



Gestión Infocomunicacional: recurso transversal prioritario en el comercio exterior ecuatoriano

Autor: César Raúl Méndez Carpio

Universidad Católica de Cuenca, **UCACUE**

cmendezc@ucacue.edu.ec

Cuenca, Ecuador

<https://orcid.org/0000-0003-0582-0107>

Resumen

Es conocido que el comercio exterior incide en el desarrollo local, regional y mundial con miras a conseguir rentabilidad de las empresas inmersas en la cadena de suministros que la sustenta. En este sentido, el cómo gestionar la información y la comunicación se vuelve necesario e importante, ya que la integración de estas categorías como recurso transversal ayudará en la mejora de la gestión organizacional. La investigación realizada tiene como propósito analizar el impacto de dichos componentes en las empresas de este sector para proponer acciones que fortalezcan su integración en los documentos normativos y de planificación que las empresas del sector dispongan como cadena de valor estratégica. Para cumplir el objetivo, se utilizaron métodos cualitativos descriptivos de tipo transversal con el apoyo de la revisión bibliográfica y la técnica de la encuesta estructurada que permitió consensuar una matriz categorial que integra los elementos tanto de la gestión de información como la de la gestión de comunicación como miras a un diagnóstico situacional. Como resultados del estudio, se desarrolla la propuesta de integración y representa la base para enlazar los componentes de la información y la comunicación en un modelo infocomunicacional que apoye la gestión organizacional en sus documentos normativos y de gestión estratégica.

Palabras clave: información; comunicación; recurso transversal; gestión infocomunicacional.

Código de clasificación internacional: 5909.99 - Otras (administración de empresas).

Cómo citar este artículo:

Méndez, C. (2024). **Gestión Infocomunicacional: recurso transversal prioritario en el comercio exterior ecuatoriano**. *Revista Científica*, 9(31), 87-107, e-ISSN: 2542-2987. Recuperado de: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2024.9.31.4.87-107>

Fecha de Recepción:
12-09-2023

Fecha de Aceptación:
20-01-2024

Fecha de Publicación:
05-02-2024



Infocommunicational Management: a priority transversal resource in Ecuadorian foreign trade

Abstract

It is known that foreign trade influences local, regional and global development with a view to achieving profitability for companies immersed in the supply chain that sustains it. In this sense, how to manage information and communication becomes necessary and important, since the integration of these categories as a transversal resource will help in the improvement of organizational management. The purpose of the research carried out is to analyze the impact of these components on companies in this sector in order to propose actions that strengthen their integration in the regulatory and planning documents that companies in the sector have as a strategic value chain. To meet the objective, descriptive qualitative methods of a cross-sectional nature were used with the support of the bibliographic review and the structured survey technique that allowed for a consensus on a categorical matrix that integrates the elements of both information management and communication management as a view to a situational diagnosis. As results of the study, the integration proposal is developed and represents the basis for linking the components of information and communication in an infocommunicational model that supports organizational management in its normative and strategic management documents.

Keywords: information; communication; transversal resource; infocommunicational management.

International classification code: 5909.99 - Other (business administration).

How to cite this article:

Méndez, C. (2024). **Infocommunicational Management: a priority transversal resource in Ecuadorian foreign trade.** *Revista Científica*, 9(31), 87-107, e-ISSN: 2542-2987. Recovered from: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2024.9.31.4.87-107>

Date Received:
12-09-2023

Date Acceptance:
20-01-2024

Date Publication:
05-02-2024



1. Introducción

En el mundo del comercio exterior se sortean distintas variables que hacen del desarrollo de la gestión una lucha diaria por conseguir mejores ingresos y por ende mejor posicionamiento en el mercado local, nacional y mundial. Tanto la información transmitida como la forma de hacerlo a través de los canales de comunicación pueden hacer una gran diferencia si se controla adecuadamente o no y, en específico si se pueden diferenciar técnicamente los elementos que hacen que estos recursos intangibles sean gestionados de manera eficiente y eficaz que lleguen a ser considerados de calidad y aporte en la retroalimentación de las normativas y planificación dentro de las organizaciones y empresas de caracteriza a este sector comercial.

Los efectos de la creciente interconexión global en los ámbitos económico, social, político y cultural han transformado significativamente el panorama contemporáneo para las naciones que participan en el escenario mundial (De-la-Hoz-Franco, Martínez-Palmera, Combata-Niño y Hernández-Palma, 2019).

En el Ecuador se mueven muchos grupos económicos que se dedican al comercio internacional, en su mayoría tienen integradas a su planificación normativas internacionales que direccionan su gestión hacia el cumplimiento de estándares que a la larga sirven de base pero que muchos de ellos no consideran situaciones de control y seguimiento relacionado a la mejora del desarrollo organizacional tomando de forma muy general criterios sustanciales como son el adecuado tratamiento de la información, su comunicación y control para medir el impacto que ello tiene en los procesos que agregan valor dentro y fuera del entorno organizacional.

La investigación desarrollada pretende sistematizar las características categoriales de la gestión de información y la gestión de la comunicación, y analizar la transversalidad de estas en las empresas del sector empresarial



que son parte activa de la cadena de suministros del comercio exterior. Además, se plantea la posibilidad de diferenciar los componentes del diagrama relacional que se propone y que se considere implementar en este sector para fortalecer la gestión de sus documentos normativos, de planificación estratégica y, por ende, su destacamento en el nicho de mercado en el que se encuentran inmersas.

1.1. Contexto de las organizaciones de la cadena logística

Las organizaciones que forman parte de la cadena logística de carga internacional, son las que mueven el producto desde su construcción en las plantas hacia el comprador que se encuentra en alguna parte del mundo, estas organizaciones son: el exportador que genera su producto, los transportistas terrestres que lo llevan a los puertos de embarque, los mismos que reciben la carga y lo suben a los buques de las empresas navieras que lo transportan de forma marítima y que lo distribuyen a los diferentes puertos en el mundo para volver a ser transportados en sus espacios terrestres hasta ser entregados a los importadores o compradores del producto; en medio de ello se encuentran empresas que realizan el proceso logístico documental como son los agentes de carga y/o agentes afianzados.

En relación con el contexto del estudio realizado, tratamos a las organizaciones que están dentro de la cadena logística de carga internacional en explícito, diferenciándolas de las instituciones que como afirman Moreno y Fernández (2020): en concordancia con ello las instituciones a menudo se consideran conceptos abstractos, mientras que las organizaciones proporcionan la base tangible donde estas instituciones toman forma y ejercen su influencia sobre los individuos. Es dentro de las organizaciones donde las instituciones cobran vida y tienen el poder de formar y moldear a las personas que operan dentro de ellas.



1.2. La actividad empresarial de comercio exterior

El comercio exterior es una actividad empresarial que constituye una de las bases económicas más importantes de los países en el mundo y por lo tanto es considerada prioridad en la gestión de los gobiernos y el desarrollo de las naciones. En el contexto de la cadena de suministros del comercio exterior, Gómez (2006): señala que, para numerosas compañías, el comercio internacional se ha convertido en un aspecto integral de sus operaciones diarias. Incursionar en los mercados globales representa una estrategia sensata para mitigar los peligros y las incertidumbres asociadas con los ciclos económicos nacionales.

Al diversificar sus actividades comerciales más allá de las fronteras, las empresas pueden distribuir de manera efectiva los riesgos inherentes a operar en un solo mercado doméstico. Frente a este nuevo contexto globalizado, las naciones están impulsando la expansión de sus empresas hacia mercados extranjeros, implementando regulaciones para estos sectores económicos y fomentando el aumento de la eficiencia y el mejoramiento de los bienes y servicios, con el objetivo de lograr una mayor competitividad internacional.

En otro criterio y, en referencia al análisis del concepto desde el punto de vista del capitalismo se puede afirmar que es una actividad comercial de exportación y/o importación de productos o servicios comercializados entre distintos países o grupos económicos cuyo objetivo principal radica en el afán de obtener cada vez mayores ganancias en beneficio de las asociaciones o grupos corporativos que lo practican.

En función del comercio exterior y, en sí en relación con la logística internacional afirman Apolinario, Rodríguez, Briones y Romero (2018): que la logística desempeña un papel crucial como nexo entre las funciones de abastecimiento, producción y distribución. Su responsabilidad abarca la gestión eficiente de materiales, documentación e información, empleando un enfoque de planificación estratégica para coordinar cada eslabón de la cadena



de suministro.

El objetivo primordial de la logística es entregar al cliente un producto de calidad sobresaliente, en el momento preciso y al costo más competitivo, optimizando así la satisfacción del consumidor y la rentabilidad empresarial.

Es así como se van perfilando las empresas que actúan de manera directa en lo que podemos definir como la cadena de suministros del comercio exterior, y cuya gestión inicia con la exportación de los productos y/o servicios, considerando desde que sale la mercadería del vendedor hasta que llega al comprador.

1.3. La gestión de información en la cadena de suministros del comercio exterior

En referencia al concepto de información, es considerado un concepto complejo que ha sido abordado por filósofos, científicos, sociólogos y otros estudiosos a lo largo de la historia. En la actualidad, los autores contemporáneos continúan explorando el concepto de información desde diferentes perspectivas.

En el contexto actual, caracterizado por la globalización, la digitalización y la competitividad, la información se ha convertido en un recurso esencial para el éxito de las organizaciones. Las empresas que son capaces de gestionar la información de manera eficaz y eficiente tienen una ventaja competitiva significativa sobre sus competidores.

Es este sentido es necesario plantear que la alta dirección considere la recomendación de Gil-Montelongo, López-Orozco, Molina-García y Bolio-Yris (2011): es fundamental que las organizaciones almacenen y gestionen de manera efectiva la información que constituye su acervo de conocimientos y experiencias, lo que se conoce como su capital intelectual o memoria organizacional.

Este valioso recurso debe ser adecuadamente transferido, asimilado y



reutilizado dentro de la empresa, con el fin de aprovechar al máximo las capacidades y el potencial intelectual de sus colaboradores, generando así ventajas competitivas sostenibles en el mercado, lo que destaca el papel de la información como recurso estratégico para las organizaciones, por lo cual su gestión se vuelve imperativa en el entorno gerencial y de dirección de las empresas.

1.4. Diferenciación entre gestión de información y gestión de la información

Es necesario para el autor diferenciar entre el concepto de gestión de la información y, gestión de información; el primero se refiere a la parte procesual, es decir; tiene que ver con la información con sus procesos de recolección, tratamiento, uso de la información generada, mientras que el segundo concepto que es la gestión de información, se refiere al nivel estratégico enfocado al desarrollo organizacional y en relación con ello, Rodríguez, Castellanos y Ramírez (2016): describen que la gestión de la información se erige como un proceso gerencial de vital importancia, dado su impacto significativo en la toma de decisiones estratégicas.

Su función primordial radica en asegurar la disponibilidad y el acceso oportuno a todos los datos relevantes y recursos informacionales necesarios para fundamentar y ejecutar estas decisiones cruciales. De este modo, una adecuada gestión de la información se convierte en un pilar fundamental para el éxito y la competitividad de cualquier organización en el entorno empresarial actual.

La gestión de la información es un proceso continuo que debe adaptarse a los cambios del entorno y de las organizaciones, por lo tanto, debe ser tratado como un proceso estratégico que se encarga de la recopilación, almacenamiento, procesamiento y distribución de la información en una organización. Este proceso tiene como objetivo garantizar que la información



sea precisa, relevante, oportuna y accesible para las personas que la necesitan para tomar decisiones.

La gestión de información es un proceso complejo que requiere la participación de todos los niveles de la organización. Para ser eficaz, este proceso debe estar integrado con los demás procesos de la organización, como la planificación, la organización, la dirección y el control.

En el sector empresarial, la gestión de información es fundamental para los siguientes aspectos:

- **La toma de decisiones:** la información es esencial para la toma de decisiones informadas. Las empresas que tienen acceso a información precisa y actualizada pueden tomar mejores decisiones sobre sus productos, servicios, mercados, procesos y operaciones.
- **La innovación:** la información es necesaria para la innovación. Las empresas que están al tanto de las últimas tendencias y desarrollos pueden identificar nuevas oportunidades de negocio y mejorar sus productos y servicios.
- **La gestión del riesgo:** la información es necesaria para la gestión del riesgo. Las empresas que pueden identificar y gestionar los riesgos pueden minimizar su impacto en el negocio.

En el sector de comercio exterior, la gestión de información es fundamental para los siguientes aspectos:

- **El análisis de mercados:** la información sobre los mercados extranjeros es esencial para las empresas que desean exportar sus productos o servicios. Las empresas que tienen acceso a información sobre las tendencias del mercado, las regulaciones y los competidores pueden tomar mejores decisiones sobre sus estrategias de exportación.
- **La gestión de la cadena de suministro:** la gestión de la cadena de



suministro es un proceso complejo que requiere la coordinación de los flujos de información, materiales y fondos. La información es esencial para la planificación, la ejecución y el control de la cadena de suministro.

- **La gestión de riesgos:** la gestión de riesgos es un aspecto importante del comercio exterior. Las empresas que exportan sus productos o servicios deben estar preparadas para los riesgos potenciales, como los cambios en las regulaciones, los desastres naturales y las guerras.

En conclusión, la gestión de información es un proceso estratégico que es esencial para el éxito de las organizaciones en el sector empresarial y de comercio exterior. Las empresas que son capaces de gestionar la información de manera eficaz y eficiente tienen una ventaja competitiva significativa sobre sus competidores.

En este escenario, podemos definir la gestión de la información organizacional como el proceso sistemático y estratégico para optimizar el flujo, el procesamiento y el aprovechamiento de los datos y conocimientos disponibles dentro de una entidad, alineados con sus objetivos y metas establecidas. Implica la implementación de prácticas y herramientas que permitan el manejo eficiente de los recursos informacionales, tanto estructurados como tácitos, presentes en la organización y sus miembros.

En ese marco, Rodríguez (2016): acierta señalando que la Gestión de la Información se concibe como un proceso estratégico que, mediante el diseño y la implementación de una estructura informacional óptima, permite planificar, organizar, dirigir y controlar de manera integral todos los recursos, procesos, sistemas y actividades relacionados con la información.

Este enfoque holístico garantiza un uso y manejo adecuado, eficiente y eficaz de la información dentro de las organizaciones, potenciando así su



capacidad para tomar decisiones acertadas, adaptarse a los cambios del entorno y alcanzar sus objetivos corporativos con mayor efectividad.

1.5. Comunicación en las organizaciones de la cadena logística

Al hablar de comunicación en el contexto de las organizaciones podemos decir que se la considera como un proceso integrador que debe involucrar a todos los miembros de una organización, y como ilustra Saladrigas (2005): para lograr una comunicación efectiva, es imprescindible abordarla desde una perspectiva que la contemple como un proceso continuo y dinámico, en lugar de concebirla simplemente como un resultado final. Este cambio de paradigma implica poner énfasis en el desarrollo y la evolución constante de las estrategias y prácticas comunicativas, adaptándolas a las necesidades y desafíos particulares de cada organización.

Solo así será posible construir una cultura comunicacional sólida y sostenible, capaz de generar valor y fortalecer las relaciones tanto a nivel interno como externo, facilitando el intercambio de información de manera eficiente y efectiva que permita coordinar las acciones internas y externas de la organización. En tal razón los líderes de las empresas deben considerar el criterio con prioridad estratégica para la toma de decisiones y el desarrollo empresarial.

Concibamos la comunicación como un proceso holístico y trascendental que facilita el intercambio de ideas, la construcción de significados compartidos y la creación de vínculos simbólicos dentro de una organización. A través de una estrategia comunicacional efectiva, se fomenta la cohesión y el sentido de pertenencia entre los miembros, impulsando su crecimiento conjunto y alineando sus esfuerzos hacia el cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales. La comunicación se convierte así en un habilitador clave para el desarrollo y el éxito institucional.



1.6. La gestión infocomunicacional integrada en las organizaciones

En este aspecto, Nuñez y Vega (2023): en el contexto de la administración y el control empresarial de las organizaciones actuales, mencionan que desde el momento en que una empresa comienza sus operaciones, es fundamental que establezca una misión clara y unos objetivos bien definidos.

Estos elementos, cuando se combinan con estrategias cuidadosamente diseñadas y ejecutadas de manera efectiva, sientan las bases para alcanzar la visión deseada y encaminar a la organización hacia un proceso de mejora continua. La alineación entre la misión, los objetivos y las estrategias es clave para garantizar el éxito y la sostenibilidad del negocio a largo plazo, permitiendo a la empresa adaptarse a los desafíos del entorno y aprovechar las oportunidades de crecimiento.

Complementando lo dicho cabe afirmar que las ciencias empresariales a través de la administración organizacional, la gestión de información y la gestión de la comunicación son por lo tanto tres disciplinas que están estrechamente relacionadas entre sí. La administración organizacional se encarga de la planificación, organización, dirección y control de los recursos de una organización, la gestión de información se encarga de la recopilación, almacenamiento, procesamiento y distribución de la información en una organización y la gestión de la comunicación se encarga de la creación, transmisión y recepción de mensajes en dicha organización. Con ello, la relación entre estas tres disciplinas se puede entender a partir de los siguientes puntos:

La administración organizacional necesita de la información para tomar decisiones, y como ilustran Saladrigas, Linares, Domínguez y Aguiar (2017): que resulta crucial destacar el surgimiento de la ciencia de la información como disciplina singular, ya que será precisamente este campo de estudio el que sentará las bases para establecer, o al menos proponer, una posible conexión



con el ámbito de la comunicación. La ciencia de la información, desde sus inicios, ha buscado comprender y analizar los procesos relacionados con la generación, organización, difusión y uso de la información, y es en este contexto donde se vislumbra la oportunidad de explorar los vínculos y sinergias con las teorías y prácticas comunicativas.

Este encuentro entre ambas disciplinas abre un fértil terreno para la investigación y el desarrollo de enfoques integrados que permitan abordar los desafíos de la era digital y la sociedad del conocimiento, por lo tanto, la comunicación necesita de la información, la misma que se considera como un recurso esencial para la gestión de cualquier organización. Los administradores necesitan información sobre el entorno externo, el entorno interno, los procesos de la organización y el desempeño de esta, por lo tanto, la gestión de información proporciona a los administradores la información que necesitan para tomar decisiones informadas.

La gestión de la comunicación facilita la administración organizacional pues a la comunicación se la considera como un proceso esencial para la coordinación de las actividades de la organización. La gestión de la comunicación ayuda a garantizar que la información fluya de manera eficiente y efectiva entre los diferentes niveles y unidades de la organización lo que permite a los administradores coordinar las actividades de la organización y tomar decisiones acertadas.

En consecuencia, la gestión de la información y la gestión de la comunicación están interrelacionadas puesto que, la gestión de la información proporciona la información que necesita la gestión de la comunicación para crear, transmitir y recibir mensajes; así mismo, la gestión de la comunicación, a su vez, ayuda a garantizar que la información sea precisa, relevante y oportuna.

La estrecha relación entre las categorías genera el concepto de infocomunicación que tratada de forma transversal en las organizaciones



incluso tiene un tinte social, cultural y político que tiene como objetivo promover la participación, el diálogo y la construcción de un mundo más justo y solidario.

2. Metodología (Materiales y métodos)

La metodología utilizada en el presente estudio fue: una investigación cualitativa que como afirma Bonilla-Castro y Rodríguez (2005): intenta hacer una aproximación global con el firme propósito de: explorar, describir y comprender las situaciones sociales basados en los conocimientos de quienes están involucrados, así mismo la investigación se apoyó en la revisión bibliográfica documental que permitió fundamentar la teoría estudiada. Como técnica se adaptó por parte del autor, un cuestionario semiestructurado dirigido a especialistas de empresas exportadores, transportistas, agentes afianzados, agentes de carga, navieras y puertos.

En este caso se consolidó una matriz categorial que integró tanto los elementos mandatorios de la gestión de información como de la gestión de la comunicación lo que facilitó diagnosticar el nivel de integración de dichas categorías en la gestión organizacional basados en los criterios de los expertos de la muestra seleccionada de tipo no probabilística intencional que conformaron 10 empresas; 2 por cada tipo de organización que forman parte del directorio del capítulo *Business Alliance for Secure Commerce (BASC)* en Ecuador y que están vinculadas a la mencionada cadena de suministros y su gestión de desempeño organizacional.

3. Resultados de la investigación

La información recabada considera el resultado de un análisis documental minucioso y la integración de los elementos de la gestión de información y la gestión de la comunicación en categorías consultadas a través de encuesta semi estructurada a personal directivo de varias de las empresas



Artículo Original / Original Article

que forman la cadena de suministros del comercio exterior.

La tabla 1 presenta una matriz categorial de elementos integradores de la Gestión de la Información (GI) y la Gestión de la Comunicación (GC) en organizaciones.

Tabla 1. Matriz categorial de elementos integradores de la GI y la GC.

| No. | Categoría transversal | Índice de integración | Índice de ausencia |
|-----|--|-----------------------|--------------------|
| 1 | Inclusión en la planificación estratégica | 0.3 | 0.7 |
| 2 | Tratamiento de objetivos y estrategias informacionales | 0.6 | 0.4 |
| 3 | Implementación de sistemas de información y comunicación | 0.2 | 0.8 |
| 4 | Desarrollo de políticas y regulaciones | 0.7 | 0.3 |
| 5 | Caracterización de procesos informacionales y comunicacionales | 0.8 | 0.2 |
| 6 | Inclusión en la estructura orgánica funcional | 0.6 | 0.4 |
| 7 | Desarrollo de competencias para la gestión de información y comunicación | 0.7 | 0.3 |
| 8 | Plan de Alfabetización y programa de capacitación | 0.3 | 0.7 |
| 9 | Verificación de Información necesaria y relevante | 0.5 | 0.5 |
| 10 | Calidad de la información para la toma de decisiones | 0.5 | 0.5 |
| 11 | Identificación total de fuentes de información | 0.5 | 0.5 |
| 12 | Control de Flujos de información y contenidos en la comunicación | 0.7 | 0.3 |
| 13 | Organización de la información | 0.9 | 0.1 |
| 14 | Control y monitoreo de la información y la comunicación | 0.8 | 0.2 |
| 15 | Procedimiento de seguridad informacional | 0.8 | 0.2 |
| 16 | Identificación de indicadores informacionales y comunicacionales | 0.5 | 0.5 |
| 17 | Difusión de la información, usos y estado de la comunicación | 0.7 | 0.3 |
| 18 | Diseño de productos informacionales y comunicacionales | 0.3 | 0.7 |
| 19 | Verificación de canales y redes comunicacionales | 0.9 | 0.1 |
| 20 | Análisis de Impactos infocomunicacionales | 0.1 | 0.9 |

Fuente: El Autor (2024).

Las categorías con mayor índice de integración (≥ 0.8) son: Organización de la información, Control y monitoreo de información/comunicación, Procedimientos de seguridad informacional,



Caracterización de procesos infocomunicacionales, y Verificación de canales y redes comunicacionales. Las categorías con menor índice de integración (≤ 0.3) son: Inclusión en planificación estratégica, Plan de alfabetización y capacitación, Diseño de productos infocomunicacionales, y Análisis de impactos infocomunicacionales.

Categorías con índices intermedios (0.4-0.7) incluyen aspectos como tratamiento de objetivos/estrategias informacionales, implementación de sistemas, desarrollo de políticas, competencias en GI-GC, calidad de información para toma de decisiones, entre otras.

Se puede analizar que en base a los índices que tiene poca o nula integración, es preciso notar que varias de las categorías transversales tienen que ser considerados por las organizaciones para que se hable de relación infocomunicacional y son: Inclusión en la planificación estratégica, Implementación de sistemas de información y comunicación, Plan de Alfabetización y programa de capacitación, Diseño de productos informacionales y comunicacionales, Análisis de Impactos infocomunicacionales.

El listado de categorías transversales propuestas en la tabla 1 y estudiadas según la relación infocomunicacional tanto con la gestión de información como con la gestión de comunicación en las empresas de suministros de la cadena del comercio exterior; fueron priorizadas y adaptadas en base a la argumentación teórica propuesta por Rodríguez y del Pino (2017): sobre los componentes de los beneficios organizacionales existentes entre la relación de los elementos de Gestión de Información y la Gestión de comunicación como se expone en adelante:

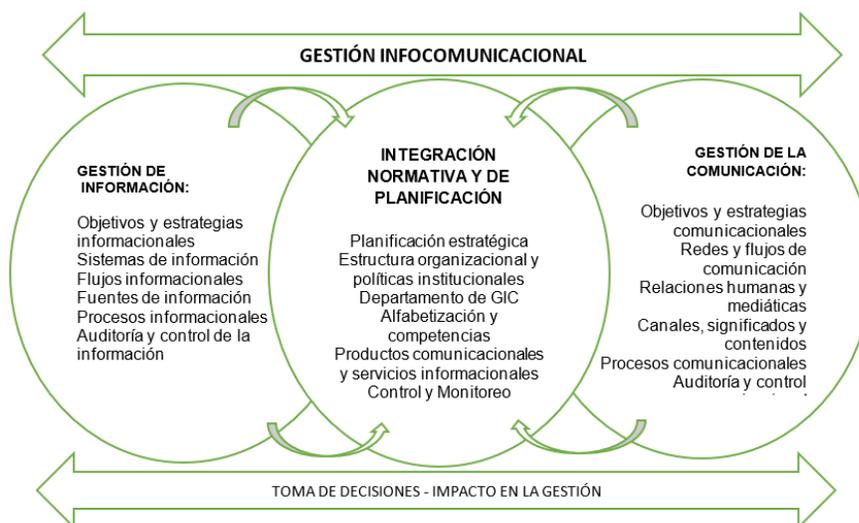
Se pueden resumir los beneficios del escenario infocomunicacional marcados en dos fases de la relación existente entre los elementos de la gestión de información y los elementos de la gestión de la comunicación. En la fase uno que corresponde al diagnóstico, se conseguiría una visión integral

del uso de la información y el estado de la comunicación.

En la fase dos de la proyección estratégica, los beneficios estarían en función de: la coherencia de los procesos comunicativos a los públicos con información de calidad, la adecuada organización, representación y comunicación de contenidos, el mejor, mayor uso y comprensión de la información, la conformación de grupos multidisciplinarios para abordar problemas infocomunicacionales, las competencias infocomunicacionales para el desempeño organizacional, los impactos de la información y la comunicación en la proyección estratégica organizacional y la propuesta de mejora para fortalecer el escenario infocomunicacional de la organización.

Todas estas acciones de mejora estarán ancladas a la estructura cíclica de planificación, organización, dirección y control y coadyuvan a fortalecer el desarrollo infocomunicacional de las organizaciones de la cadena de suministros del comercio exterior que las consideren en sus procesos agregadores de valor y que se pueden sustentar con la información explícita en la figura 1.

Figura 1. Propuesta de diagrama relacional de los componentes infocomunicacionales para el desarrollo organizacional.



Fuente: El Autor (2024).



Es preciso señalar que la integración de las categorías de gestión de información y de la comunicación intervienen en la actualización y mejora de las normativas institucionales y los niveles de planificación considerando como base la planificación estratégica. Esto implica el desarrollo de una estructura organizacional que contemple la incursión de políticas institucionales que incluyan la implementación de un departamento de Gestión de Información y Comunicación (GIC). Además, es necesaria la planificación del desarrollo de competencias en comunicación de los miembros de la organización, así como de la alfabetización informacional de los mismos.

Lo anterior tiene como meta mejorar los productos comunicacionales y los servicios informacionales a través del control y monitoreo, para causar de forma cíclica un impacto positivo en la gestión mediante la toma de decisiones adecuadas y en beneficio de la gestión organizacional. La integración efectiva de la gestión de información y comunicación permite optimizar los flujos de información, mejorar la comunicación interna y externa, y respaldar los procesos de toma de decisiones estratégicas en la organización.

4. Conclusiones

Se puede concluir indicando que ni la gestión de la comunicación, ni la gestión de información puede concebirse de forma aislada ya que forman un todo administrativo cuyo aporte hace que al integrarse cumplan el propósito de mantener una mejora continua en la gestión de las empresas y en especial en el que se ha analizado con la investigación propuesta.

Es importante destacar que, si bien las compañías evaluadas cuentan con la incorporación de ciertos componentes relacionados con la gestión de la información y la comunicación, estos elementos no se encuentran plenamente integrados ni detallados dentro de los procesos de gestión que deben ser monitoreados por los altos mandos de dichas organizaciones dedicadas al comercio internacional y sus cadenas de suministro. Existe, por lo tanto, un



área de oportunidad para fortalecer y formalizar estas prácticas de manera más integral y alineada con la estrategia organizacional.

Una vez analizados los índices verificados, las categorías de la matriz de elementos transversales y en consideración con la ejecución de la metodología implementada, se propone que las organizaciones y empresas inmersas en el comercio exterior consideren los resultados e integren las categorías del diagrama relacional propuesto en sus normativas y documentos de gestión estratégica con el fin de consensuar un modelo de gestión infocomunicacional que estandarice y las considere.

La finalidad es ayudar a las organizaciones en su desarrollo, control y posicionamiento institucional a través de: mejorar la toma de decisiones, aumentar la productividad, mejorar la satisfacción de los clientes, construir relaciones sólidas con los *stakeholders*, mejorar su posición en el mercado internacional y por ende mejorar su rentabilidad y la de los asociados de negocios.

5. Referencias

- Apolinario, R., Rodríguez, M., Briones, V., & Romero, J. (2018). **Gestión integrada de seguros y logística internacional**. Primera edición, ISBN: 978-9942-33-045-1. Guayaquil, Ecuador: Editorial Grupo Compás.
- Bonilla-Castro, E., & Rodríguez, P. (2005). **Más allá del dilema de los métodos: La investigación en ciencias sociales**. 3^{ra} Edición Ampliada y Revisada. Colombia: Editorial Norma.
- De-la-Hoz-Franco, E., Martínez-Palmera, O., Combata-Niño, H., & Hernández-Palma, H. (2019). **Las Tecnologías de la Información y la Comunicación y su Influencia en la Transformación de la Educación Superior en Colombia para Impulso de la Economía Global**. *Información tecnológica*, 30(1), 255-262, e-ISSN: 0718-0764.



Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000100255>

- Gil-Montelongo, M., López-Orozco, G., Molina-García, C., & Bolio-Yris, C. (2011). **La gestión de la información como base de una iniciativa de gestión del conocimiento.** *Ingeniería Industrial*, 32(3), 231-237, e-ISSN: 0258-5960. Cuba: Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría.
- Gómez, A. (2006). **Globalización, competitividad y comercio exterior.** *Análisis Económico*, 21(47), 131-178, e-ISSN: 0185-3937. México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco.
- Moreno, Y., & Fernández, C. (2020). **Gestión de información para la comunicación en organizaciones mediáticas: un análisis teórico.** *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 16(3), 249-259, e-ISSN: 1683-8947. Cuba: Biblioteca Nacional de Cuba José Martí.
- Núñez, M., & Vega, V. (2023). **Balanced Scorecard como plataforma para un sistema integrado de herramientas de gestión empresarial.** *Revista Scientific*, 8(29), 101-121, e-ISSN: 2542-2987. Recuperado de: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2023.8.29.5.101-121>
- Rodríguez, Y. (2016). **Concepción estratégica de la Gestión de Información y del Conocimiento para organizaciones inteligentes.** *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 12(2), 165-181, e-ISSN: 1683-8947. Cuba: Biblioteca Nacional de Cuba José Martí.
- Rodríguez, Y., & del Pino, T. (2017). **Rutas para una gestión estratégica y articulada de la información y la comunicación en contextos organizacionales.** *Alcance. Revista Cubana de Información y Comunicación*, 6(14), 3-31, e-ISSN: 2411-9970. Cuba: Facultad de Comunicación; Universidad de La Habana.
- Rodríguez, Y., Castellanos, A., & Ramírez, Z. (2016). **Gestión documental, de información, del conocimiento e inteligencia organizacional: particularidades y convergencia para la toma de decisiones**



estratégicas. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 27(2), 206-224, e-ISSN: 2307-2113. Cuba: Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas; Editorial Ciencias Médicas.

Saladrigas, H. (2005). **Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos.** *Revista Latina de Comunicación Social*, 8(60), 1-7, e-ISSN: 1138-5820. España: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social España.

Saladrigas, H., Linares, R., Domínguez, É., & Aguiar, A (2017). **La Infocomunicación.** *Alcance. Revista Cubana de Información y Comunicación*, 6(14), 133-144, e-ISSN: 2411-9970. Cuba: Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.

César Raúl Méndez Carpioe-mail: cmendezc@ucacue.edu.ec

Nacido en Cuenca, Ecuador, el 22 de febrero del año 1971. Dr. en Ciencias de la Educación, especialidad Ordenadores en la Universidad Católica de Cuenca (UCACUE); Lcdo. en Ciencias de la Educación, especialidad Ordenadores en la Universidad Católica de Cuenca (UCACUE); Magister en Docencia y Currículo para la Educación Superior en la Universidad Técnica de Ambato (UNITA); Magister en Administración de Empresas en la Universidad del Azuay (UDA); actualmente Jefe de Investigación en el Colegio Militar “Abdón Calderón”; y docente titular en la Universidad Católica de Cuenca (UCACUE); acreditado como Investigador por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT); Registro Nacional de Investigadores con el No. REG-INV-21-04948.