Propuesta de valor.

Para **Lucas Naranjo Mejía** · De **Luis Felipe Molina R.** · Manizales, noviembre de 2026

Acompañar estratégicamente

Lucas:

Me preguntaste cómo puedo generar valor. No quisiera responderte con una lista de servicios ni con un repaso de todo lo que he hecho. Prefiero hablarte de lo que sé hacer, de cómo trabajo y de lo que puede cambiar cuando esas capacidades se ponen al servicio de una idea o de un negocio.

La palabra que mejor lo describe es **acompañar estratégicamente.** Viene de compañero, el que comparte: alguien que se sienta a la misma mesa, aporta un conocimiento distinto y trabaja por un propósito común. Tú conoces tus negocios, tus decisiones y tus desafíos; yo pongo una mirada construida desde la comunicación, el periodismo, las narrativas transmediales y el pensamiento estratégico.

No se trata simplemente de comunicar más.

Se trata de que la comunicación sirva para algo.

Lo que pongo sobre la mesa

Tú ya viste una muestra. Cuando me invitaste a la escuela de aviación a hablar de meteorología, lo valioso no estaba solo en conocer los datos de la atmósfera, sino en lograr que una información especializada se volviera comprensible, interesante y útil para quienes la necesitaban.

Ese es, en esencia, mi oficio: **comprender asuntos complejos, identificar lo importante y convertirlo en explicaciones, historias y mensajes útiles para quienes necesitan entender, confiar o decidir.** Lo respaldan tres cosas.

Formación y experiencia internacional. Soy magíster en Periodismo Digital de Goldsmiths, Universidad de Londres, donde estudié como becario Chevening. Hice mi práctica en BBC News y BBC Weather y hoy colaboro con la BBC como periodista independiente; este año cubrí para ella, desde Manizales, el terremoto del 10 de agosto.

Dirección y comunicación estratégica. Fundé La Patria Radio y lideré la transición del diario hacia el audio y el streaming. He asesorado a un congresista en comunicación política y de crisis, estuve al frente de la estrategia de comunicaciones de Artes para la Paz, de MinCulturas, y hoy acompaño a empresas y organizaciones de Estados Unidos en su comunicación estratégica.

Traducir lo complejo. He trabajado con información técnica, institucional, política, científica y empresarial. Con @meteorologia101 explico la ciencia del tiempo a públicos muy distintos y esa misma disciplina sirve para cualquier tema que necesite entenderse bien.

En todos esos escenarios aprendí algo: **la buena comunicación no empieza cuando alguien se sienta a escribir. Empieza cuando entiende a las personas, las circunstancias, los intereses y las tensiones que rodean una decisión**. Esa escucha es el fundamento de todo lo que te propongo.

Cuatro maneras de generar valor

Ninguna de estas capacidades promete ventas, inversionistas o aprobaciones, que dependen de muchos factores. Lo que sí hacen es mejorar las condiciones en las que esas oportunidades aparecen: relaciones más claras, una reputación más sólida, equipos mejor coordinados y menos incertidumbre.

01 Explicar → claridad y confianza

Una empresa, un proyecto o una decisión pueden tener fundamentos sólidos y aun así resultar difíciles de comprender para quienes están afuera. Puedo transformar información técnica, financiera, institucional o comercial en explicaciones claras, rigurosas y pensadas para cada público.

> **El resultado:** menos confusiones, mejores argumentos y públicos con más elementos para decidir.

02 Contar → diferenciación y recordación

Detrás de cada iniciativa hay decisiones, personas y propósitos que no siempre se comunican bien. Mi trabajo es identificar qué merece contarse, por qué debería importarle a alguien y cómo hacerlo: la historia de una empresa, la visión de quien la dirige o lo que distingue a un proyecto.

> **El resultado:** que una idea o una trayectoria no solo sea conocida, sino comprendida y recordada por lo que la hace distinta. Una buena narrativa no reemplaza los resultados; los vuelve memorables.

03 Preparar → mejores intervenciones

Algunas conversaciones merecen una preparación especial: una entrevista, una reunión con inversionistas, una presentación ante aliados, un encuentro institucional o una situación difícil. Puedo acompañarte a organizar argumentos, construir presentaciones, anticipar preguntas y ensayar, en español o en inglés.

> **El resultado:** llegar a los momentos importantes con mensajes sólidos, argumentos ordenados y capacidad de responder.

04 Asesorar → mejores decisiones de comunicación

No todas las situaciones necesitan una campaña, un video o un comunicado. Algunas piden escuchar, leer el contexto, anticipar consecuencias o esperar el momento oportuno. Puedo aportar una mirada externa, crítica y constructiva, cerca de quienes toman las decisiones.

El resultado: criterio para anticipar riesgos, reconocer oportunidades y actuar a tiempo.

Pensar contigo

Quizá esto sea lo más difícil de encontrar en una agencia. Puedes contratar redactores, diseñadores, productoras o administradores de redes.

Lo que te ofrezco es otra cosa: **sentarme contigo, escuchar una idea todavía desordenada, identificar lo que tiene valor, hacerte las preguntas que quizá nadie te está haciendo y convertir todo eso en algo que otros puedan entender.**

Mi formación periodística añade un matiz importante. No me quedo en qué quieres comunicar**: pienso en qué necesita comprender la persona que está al otro lado.** Esa pregunta cambia una presentación, una entrevista, una reunión de negocios y hasta una conversación con una comunidad.

Dónde puede hacerse tangible

No quiero asumir que conozco las necesidades de tus empresas antes de escucharte; sería contradictorio con la manera en que entiendo mi trabajo. Puedo, eso sí, **imaginar escenarios en los que estas capacidades suelen ser especialmente útiles:**

- Una idea de negocio que necesita presentarse de manera convincente.
- Un proyecto complejo que debe explicarse ante comunidades o instituciones.
- Una empresa que quiere diferenciarse.
- Un equipo comercial que necesita mejores argumentos.
- Tu posicionamiento como empresario y vocero.
- Una situación sensible en la que comunicar con claridad y responsabilidad es fundamental.

Cómo podríamos trabajar

Veo tres posibilidades, que podemos ajustar a tus prioridades:

Por proyectos

Para desafíos concretos, con objetivos, entregables y tiempos definidos.

Como asesor estratégico

Un acompañamiento periódico y cercano a ti para analizar oportunidades, preparar conversaciones importantes, desarrollar ideas y aportar criterio.

Como aliado de comunicación estratégica

Una participación más amplia en uno o varios negocios, articulando estrategia, narrativa, contenidos y relacionamiento con los equipos de cada uno.

Por dónde empezaría

Por escucharte. Me gustaría conocer qué estás construyendo, qué oportunidades te interesan más y en qué momentos sientes que una mirada como la mía podría sumar.

A partir de esa conversación podemos identificar una primera necesidad y definir una intervención concreta, con alcance, entregables y honorarios claros.

Quisiera que el valor de mi trabajo se reconociera en resultados observables: una presentación mejor construida, una narrativa más sólida, un equipo con mejores herramientas, un vocero mejor preparado o una decisión de comunicación tomada con más criterio.

En pocas palabras

Creo que **mi mayor valor está en comprender lo complejo, encontrar lo esencial y comunicarlo de manera que construya confianza, facilite decisiones y abra posibilidades.**

Eso es lo que quisiera poner a tu disposición: mi experiencia, mi criterio y una mirada que combina la sensibilidad del periodista con el pensamiento estratégico del comunicador. **Te propongo acompañarte para que las ideas y los proyectos que consideras importantes lleguen más lejos.**

Luis Felipe Molina R.
Estrategia, comunicación y narrativas empresariales
contacto@luisfmolina.com · 311 645 4265 · luisfmolina.com