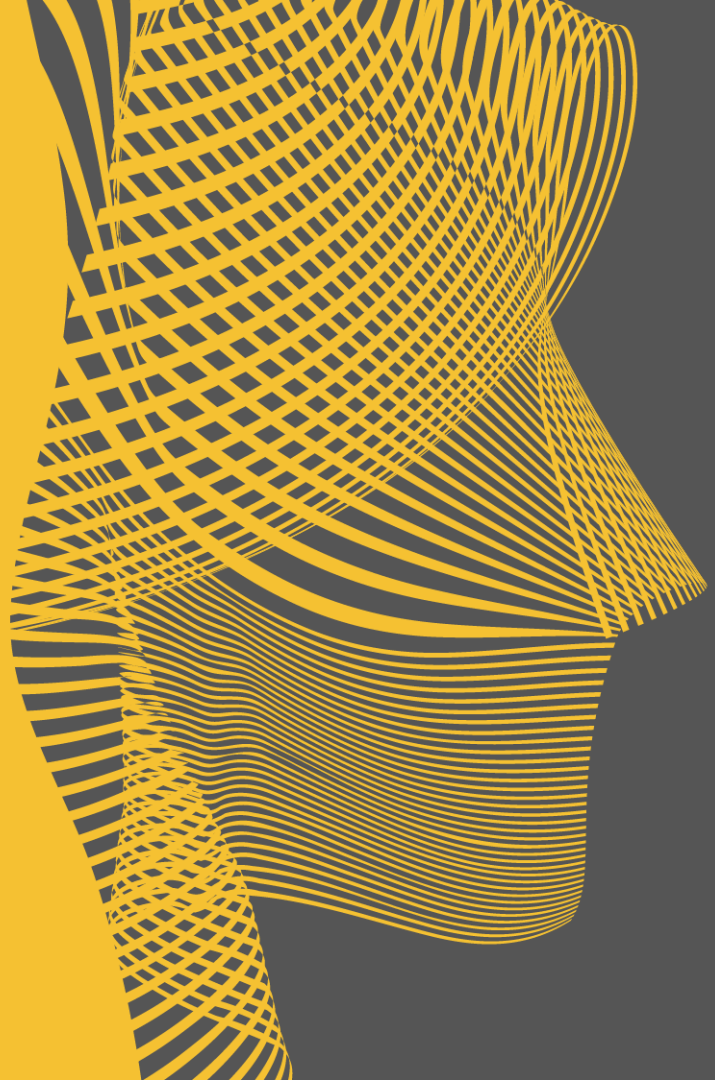

COLEGIATURA

OTROSENTIDO COLEGIATURA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

IV COLOQUIO PERFIL ORIGINAL

Marcela Mejía R.

7mo SEMESTRE

Gestión de Proyectos
2021-1

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

El emprendimiento, su relación con el ámbito comunicativo y la situación en Medellín.

Descripción del proyecto

El proyecto a desarrollar toma como problemática las formas en que se manifiesta el emprendimiento en la ciudad de Medellín, las dificultades que se enfrentan para su implementación y la manera en que la comunicación incide en su potenciamiento. Así pues, el objetivo general se centra en el análisis de la comunicación en el ámbito emprendedor de la ciudad, en la actualidad. En su aporte a la transformación social, se identificarán las problemáticas y el contexto que determina el quehacer del emprendedor en Medellín. Los resultados se presentarán en forma de capítulos con base en los objetivos específicos de la investigación. Finalmente, el proyecto a desarrollar se justifica en la medida que aporta una revisión actual, sobre un tema que sigue en desarrollo, pues el emprendimiento es una alternativa a la crisis económica del país en tiempos de recesión económica y allí hay oportunidad de crecimiento para el comunicador organizacional.

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Contexto del proyecto: Problemática – Oportunidad – Justificación. (Capacidad de adaptación del proyecto al contexto hoy)

El problema identificado radica en la necesidad de información, comunicación y conocimiento sobre los ecosistemas de mercado que puede estarse presentando entre emprendedores en la ciudad de Medellín, a la luz del crecimiento que viene teniendo este sector de mercado; según cifras de la Alcaldía de Medellín (2019). Así mismo, la motivación para emprender el proyecto, radica en la existencia de una nueva tendencia de emprendedores con un desarrollo fluctuante, que pueden ser abordados desde la comunicación organizacional, para mejorar sus resultados y sostenibilidad. En lo tocante a la situación actual, es evidente que la pandemia surge como un factor de cambio, pues a junio del 2020, según informes de Caracol Radio (2020), se preveía el cierre de al menos un 23% de emprendimientos en Medellín.

Así pues, el tema del emprendimiento tiene validez mundial, toda vez que la economía depende también de los pequeños y medianos empresarios (Gómez, 2017); razón por la cual el proyecto tiene adaptabilidad, a corto, mediano y largo plazo.

Propuesta de proyecto

Accionar social: el proyecto a desarrollar aporta al sector de emprendimiento, brindando un documento en el que se identifica el concepto, se examina el papel de la comunicación para posicionarse en el mercado competitivo y se identifican las problemáticas más comunes en el emprendimiento de la ciudad.

Planteamiento de mi posición como comunicador y mi proyecto en un escenario de pandemia con todo lo que ello implica: el papel del comunicador organizacional, que se sume en el proyecto, permitirá la generación de un documento y apoyo audiovisual con el que los emprendedores ya iniciados y los que quieran comenzar, puedan tener un norte en cuanto a la importancia de la comunicación para direccionarse de mejor manera en un escenario de mercado en medio de la pandemia por Covid-19.

Se asume que la participación de los profesionales en todas las materias del mercado, implica una nueva responsabilidad social en la transición que el mundo viene haciendo a causa del virus. En ese sentido, la adaptabilidad es la mejor herramienta para llevar a cabo las tareas desde la nueva normalidad, en donde la calidad de vida implica no solo capacidad de compra, sino también poseer una buena salud y paz mental; pues la pandemia a mostrado que no solo el poder económico es importante.

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Acercamiento formal

A nivel formal, el proyecto se materializará por medios de un articulo de investigación, publicado en medios digitales con criterios de calidad y pertinencia suficientes para aportar a la problemática identificada, luego de realizar una concienzuda pesquisa documental, junto al acercamiento con emprendedores de la ciudad de Medellín.

Así mismo, se diseñará un audiovisual de corta duración, en el que se sinteticen de forma práctica y lúdica los hallazgos de la investigación, acompañados de algunas propuestas establecidas a la luz del análisis de resultados, con énfasis en la realidad social de la ciudad y las necesidades más latentes en tiempos de pandemia.

Usabilidad (relación usuario-propuesta (producto / servicio) en el contexto.

A fin de tener un alcance macro, los entregables del proyecto: artículo , estarán disponibles en bases de datos académicas, así como en el repositorio de la Colegiatura.

Para llegar a un mayor número de personas, de forma práctica y asertiva, se establecerán palabras clave acordes al tema del emprendimiento, la comunicación organizacional y la problemática que se presenta en la ciudad de Medellín.

El usuario que consulte el material, podrá ampliar sus conocimientos sobre ecosistemas de emprendimiento, ruta N, empresario de sí, entre otros aspectos aplicables al contexto de la ciudad.

Componentes del proyecto

Enuncie las estrategias de mi proyecto para comunicaciones, como puede concretarse en una transformación generada desde las comunicaciones.

1. **Estrategia de publicación digital:** al prestarse los resultados como artículo de investigación en plataformas digitales, el proyecto podrá multiplicar su alcance, dada la creciente practicidad de investigación digital que surge por la pandemia.
2. **Estrategia de entregable audiovisual:** la elaboración de un vídeo que sintetice los resultados obtenidos, facilita la comprensión del texto para distintos públicos, dado que agiliza la presentación del análisis realizado, en momentos que la inmediatez es clave para muchos usuarios de internet.
3. **Estrategia de público variado:** si bien el proyecto surge desde el área de comunicación organizacional, sus alcances va direccionados a emprendedores, administradores, ingenieros industriales, docentes, estudiantes de diversas áreas; en fin, su alcance es ilimitado, pues la comunicación compromete a toda la ciudadanía.
4. **Estrategia organizacional:** emprendedores y emprendimientos pueden encontrar mayor relevancia en los resultados del proyecto, dado que se direcciona particularmente a ellos.

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Valor diferenciador de mi proyecto

La propuesta de valor para este proyecto se fundamenta en abordar un sector en constante cambio, como lo es el emprendimiento, direccionándose a personas que están dispuesta a emprender acciones; por ende se realiza un acercamiento con emprendedores de la ciudad de Medellín, seleccionados a través de una muestra por conveniencia. Así se tendrá no solo un fundamento documental para la elaboración del artículo y audiovisual, sino también un referente experiencial, directamente tomado de la fuente donde el emprendedor lucha día a día para mantenerse.

Direccionar la forma de presentación de resultados a públicos jóvenes, será también un agregado del proyecto, considerando que la inmediatez es una característica de ese grupo, por ende, la información de valor se sintetizará de tal manera que sea relevante y de fácil comprensión para profesionales y no profesionales interesados en acercarse al mundo del emprendimiento desde un enfoque distinto al de solamente vender.

Brindar herramientas para que los emprendedores diseñen estrategias agiles dentro de un ecosistema de mercado, es un valor que diferenciará la propuesta, dado que los resultados no solo se centrarán en la revisión documental y presentación teórica, sino también en tips y ejemplos que han dado resultado entre los emprendedores ya experimentados.

Finalmente, el proyecto resultará llamativo al querer ser el primero que se direccione a su publico objetivo de la forma como ellos lo están pidiendo: audiovisuales cortos en los que se entregue información de valor y honesta. Por ejemplo, a través de reels de Instagram que duran 15 segundos, en donde se describa el ecosistema en un video.

Referencias

- Alcaldía de Medellín. (2019). Condiciones para el emprendimiento dinámico e innovador en Medellín: hacia una nueva etapa del ecosistema. Medellín: Ed. Alcaldía. Recuperado de: https://www.medellindigital.gov.co/images/PDF/Estudio-de-emprendimiento-Medellin---Abril30-comprimido.pdf
- Caracol Radio. (2020). El 23% de las empresas en Antioquia ve probable un cierre definitivo. Recuperado de: https://caracol.com.co/emisora/2020/06/06/medellin/1591396195_995684.html
- Gómez, A. (2017). El 'empresario de sí mismo': el olvido de Antonio Negri. Daimon Revista Internacional de Filosofia, (71), 63-79.

COLEGIATURA