

Título: Comunicación e innovación: más que un clic para Pymes, Colombia. Estudio de caso

Mireya BARÓN PULIDO

mbaronpu@poligran.edu.co

Magister en Lingüística Española ICC, Langue Francaise, Paris IV-Sorbonne
Directora del Grupo de Investigación Comunicación Estratégica y Creativa (CEC),
Directora Revista Poliantea y docente investigadora de la Institución Universitaria
Politécnico Grancolombiano, Bogotá, Colombia.

Gabriel J. LOTERO-ECHEVERRI

gabriel.loteroec@amigo.edu.co

Máster en Mediación intercultural, Universidad de Valencia (España).
Director del Grupo de Investigación Urbanitas y docente de la Fundación Universitaria Luis
Amigó, Medellín, Colombia.

Antón ÁLVAREZ-RUIZ

antonalv@ucm.es

Doctor en Publicidad, Universidad Complutense de Madrid-UCM, España. Miembro de
The Account Planning Goup-APG, España. Miembro de la Academia de la Publicidad,
España.

Resumen:

Este artículo compila los resultados de la investigación Soluciones e Instrumentos, innovando desde la Gestión de Conocimiento para la Comunicación de las organizaciones (Pymes en Colombia), financiada por la convocatoria de investigación de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano, y realizada en trabajo colaborativo entre el grupo Comunicación Estratégica y Creativa (CEC-Bogotá) y el grupo Urbanitas de la Fundación Universitaria Luis Amigó (Medellín). La primera fase se llevó a cabo con una muestra de pequeñas y medianas empresas de la localidad de Chapinero, en Bogotá.

En la segunda fase del proyecto, se extiende la investigación a la ciudad de Medellín, Colombia, para lo cual se cuenta con la participación del grupo Urbanitas. El propósito es identificar las capacidades de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de las dos principales ciudades del país para gestionar sus procesos de comunicación y fomentar la innovación, desde la gestión del conocimiento. La metodología se centra en el enfoque cualitativo, diseñado como un estudio de caso en una muestra intencionada de Pymes de las dos ciudades.

En el presente estudio, se concluye que se destacan dos escenarios para la innovación desde la comunicación: la gestión del marketing y de las organizaciones a partir de la figura del analista *planner*.

Como aporte a la comunidad beneficiaria de la investigación, se diseñó una estrategia multimedia que ofrece unas recomendaciones al empresario en el contexto digital. Dicha estrategia se visualiza en el cierre de este mismo artículo.

Palabras Claves: *Comunicación on line, organizaciones, gestión del conocimiento, Pymes, estrategia*