

## Resumen

El presente estudio tiene como finalidad analizar las estrategias de comunicación y su incidencia en la gestión del conocimiento de las pequeñas y medianas empresas manufactureras en el Distrito Metropolitano de Quito. La investigación es de enfoque mixto, de diseño no experimental, de alcance descriptivo, correlacional, y de carácter transversal. La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario de encuestas con 32 ítems para evaluar las dimensiones de comunicación y gestión del conocimiento. La muestra se compuso por 147 empresas manufactureras. Para el tratamiento y análisis univariado y bivariado de los datos se utilizó el programa estadístico IBM SPSS versión 27. Los resultados obtenidos arrojaron que las estrategias de comunicación se correlacionan positivamente con la gestión del conocimiento obteniendo un coeficiente de Spearman ( $r=0,561$ ,  $p<0,05$ ). Los resultados también mostraron que la mayoría de las empresas, el 74%, obtuvo un nivel alto de gestión del conocimiento, esto a pesar de que los instrumentos muestran que tanto la comunicación estratégica como la gestión del conocimiento se manejan principalmente de manera informal. En resumen, este estudio enfatiza la necesidad apremiante de fortalecer y formalizar las prácticas de gestión del conocimiento. Este avance puede lograrse mediante la implementación deliberada de un modelo de gestión estructurado, respaldado por la integración estratégica de herramientas de comunicación avanzadas. Estas medidas proactivas, sin lugar a dudas, empoderarán a estas empresas manufactureras para capturar, crear, almacenar, transmitir y aprovechar eficazmente los recursos de conocimiento, optimizando así su eficiencia operativa y fortaleciendo su competitividad en el mercado.

*Palabras clave:* estrategias de comunicación, gestión del conocimiento, rendimiento empresarial, innovación, tecnología.

## Abstract

The purpose of this study is to analyze communication strategies and their impact on knowledge management in small and medium-sized manufacturing companies in the Metropolitan District of Quito. The research is of a mixed approach, non-experimental design, descriptive, correlational and cross-sectional in scope. Data collection was carried out by means of a survey questionnaire with 32 items to evaluate the dimensions of communication and knowledge management. The sample consisted of 147 manufacturing companies. For the treatment and univariate and bivariate analysis of the data, the IBM SPSS version 27 statistical program was used. The results obtained showed that communication strategies are positively correlated with knowledge management, obtaining a Spearman coefficient ( $r=0.561$ ,  $p<0.05$ ). The results also showed that the majority of the companies, 74%, obtained a high level of knowledge management, this despite the fact that the instruments show that both strategic communication and knowledge management are mainly handled informally. In summary, this study emphasizes the pressing need to strengthen and formalize knowledge management practices. This progress can be achieved through the deliberate implementation of a structured management model, supported by the strategic integration of advanced communication tools. These proactive measures will undoubtedly empower these manufacturing companies to effectively capture, create, store, transmit and leverage knowledge resources, thereby optimizing their operational efficiency and strengthening their competitiveness in the marketplace.

*Keywords:* communication strategies, knowledge management, business performance, innovation, technology.