



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMERCIO**

**Tema: Las estrategias de comunicación y su incidencia en la gestión del
conocimiento en las PYMES manufactureras en el Distrito Metropolitano de
Quito.**

AUTOR: Pozo Pilacúan, Freddy Eduardo

DIRECTORA: Dra. Ivonne Marlene Benavides Franco

Sangolquí, Septiembre 2023



Contenido

1 Problema/Justificación

2 Objetivos

3 Hipótesis

4 Marco Teórico referencial

5 Conceptualización de las variables

6 Marco Metodológico

7 Resultados

8 Conclusiones y Recomendaciones

9 Prueba de hipótesis

10 Propuesta



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Problema de la investigación: Ausencia de las estrategias de comunicación en las pymes manufactureras del DMQ

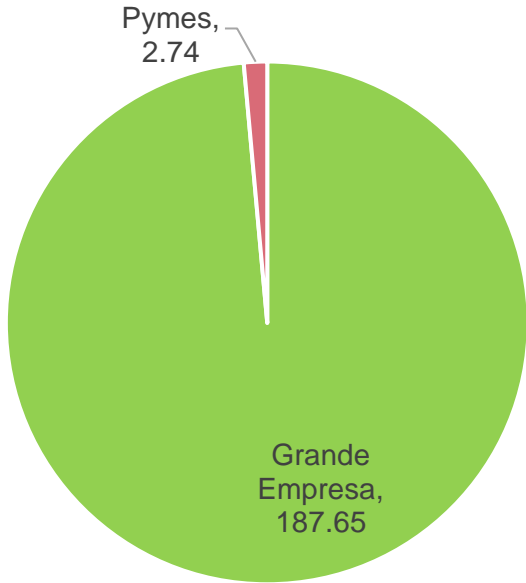
En la actualidad Ecuador vive una época de inestabilidad en la política e incertidumbre social y económica a consecuencia de varios hechos derivados del surgimiento de la pandemia

Valencia (2005) falta de inversión en activos intangibles impacta negativamente en la competitividad.

Hernández (2019) explica que los problemas de comunicación en las pequeñas empresas son más comunes de lo que pensamos, y parte de la razón es la falta de formalidad en los procesos entre las estructuras organizacionales.

La ausencia de las estrategias de comunicación y la carencia de un sistema formal de comunicación presenta interferencias y falencias en la comunicación. En Ecuador las pymes aún no han logrado el afianzamiento del conocimiento en su cultura organizacional.

Inversión anual en TIC

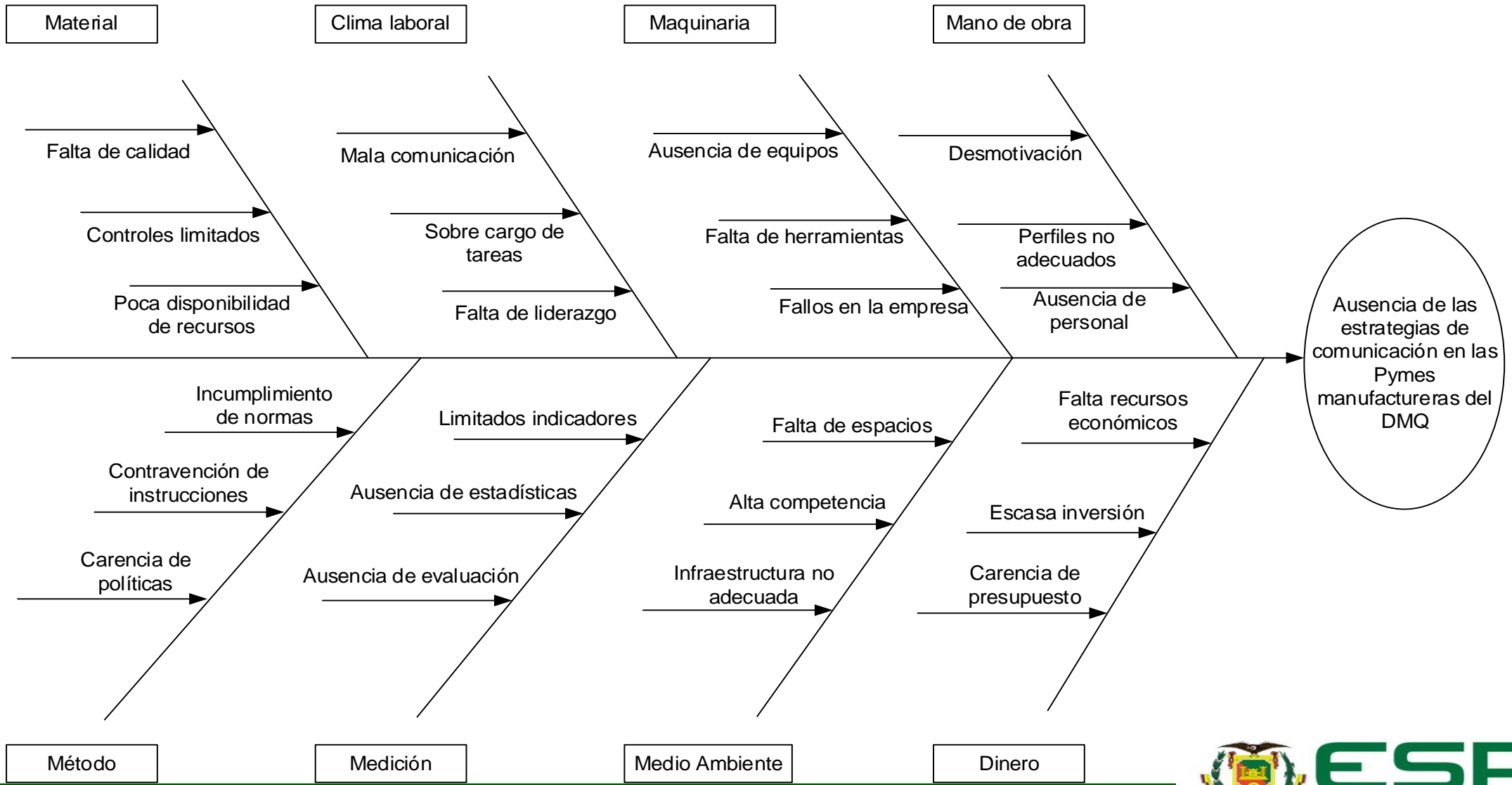


Justificación

La gestión del conocimiento efectiva impulsa la competitividad al mejorar el valor de capital. Esto se traduce en ventajas como la innovación, el desarrollo empresarial, la mejora del capital de conocimiento y las habilidades individuales, lo que contribuye a la optimización de procesos internos y externos.

es importante concientizar a las organizaciones y especialmente los pequeños y medianos fabricantes, al utilizar de manera efectiva los beneficios de la gestión del conocimiento, serán más competitivos en términos de valor de capital

: ¿Las estrategias de comunicación inciden en la gestión del conocimiento de las pymes manufactureras del DMQ?



Objetivo General



Analizar la incidencia de las estrategias de comunicación en la gestión del conocimiento en las pymes manufactureras del DMQ a través de un estudio estadístico.



Hipótesis Alternativa

Existe una correlación positiva entre las estrategias de comunicación y la gestión del conocimiento en las pymes manufactureras del DMQ

Hipótesis Nula

No existe correlación positiva entre las estrategias de comunicación y la gestión del conocimiento en las pymes manufactureras del DMQ.



Estrategias de comunicación - Comunicación Interna

Teoría de comunicación corporativa

Teoría humanista
Elton Mayo, Maslow,
Chester Bernard y Likert



Teoría del comportamiento organizacional
Herbert Alexander Simón



Teoría de contingencia



Teoría de contingencia



Teoría de juegos como parte de la estrategia en comunicación



Gestión del conocimiento

El aprendizaje organizacional es un proceso estructurado que busca mejorar el desempeño de la organización al adquirir nuevos conocimientos y habilidades.



Modelo de Anderson (1999)



El aprendizaje organizacional fortalece el capital intelectual de la organización.

Modelo de Wiig 1993



El aprendizaje organizacional fortalece el capital intelectual de la organización.

Modelo Tejedor y Aguirre, 1998)



Sugiere equipos de gestión trabajen juntos para promover el aprendizaje

Modelo Marsal y Molina (2002)

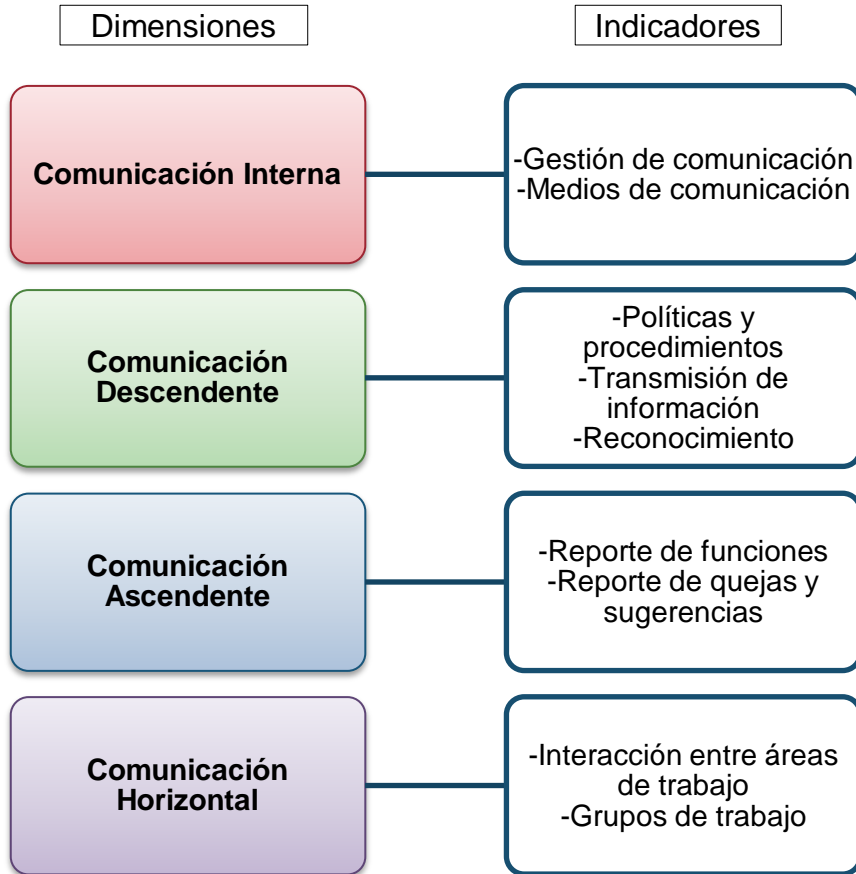


La estructura organizacional



Estrategias de comunicación

Son los mecanismos para promover el orden, la autoridad y garantizar el cumplimiento de las funciones y objetivos

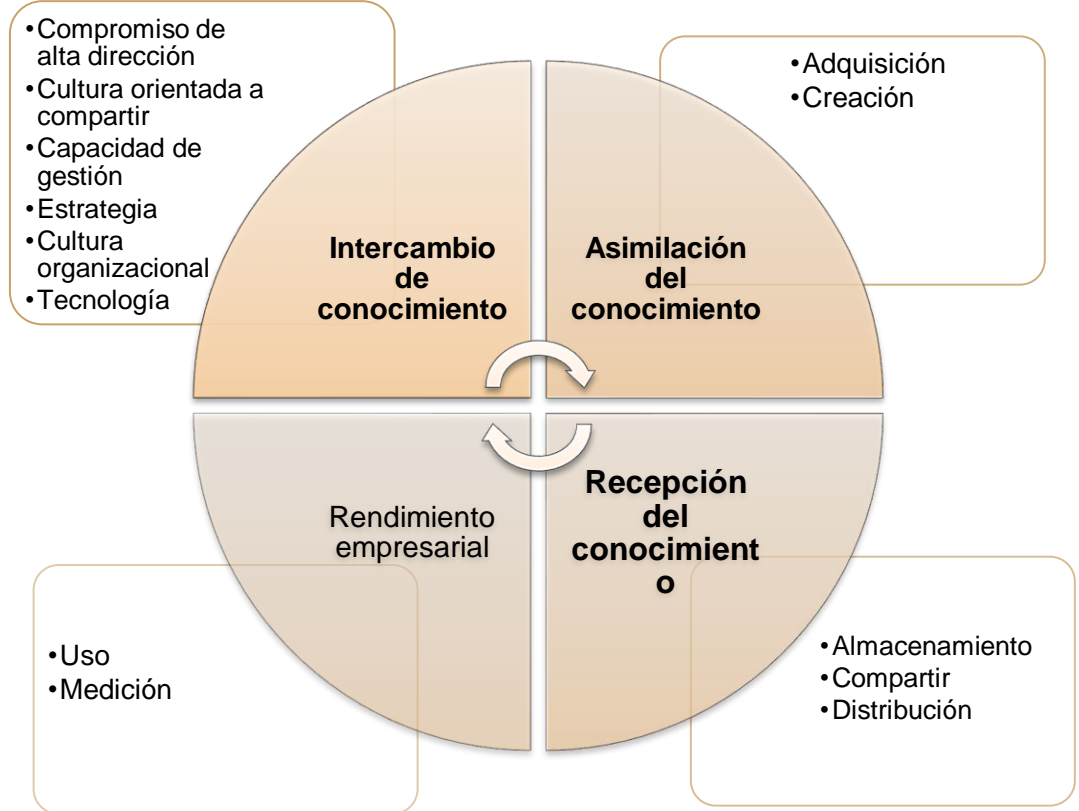


Costa (1995)



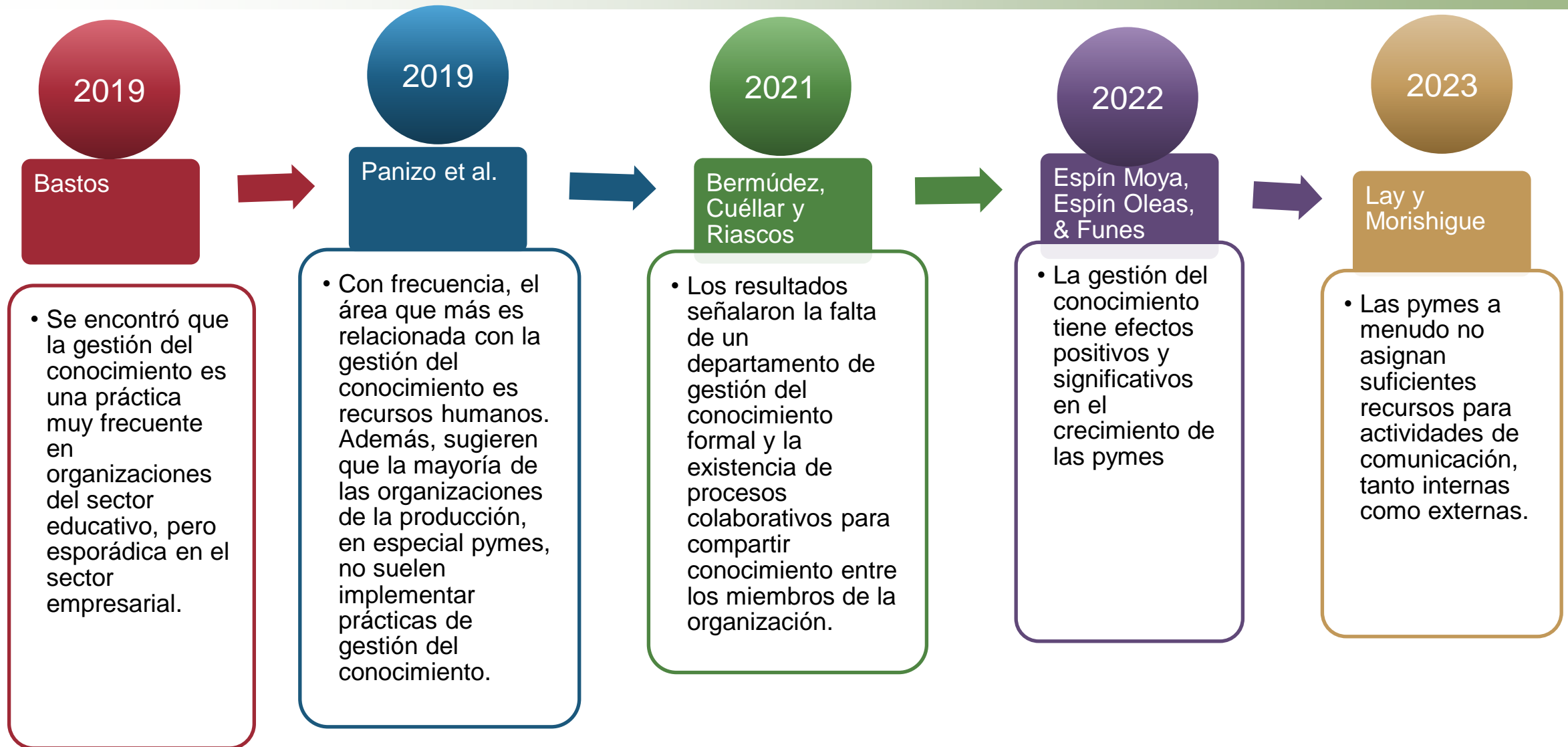
Gestión del conocimiento

Modelo de Wiig (1993) – Ciclo del conocimiento



Pinzón, Maldonado, & Marín (2019)





Metodología de la Investigación

Enfoque de investigación

Cuantitativo

Cualitativa

Diseño de la Investigación

No experimental

Alcance

Descriptivo

Correlacional

Unidad de análisis

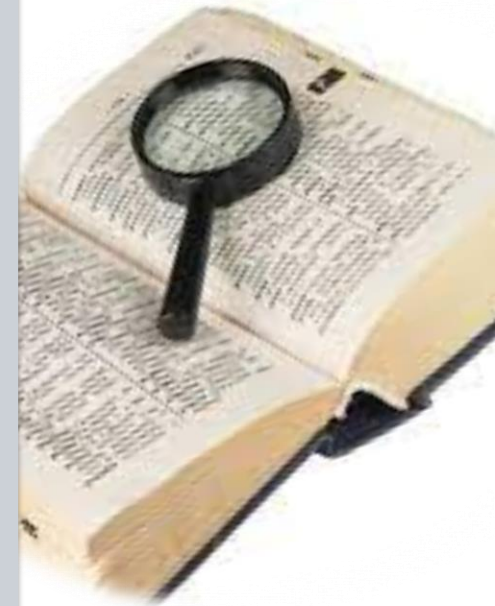
Propietarios

Gerentes

Nivel ejecutivo

Técnica de muestreo

Por conveniencia



Estructura

- I. Datos personales
- II. Datos Generales gestión de la comunicación
- III. Intercambio del Conocimiento
- IV. Asimilación del conocimiento
- V. Recepción del conocimiento
- VI. Rendimiento empresarial
- VII. Comunicación interna
- VIII. Comunicación descendente
- IX. Comunicación ascendente
- X. Comunicación horizontal



Validación del instrumento

Por expertos

Alfa de Cronbach del 0.820

Dimensión	ítems	Alfa de Cronbach
Intercambio de conocimiento	3	0.855
Asimilación de conocimiento	2	0.653
Recepción de conocimiento	3	0.612
Rendimiento empresarial	2	0.789
Gestión de la Comunicación	2	0.806
Comunicación Descendente	3	0.794
Comunicación Ascendente	2	0.719
Comunicación Horizontal	2	0.762

Nivel de Educación vs modelo de gestión del conocimiento

Podemos inferir de los resultados obtenidos que la ausencia de un modelo de gestión del conocimiento es prevalente en la mayoría de las organizaciones encuestadas, sin importar su nivel educativo



		¿La organización cuenta con un modelo de gestión del conocimiento?		Total	
		Si	No		
Nivel de educación:	Secundaria	Recuento	4	19	23
		% del total	2.7%	12.9%	15.6%
	Universitario	Recuento	22	61	83
		% del total	15.0%	41.5%	56.5%
	Posgrado	Recuento	13	28	41
		% del total	8.8%	19.0%	27.9%
Total		Recuento	39	108	147
		% del total	26.5%	73.5%	100.0%

Nivel de Educación vs género

		Nivel de educación:			
		Secundaria	Universitario	Posgrado	Total
Género: femenino	Recuento	10	60	26	96
	% dentro de Género:	10.4%	62.5%	27.1%	100.0%
Género: masculino	Recuento	13	23	15	51
	% dentro de Género:	25.5%	45.1%	29.4%	100.0%
Total	Recuento	23	83	41	147
	% dentro de Género:	15.6%	56.5%	27.9%	100.0%



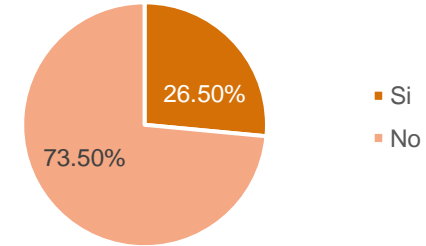
Estos datos son coherentes con la tendencia observada en América Latina, donde el acceso a la educación para las mujeres de entre 25 y 54 años ha aumentado (Marchionni, et al., 2019).



Pregunta 7. La organización cuenta con un modelo de gestión del conocimiento

Al respecto Bastos (2019) encontró que una gran parte de organizaciones no cuenta con estos modelos o los limita al área administrativa, lo que impide que el personal de otras áreas participe en el proceso

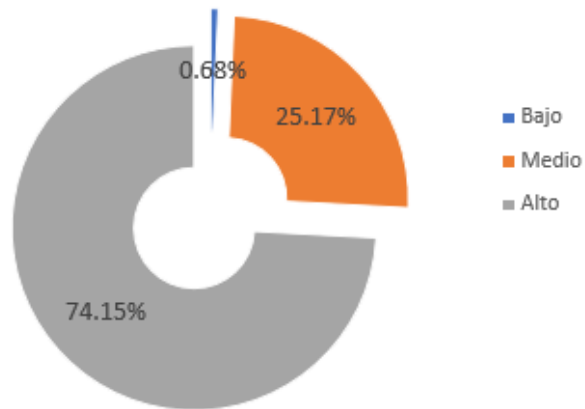
La organización cuenta con un modelo de gestión del conocimiento



Objetivo específico 3

Nivel de gestión del conocimiento en las pymes manufactureras del DMQ

Nivel de gestión del conocimiento en las pymes manufactureras del DMQ



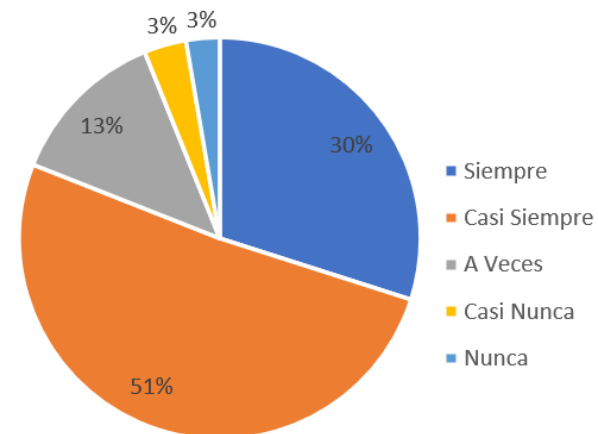
Esto implica que muchos de los modelos de gestión del conocimiento no están implementados formalmente Bastos (2019).



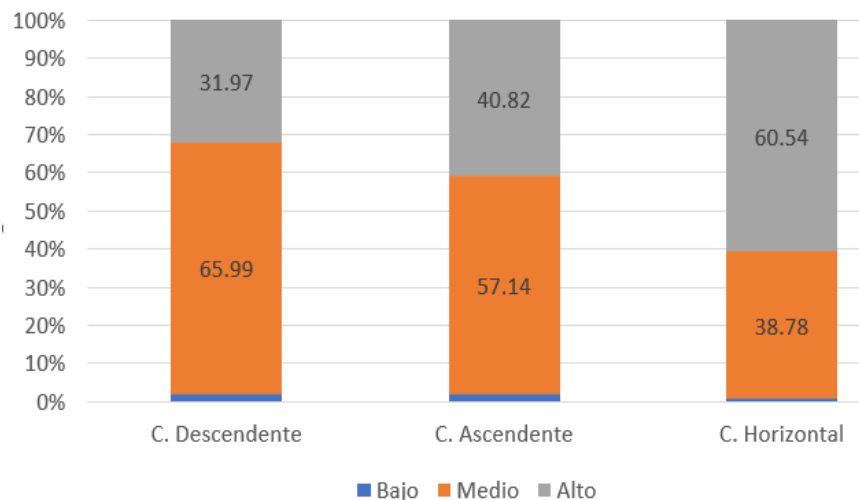
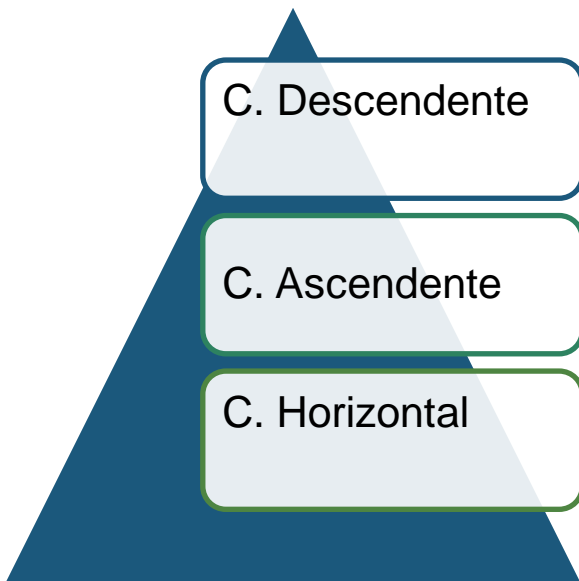
Gestionar la comunicación es caro porque se relaciona con la publicidad

El propósito de implementar herramientas de comunicación es reducir el costo y el tiempo de trasmisión de la información, las estrategias de comunicación son capaces de proporcionar el valor añadido a la organización (Gavilánez, Espín, & Arévalo, 2018).

Gestionar de la comunicación



Gestión de las dimensiones de comunicación interna



En un contexto similar, Armijos (2022) señala que la apreciación de la comunicación horizontal se sitúa en un nivel considerado como regular, alcanzando un 59%.

Objetivo específico 4

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión del conocimiento	0.104	147	0.001
Estrategias de comunicación	0.098	147	0.001

Significancia es menor a 0,05, es decir que no tiene una distribución normal

Hipótesis comprobadas



Explicar la relación entre las estrategias de comunicación y la gestión del conocimiento de las pymes manufactureras del DMQ.

0.51 - 0.75 Correlación positiva considerable

			Estrategias de comunicación	Gestión del conocimiento
Rho de Spearman	Estrategias de comunicación	Coefficiente de correlación	1.000	,561**
		Sig. (bilateral)	0.000	0.000
		N	147	147
	Gestión del conocimiento	Coefficiente de correlación	,561**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	0.000
		N	147	147

Objetivo específico 4

Correlación de dimensiones

		Intercambio de conocimiento	Asimilación de conocimiento	Recepción de conocimiento	Rendimiento Empresarial	
Rho de Spearman	Comunicación interna	Coefficiente de correlación	,183 [*]	,258 ^{**}	,313 ^{**}	,309 ^{**}
		Sig. (bilateral)	0,027	0,002	0,000	0,000
		N	147	147	147	147
	Comunicación descendente	Coefficiente de correlación	,230 ^{**}	,323 ^{**}	,347 ^{**}	,309 ^{**}
		Sig. (bilateral)	0,005	0,000	0,000	0,000
		N	147	147	147	147
	Comunicación ascendente	Coefficiente de correlación	0,132	,261 ^{**}	,328 ^{**}	,338 ^{**}
		Sig. (bilateral)	0,112	0,001	0,000	0,000
		N	147	147	147	147
	Comunicación Horizontal	Coefficiente de correlación	,210 [*]	,306 ^{**}	,350 ^{**}	,343 ^{**}
		Sig. (bilateral)	0,011	0,000	0,000	0,000
		N	147	147	147	147
	N	147	147	147	147	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Explicar la relación entre las estrategias de comunicación y la gestión del conocimiento de las pymes manufactureras del DMQ.

De las 16 hipótesis, 15 tienen correlación positiva. La hipótesis 9 no cumple con la correlación positiva, por lo tanto, no tiene correlación.

Hipótesis comprobadas



CONCLUSIONES

Se concluye que, a pesar de la falta de una teoría específica de estrategias de comunicación, se pueden identificar conceptos clave de varias teorías, como la importancia de la comunicación efectiva y la consideración de la cultura organizacional. En cuanto a la gestión del conocimiento, se destacan modelos sistemáticos para adquirir, organizar y usar el conocimiento de manera efectiva.



Se resalta la importancia de las estrategias de comunicación en las organizaciones, ya que estas pueden impulsar o inhibir los procesos de innovación y creación de conocimiento. Por ello, se propusieron estrategias específicas para abordar las falencias existentes en la comunicación y la gestión del conocimiento. Estas estrategias buscan garantizar un flujo de información adecuado y fortalecer la competitividad de las pymes.



RECOMENDACIONES

Se sugiere que las pymes manufactureras en el DMQ integren diferentes perspectivas teóricas, como la teoría humanista y la teoría de sistemas, en sus estrategias de comunicación. Además, deben adoptar enfoques sistemáticos, como los modelos de Wiig y el ciclo de gestión del conocimiento, para gestionar eficazmente el conocimiento. Esto les ayudará a desarrollar modelos de gestión que abarquen aspectos como el autodiagnóstico, el intercambio de conocimiento, la asimilación, la recepción y el rendimiento empresarial.

Las pymes manufactureras deben valorar la comunicación interna como una inversión estratégica en lugar de un gasto. Se sugiere implementar herramientas más formales y estratégicas, como la capacitación en habilidades de comunicación para los empleados y la adopción de tecnologías avanzadas para gestionar la información interna.



La estrategia de comunicación es un conjunto de decisiones que ayudan a seleccionar actividades y procesos en momentos y lugares óptimos. Esto implica implementar un estilo de comunicación y establecer una identidad distintiva para la organización, que se mantenga en todos los aspectos internos, tanto en términos laborales como humanos.

Objetivo general

- Fortalecer la comunicación interna y la gestión del conocimiento en las pymes manufactureras del DMQ.

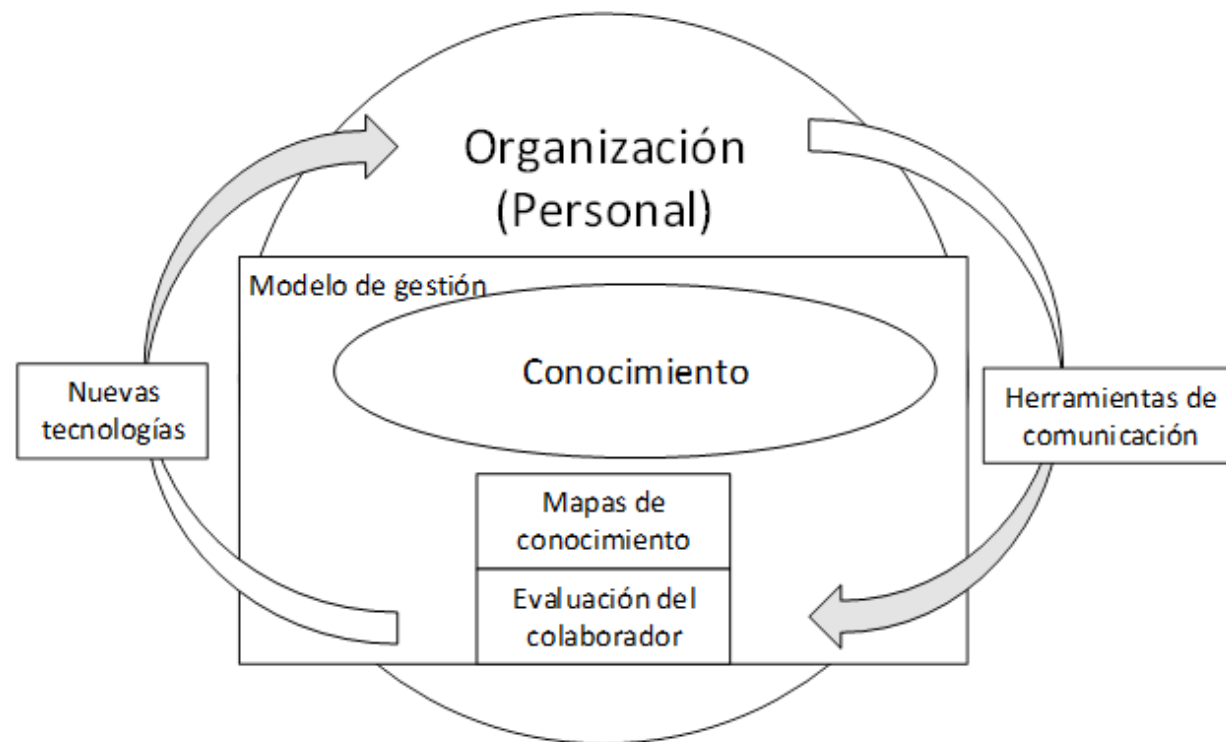


objetivos específicos

- Mejorar los sistemas de gestión a partir de una comunicación efectiva.
- Evitar inconvenientes con el flujo de la información
- Implementar nuevas tecnologías
- Integrar mapas del conocimiento
- Medir y evaluar a cada colaborador



Modelo de la propuesta:



Alcance de la propuesta

Estas estrategias se podrán aplicar a todas las empresas pymes manufactureras del DMQ y están enfocadas a mejorar la comunicación y la gestión del conocimiento para aumentar el rendimiento de la gestión empresarial.

Desarrollo de la propuesta

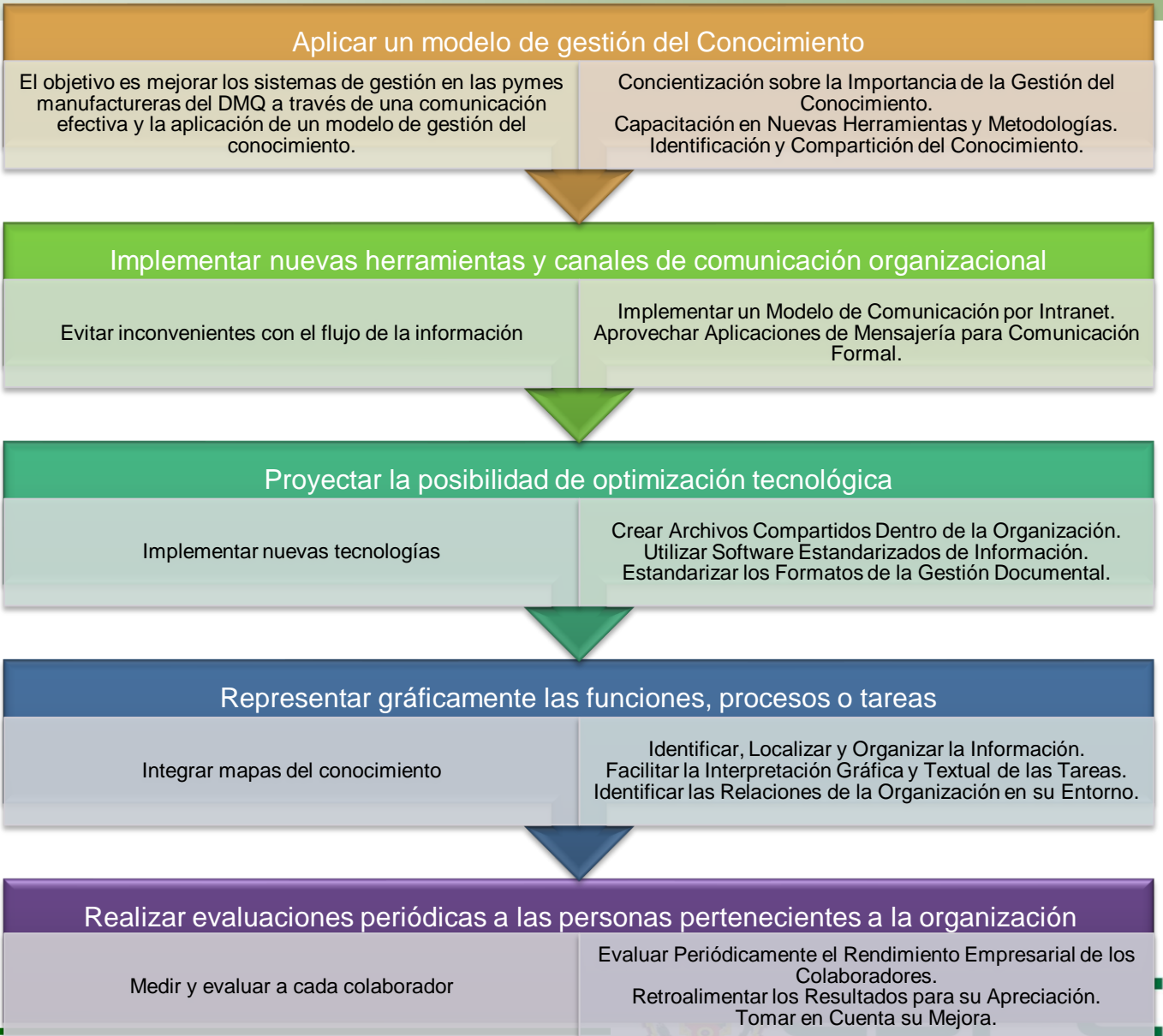
Si una empresa decide iniciar una iniciativa relacionada con la gestión del conocimiento, debe contar con los siguientes elementos:



- Declaración de misión enfocada en la gestión del conocimiento
- Visión de la gestión del conocimiento
- Estrategia de gestión del conocimiento
- Metas de la gestión del conocimiento



Estrategias de comunicación:



Beneficios de la propuesta

La integración de estas mejoras en cualquier sistema de gestión resulta de la creación de conocimiento y la eficacia de la comunicación en la transferencia de información.

Flujos de información que están presentes dentro de la organización brindan información esencial para el desarrollo de tareas, actividades y procesos de toma de decisiones.

Los medios de comunicación organizacional permiten mostrar, registrar, y utilizar es información de forma entrelazada con la organización, aun los medios no convencionales llegaran a fallar los sistemas temas de comunicación internos se mantendrían sin inconvenientes, de tal forma, la empresa podrá continuar con sus actividades, y procesos internos sin inconvenientes.



El implementar mapas del conocimiento fomenta las ayudas gráficas, donde los individuos mediante esquemas, modelos, metáforas y analogías revelan y comparten su conocimiento tácito al resto del grupo.

Mientras que la medición y evaluación de los colaboradores permite identificar el nivel de conocimiento de cada uno de los colaborades, para tomar la decisión de capacitar o rotar al personal.



¡Gracias!



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA