tamaño medio-grande (1.200 empleados), con presencia nacional y planes de internacionalización en Latinoamérica. Opera en el sector de tecnología aplicada a la logística y el transporte, con una marca B2B consolidada, pero poco reconocida a nivel público.

Tras una serie de cambios estratégicos (nueva dirección general, reorganización interna, adquisición de una *startup*, y una inversión externa importante), la empresa decide fortalecer su reputación corporativa y gestión de la comunicación nombrando a un nuevo director de Comunicación (dircom).

Perfil del nuevo dircom

- Nombre: Laura Rodríguez.
- Edad: 42 años.
- Experiencia: exresponsable de comunicación de una multinacional tecnológica. Experta en estrategia de marca, comunicación digital y gestión de crisis.

Situación inicial

Laura asume el cargo con un diagnóstico complejo:

- La empresa no tiene un plan de comunicación corporativa definido.