



Rebeca Illiana Arévalo Martínez
Profesora investigadora del CICA
rebeca.arevalo@anahuac.mx



Francisco David Hernández Salcedo
Alumno del Doctorado en Investigación de la Comunicación
franciscod.hernandez@gmail.com

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna de una organización apoya el cumplimiento de objetivos y metas por lo que requiere estudios “que evidencien cómo las organizaciones están apropiando las tendencias de la comunicación en el diseño de sus procesos y estrategias”[3], además de ayudar a los líderes a enfrentarse con la velocidad de información[2]. Por su parte, el *Global Innovation Index (GII)*[1] mide el desempeño de innovación de 126 países.

Esta investigación busca relacionar la investigación en comunicación interna por país con su nivel en el *GII* 2018, para conocer la vinculación existente entre estrategias de comunicación e innovación.

MATERIAL Y MÉTODO

Una muestra de 40 artículos científicos sobre comunicación interna e innovación, entre 2013 y 2018, se relacionó con el país de origen del autor principal y el nivel de dicho país en el *GII*. Se analizaron los dos países con mayor número de publicaciones contra cuatro indicadores del *GII*: instituciones, capital humano e investigación, sofisticación de negocios y salidas creativas.

RESULTADOS

En el comparativo entre el número de investigaciones publicadas por país, según la nacionalidad del autor y el nivel que ocupa el país dentro del *Global Innovation Index (GII)* (figura 1), destaca Estados Unidos con el mayor número de investigaciones publicadas sobre el tema (11) y el lugar seis en el *ranking*, seguido por Suecia con tres publicaciones y el tercer lugar en el *ranking*. Al revisar indicadores específicos relacionados de estos dos países (figura 2), Estados Unidos sólo supera a Suecia en entorno de negocios, investigación y desarrollo, y productos y servicios creativo, mientras que Suecia tiene el mejor lugar en todos los demás indicadores.

DISCUSIÓN

Destaca el papel dominante de Estados Unidos y Suecia, tanto en el ranking del *GII* como en el interés de los investigadores por encontrar vínculos entre las estrategias de comunicación y la innovación dentro de las organizaciones. Particularmente Suecia destaca en indicadores como educación, conocimiento de los trabajadores, vínculos de innovación, salidas creativas, creatividad en línea y, sobre todo, en activos intangibles; factores que constituyen, forman y desarrollan a las organizaciones y que sin duda requieren el manejo de gran cantidad de información. Se concluye que Suecia se convierte en un país que merece nuestra atención y reconocimiento, no solo por el desarrollo de innovación y la importancia que le confiere, sino por lo que hace desde la comunicación interna en las organizaciones, tal y como lo muestran los indicadores del *GII* y los temas de las investigaciones recientes encontradas.

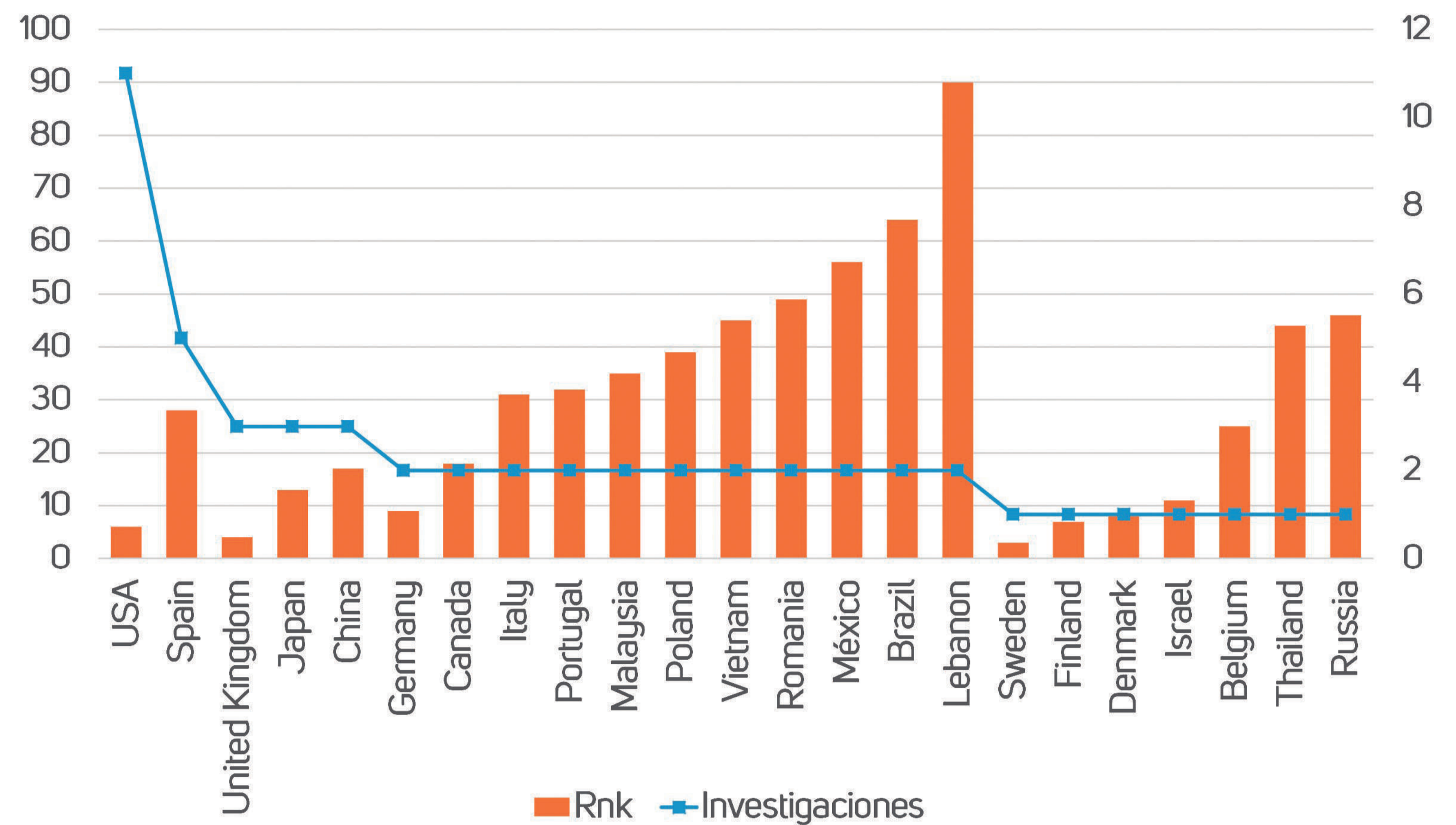


Figura 1

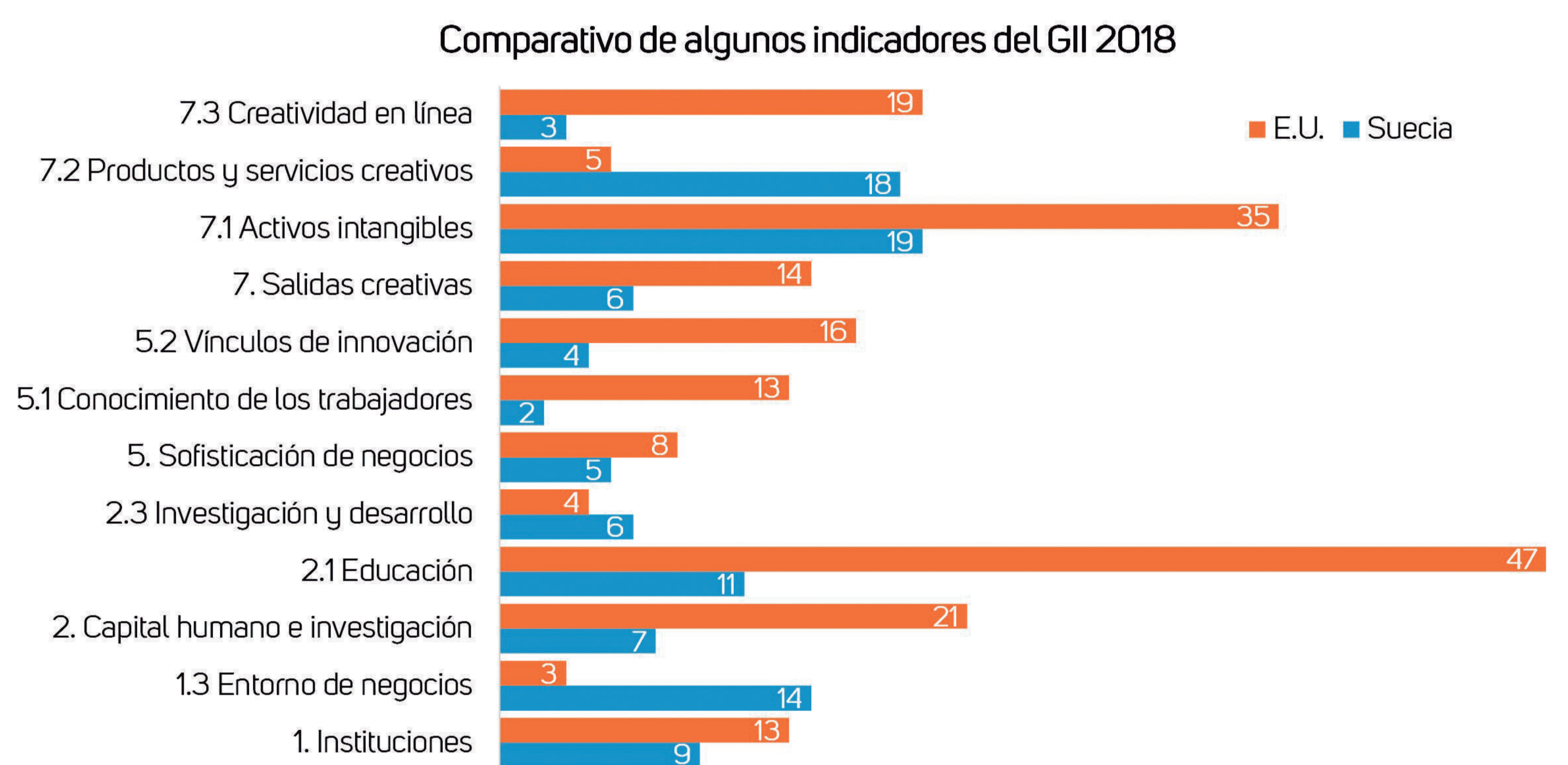


Figura 2

REFERENCIAS

- Dutta S, Lanvin B, Wunsch-Vincent S. The Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation. [Internet]. Ithaca, Fontainebleau, and Geneva: Cornell University, INSEAD, WIPO; 2018. Recuperado de: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report>
- Herrera M, Arévalo R. Key leadership challenges and factors in Public Relations and Communications in Mexico. En: Berger B, Meng J, editores. Public Relations Leaders as Sensemakers. A global study of leadership in public relations and communication management. New York: Routledge; 2014.
- Palacios JA. Historia y avances en la investigación en comunicación organizacional. Revista Internacional de Relaciones Públicas [internet]. 2015 [citado 10 Feb 2018];V(10):25-46. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-10-2015-03-25-46>