

E. GESTIÓN DE INFORMACIÓN EN LA EMPRESA

Informe de situación

Gestión y uso de la información en la empresa en 2011

Carlota Bustelo-Ruesta

Bustelo-Ruesta, Carlota. "Gestión y uso de la información en la empresa en 2011".
Anuario ThinkEPI, 2012, v. 6, pp. 93-99.



Resumen: Las tecnologías de la información determinan tres tendencias en la gestión y uso de la información en las empresas: transparencia corporativa, inteligencia competitiva y uso de los medios sociales o web 2.0. La transparencia corporativa, una tendencia imparable a pesar de la crisis económica, influye en la gestión documental. La inteligencia competitiva toma impulso en algunos sectores y empresas, si bien aún no se ha generalizado en las pymes españolas. Las empresas abrazan el uso de los medios sociales web 2.0, lo que empieza a transformar la gestión y el uso de la información.

Palabras clave: Gestión de la información, Sector privado, Transparencia corporativa, Responsabilidad social corporativa, Gestión de documentos, Inteligencia competitiva, Web 2.0, Medios sociales.

Title: Corporate information management and use in 2011

Abstract: Information technologies determine three trends in the management and use of information in companies: corporate transparency, competitive intelligence and use of social media or web 2.0. Corporate transparency, an unstoppable trend despite the economic crisis, affects records management. Competitive intelligence is gathering momentum in some sectors and enterprises, while still not widespread in small and medium-sized enterprise (SMEs) in Spain. When companies embrace the use of social media or web 2.0, this begins to transform their management and use of information.

Keywords: Information management, Private sector, Corporate transparency, Corporate social responsibility, Records management, Competitive intelligence, Web 2.0, Social media.

Introducción

Las empresas no suelen explicar ni divulgar cómo gestionan y usan la información internamente, sobre todo cuando consideran que la forma en que lo hacen les está dando una ventaja sobre sus competidores. Así, pues, para poder hacer un análisis de la situación, además de la posible bibliografía existente, tenemos que fijarnos en cuáles son las tendencias en el *management* y también, y muy especialmente, en las tecnologías de la información, ya que sin ellas es inconcebible pensar en gestionar la información en el entorno empresarial.

Se pueden identificar tres tendencias que han sonado con fuerza en el año 2011 –si bien podemos encontrar sus raíces en años anteriores–:

1) Utilización de la información en el contexto de lo que podemos denominar transparencia cor-

porativa, en la que englobaríamos los proyectos de gestión documental y de responsabilidad social.

2) Manejo de información para la vigilancia tecnológica y la inteligencia competitiva o *business intelligence*.

3) Empieza a vislumbrarse un cambio de paradigma en el uso de la información debido a las tecnologías (y la filosofía) web 2.0 en el entorno empresarial.

Las tres no parece que vayan a ser tendencias pasajeras o "de moda" sino que se reforzarán en los años venideros, en los que muchas empresas tienen que hacer frente a las consecuencias de la crisis financiera europea en un mundo cada vez más globalizado.

Sin embargo, si nos centramos en España, la percepción generalizada entre los profesionales que actúan en distintos campos relacionados con estas tres tendencias, es que en las empresas

españolas no existe una cultura de utilización de la información o de sus derivados, y por lo tanto su uso es más bien intuitivo y no racionalizado.

España, que desde hace muchas décadas lleva un gran retraso en el uso de la información, también se incorporó tarde a la sociedad de la información, y eso nos penaliza situándonos en

“Se observan tres tendencias en las empresas: transparencia corporativa, inteligencia competitiva y filosofía 2.0”

el puesto 17 a nivel mundial¹. En 2011 volvió a caer por debajo de la media Europea, incrementándose la distancia con el país líder que es Suecia. Nuestros directivos son apreciados por su capacidad para la “improvisación” y tenemos que reconocer que a algunos no les ha ido nada mal, pero en el mundo globalizado parece que el riesgo de “meter la pata” es demasiado grande. Como percepción personal pensamos que poco a poco esta cultura va cambiando, queremos creer que entre otras cosas gracias al gran esfuerzo de muchos profesionales, que no lo dejamos de repetir en cuanto foro nos dejan, y porque las nuevas generaciones viven su vida personal rodeados de información continua (*Facebook, Twitter, Google, whats-up, smartphones, tablets, etc.*), y les es mucho natural incorporarla a la empresa. Que incorporen la correcta ya es otra cosa.

En los tres casos que trataremos está presente la influencia del *cloud computing* que va ganando adeptos ante los problemas de espacio en los servidores de las empresas. Según la consultora *Gartner* “en 2015 los servicios cloud low-cost canibalizarán hasta un 15% de los ingresos de los principales actores del mercado de *outsourcing*”². La posibilidad de almacenar grandes cantidades de información para su procesamiento, en muchas ocasiones con software libre, hace su gestión más accesible tanto a grandes como a pequeñas organizaciones.

Transparencia corporativa

No cabe duda que en el mundo en el que vivimos existe cada vez una mayor demanda de transparencia. Son diversas las partes interesadas las que lo demandan:

- 1) ciudadanos de sus gobiernos;
- 2) accionistas de las empresas en las que participan;
- 3) clientes de las compañías que les ofrecen servicios;

La sociedad en general requiere información sobre los temas que nos afectan a todos como puede ser el medio ambiente, así como poder hacer un seguimiento de los códigos éticos o de conducta con respecto al trabajo infantil, las condiciones laborales, etc. Es muy interesante la fuerza con que se ha impuesto el concepto “responsabilidad social”, que empezó su andadura en los años 90 del pasado siglo. La idea, que entre otras expresiones se ha consolidado en la norma *ISO 26000:2010: Guidance on social responsibility*, es que las organizaciones se pueden beneficiar de tener una conducta responsable socialmente, cuyo objetivo es conseguir un desarrollo sostenible³ (figura 1).

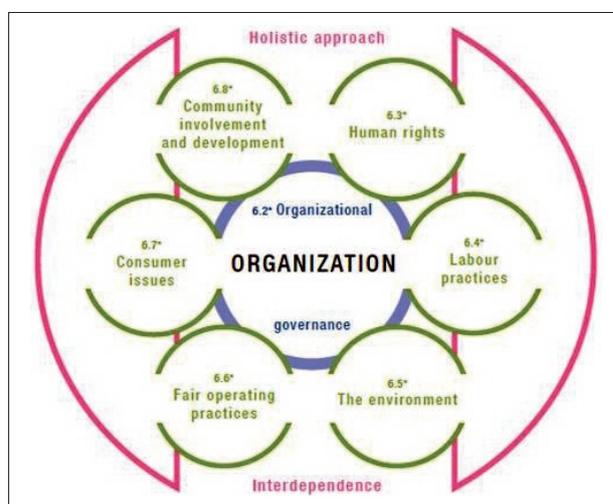


Figura 1. Responsabilidad social: 7 temas básicos. Fuente: ISO 26000

Es un concepto que ha calado en lo que podríamos llamar “subconsciente colectivo”, por lo que las empresas, empezando por las más grandes, se han lanzado a abrazarlo. Según el *Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa en España*, las empresas del IBEX-35 facilitan información sobre aspectos de responsabilidad social corporativa (RSC) en sus memorias anuales siguiendo la mayoría los criterios de la *Global Reporting Initiative (GRI)*⁴.

Por otro lado, según los últimos resultados del informe de progreso presentado por *Asepam (Asociación Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas)*⁵, en España 344 empresas están adheridas al pacto, de las cuales el 76% en situación de activas, el 6% no habiendo presentado informe y el 17% en situación de inactivas, quedando mucho por hacer en la incorporación de las pymes al proceso⁶.

En un principio las adhesiones se hacen de una forma un tanto “nominal” o para cumplir, pero cada vez más las empresas adoptan un mayor



<https://www.globalreporting.org>



<http://www.observatoriorsc.org>

nivel de compromiso y aquí está la relación con la gestión de la información.

Sólo hay una forma de demostrar el cumplimiento con un determinado código ético o de conducta: presentando información veraz y fiable de las acciones que se llevan a cabo. Por lo tanto, tiene un efecto colateral en la preocupación de las organizaciones por cómo se maneja su información y poder ejercer la *accountability*, concepto que se podría traducir por la responsabilidad en la rendición de cuentas.

En este sentido cabe destacar que en marzo

de 2011, la *Asociación Española de Documentación e Información (Sedic)* realizó una jornada profesional sobre *Responsabilidad social en las organizaciones*⁷, donde se intentó acercar a los profesionales de la información a la realidad de la RSC en las empresas. La sensación que tuvimos algunos de los presentes es que muchos profesionales lo encontraron “demasiado empresarial” y que prefieren el enfoque –por otro lado absolutamente imprescindible también– que se dio en las jornadas que la propia *Sedic* organizó en noviembre con el lema *De la responsabilidad al servicio social*, más dirigidas a la ética profesional y al papel de los grandes centros de la memoria en la sociedad.

A nuestro modo de ver, cuando la tendencia a una mayor responsabilidad social en las empresas se enfoca adecuadamente, uniéndose al inevitable paso a la sociedad digital y a la necesidad de mayor eficacia y eficiencia, puede dar lugar a programas integrales de gestión de documentos e información corporativa.

Si bien en este punto han sido en España las administraciones públi-

cas las que han liderado la implantación de sistemas de gestión de documentos electrónicos, el sector privado va entendiendo las ventajas que puede suponer. En 2011 muchas empresas pueden haber retrasado sus planes a este respecto debido a la crisis económica; pero otras, y por la misma razón, parecen haber emprendido el camino de la racionalización mediante una visión más holística unificando sistemas aislados y estableciendo políticas corporativas.

A pesar de que España es el país de la UE con mayor déficit comercial TIC, podemos decir a

nuestro favor que tenemos el mayor porcentaje de empresas con más de 10 empleados que utilizan banda ancha, incluida fija y móvil⁸. Además en los últimos 5 años las pymes españolas están haciendo un esfuerzo por mejorar su competitividad, como podemos constatar en el informe de DBK⁹, empresa especializada en análisis sectoriales, donde se aprecia el crecimiento continuado que han experimentado las empresas de gestión documental en España, según un estudio hecho sobre las 38 principales empresas de este sector en el periodo comprendido entre 2007 y 2010 (figuras 2 y 3).

“Una mayor responsabilidad social en las empresas puede dar lugar a programas integrales de gestión de documentos e información corporativa”

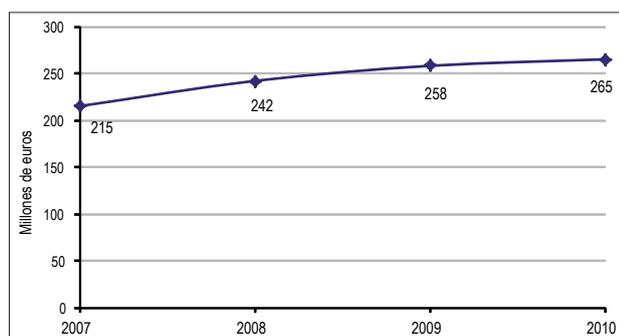


Figura 2. Evolución del mercado de la gestión documental 2007-2010, España. Fuente: DBK

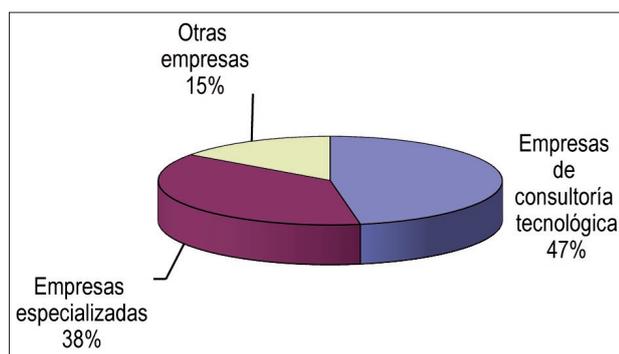


Figura 3. Distribución del mercado por tipos de empresas consultoras, 2010. Fuente: DBK

Por otra parte es interesante ver cómo evoluciona el mercado de las tecnologías de la información que dan soporte a este tipo de proyectos, según el informe *State of the ECM Industry 2011. How well is IT meeting business needs?*¹⁰ de la AIIM.

Es en esta línea en la que profesionales de los cinco continentes agrupados bajo el comité

técnico de ISO de gestión documental, quisimos aportar nuestro granito de arena. 2011 ha sido el año de la publicación de los dos primeros productos de la norma ISO 30300 (la ISO en noviembre en inglés y la UNE-ISO en diciembre en español) y por lo tanto no sabemos cómo va a ser su acogida, pero es de destacar cómo decidió anunciarla ISO en su nota de prensa “New ISO management system standards for records facilitate transparency in corporate governance”¹¹.

Inteligencia competitiva

La inteligencia competitiva (IC) y la vigilancia tecnológica (VT) parecen haber encontrado otro camino en la información que se comparte a través de los medios sociales en la Red. La idea que va calando entre las empresas es que se puede hacer mucho con poco, y esto en tiempo de crisis en una idea muy interesante y atractiva. A ello se une la necesidad, más imperiosa que nunca, de ser mejores que la competencia para poder sobrevivir. En verano de 2011 la revista *El profesional de la información*¹² dedicó el número a la inteligencia competitiva. En él encontramos algunos artículos dedicados a la realidad empresarial.

Como en el caso anterior hace muchos años que se habla de inteligencia competitiva. Existen empresas que ofrecen servicios de este tipo y formación especializada en el tema, si bien muchos expertos detectan algunas disfunciones típicas de una idea emergente. En muchos casos se confunde inteligencia competitiva con los softwares que se utilizan para extraer información. Éstos son sin duda necesarios, pero no son lo único que configura una estrategia de *business intelligence* o inteligencia de negocio. Sin embargo, es de resaltar que cada vez más y 2011 no es una excepción, aparecen nuevas herramientas gratuitas que nos ayudan a recolectar y procesar la información que las empresas necesitan. Entre todas ellas las de Google se llevan el trozo más grande de la tarta, como se refleja en el estudio de la empresa española *Miniera* realizado también en 2011¹³.

Este año tocaba *Visio 2011*, en Bilbao, el congreso de referencia en España para estos temas. Como comentaba **Lara Rey** en su blog *Interneteando*¹⁴ (lástima que se haya despedido, esperemos que vuelva...): “Cabe destacar la gran participación de empresas, cosa que bajo mi punto de vista es un síntoma de buena salud” y destacaba la ponencia de **Mario Esteban-Martínez** (*Acciona*) y **Eliana Benjumeda** (*Infoline*), y los casos de *Emun Soc. Coop.* (empresa de servicios lingüísticos) y *Kenako Delicatessen Int.* (comercializadora de alimentación), pero hubo muchas más como puede comprobarse en el programa y el libro de actas¹⁵.

Aún así la IC todavía no ha calado lo suficiente en la pyme española. Un ejemplo de ello lo vemos en el informe realizado por *Information Builders* y la consultora *Vanson Bourne* en el que concluyen que 8 de cada 10 empresas españolas admiten que los datos con los que trabajan no son totalmente fiables¹⁶, lo cual tiene importantes repercusiones en la productividad y los gastos, ya que los empleados pierden mucho tiempo y recursos en búsquedas y verificaciones de información.

Refiriéndose a España, **Alessandro Comai** indicaba: "Mi sensación es que se comprende mejor la necesidad de la inteligencia competitiva en algunos países emergentes y en el ámbito público que en las empresas privadas españolas"¹⁷, y destacaba los relativos fracasos de algunos portales y observatorios españoles que se han quedado en el primer paso de la cadena de valor de la inteligencia que es la elección de buenas fuentes de información.

Para los expertos en IC 2011 es a nivel internacional el año de la entrada de los chinos en el juego¹⁸, de la mano de los franceses de la *Association Internationale Francophone d'Intelligence Économique*. Como dice **Hugo Zunzarren** en su blog¹⁹, "Francia es uno de los escasos países donde se ha hecho de la inteligencia económica una política pública y una estrategia de competitividad industrial", y parece que ahora han tenido éxito pues los chinos están dispuestos a seguir sus pasos. Todos sabemos a estas alturas de siglo que lo que haga China es y será muy importante para el mundo en general.

En IC el problema es capturar, tratar y analizar los millones de datos que se producen diariamente y trasladar los resultados para la toma de decisiones. Es lo que se llama *big data* y según *IBM*²⁰ "el 90% de los datos del mundo han sido creados en los últimos 2 años con un crecimiento exponencial en variedad, velocidad y volumen". Una cifra alarmante para las organizaciones que se ven impotentes para mantener su control con las herramientas y los repositorios de los que disponen, poniendo en peligro su competitividad.

Este es un tema que despierta mucho interés en los principales foros mundiales como "*Wired 2011. Together with O₂*" que este otoño reunió en Londres a 400 expertos, donde **Werner Vogels**, director de tecnología de *Amazon*, afirmó que "el análisis de los *big data* es la columna vertebral de la empresa moderna"²¹.

Uso de los medios sociales 2.0 en el entorno empresarial

No queremos referirnos en este punto sólo al uso que hacen las empresas de los medios socia-

les para promocionar su empresa o relacionarse con sus clientes en la Red. La idea de que una empresa sin web no existe, está dando paso a la idea que una empresa debe diversificar sus canales de información, y hoy los *community managers* trabajan a destajo para abrir cuentas empresariales en *Facebook* y *Twitter*. Es lógico si en el informe de *Telefónica "La situación de la sociedad de la información en España 2011"*²² nos dice que el número de personas que se comunican con familiares y amigos a través de una red social ha crecido un 38,6%. Las empresas no quieren perderse la oportunidad de "cazar" a los clientes que se mueven por ellas.

También es necesario mencionar el uso en la empresa de redes o herramientas sociales para la comunicación y generación de conocimiento interno. Son ya muchas las organizaciones que han dado el paso de dotar a sus empleados de herramientas sociales para compartir información. Según el informe de *AIIIM* antes mencionado lo hace un 53% de las grandes empresas y un 29% de las más pequeñas, sobre la muestra analizada. La consultora *McKinsey* aporta datos muy reveladores sobre el uso de la web 2.0: por una parte ha supuesto la reducción durante 2010 de su 'time-to-market' en un 21%, un incremento de sus beneficios en un 18% y por último trabajar con herramientas colaborativas ha mejorado el ratio de innovación en un 28%²³. Probablemente el porcentaje en España sea algo menor, pero la tendencia es imparable.

Las ventajas son considerables. No hay que invertir en formación, no sólo porque son intuitivas y fáciles de usar, sino porque muchos usuarios vienen aprendidos de casa, ya que usan las aplicaciones 2.0 en su vida personal. Por tráfico de datos es ya el segundo servicio que aporta más ingresos a la telefonía móvil en España. Luxemburgo, Suecia y España son los países europeos donde más usuarios acceden a la Red a través de dispositivos móviles 3G²⁴.

Sin mucho esfuerzo la información volcada en las redes se convierte en cooperativa y se comparte en la organización. Y además parece que

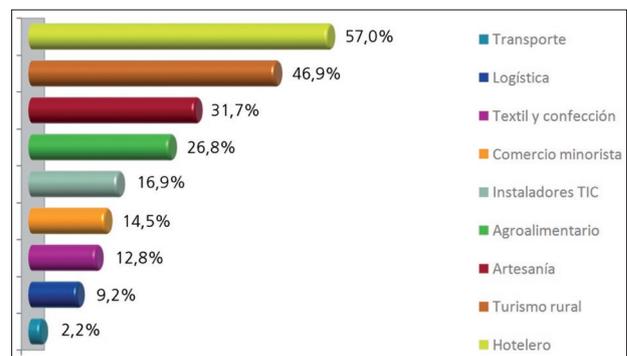


Figura 4. Uso de las redes sociales en las pymes por sectores. Informe e-Pyme2010. Encuesta Fundetec.

ahorra costes ¿Qué más se puede pedir? Pues que las herramientas se implanten con sentido común y que haya incentivos para el consumo colaborativo y el *crowdsourcing* (convocatoria abierta para que una comunidad aporte datos y proponga soluciones a problemas planteados). Estas prácticas ya son habituales en los departamentos TIC, especialmente por el uso cada vez más difundido de las herramientas de software libre donde el intercambio de información se hace mediante foros especializados, con premios a las mejores aportaciones en forma de kudos (prestigio) y reputación.

En este sentido en 2011 sorprendió la noticia de *Atos Origin* de querer ser una compañía con 0 e-mails en un plazo de tres años, como medio para combatir la sobrecarga de información²⁵. La noticia, que se produjo en febrero de 2011, ha tenido tanto impacto que se ha ido difundiendo por la Red durante todo el año y se han hecho eco de la misma medios muy distintos. Aparte de una posible y magnífica campaña de prensa, la argumentación es muy interesante: parten de la genialidad de comparar la revolución industrial y la dedicación posterior a reducir la contaminación ambiental que produjo, a la revolución de la información y la reducción de la sobrecarga de información que produce. Pero además existen razones mucho más prosaicas que indican que las empresas se beneficiarían económicamente mucho de la propuesta. Mantener los servidores de correo en una gran organización es un presupuesto importante. Los megabytes de información crecen y crecen y el correo electrónico es una fuente casi infinita de generar duplicidades de información (cuántas veces está almacenado un documento distribuido como adjunto a un correo electrónico en una organización...). Según el propio CEO de *Atos* las cuentas de correo corporativas reciben más de 200 correos diarios, de los que el 18% es spam, y gestionar eso supone horas y horas de trabajo.

En la revista EPI también su publicó un artículo de **Anna Sainz-Aloy** y **Cristina Soy-Aumatell** sobre cómo gestionar mejor el correo-e²⁶.

Por otra parte parece ser que el spam publicitario está en vías de extinción puesto que está siendo sustituido por una publicidad personalizada que nace en las redes sociales donde es posible segmentar cada vez más los clientes.

Pero quizás lo más importante de la noticia anterior es haber comprendido que los jóvenes ya no necesitan el correo electrónico para comunicarse porque usan *Facebook*, *Twitter* o *What's up*. Y otra vez la tecnología, base de esta sociedad de la información, nos ha cambiado la forma de hacer las cosas y de gestionar la información. Los que hemos trabajado cuando no existía el correo electrónico –y nos preguntamos muchas veces

¿cómo lo hacíamos?– parece que aún podemos tener tiempo para vivir otra vuelta de tuerca...

Agradecimiento



Para este artículo he contado con la inestimable colaboración de **Nuria Amérigo**, consultora en gestión documental y de la información.

<http://www.nuriamerigo.es>

Notas

1. Fundación Orange. e-España. Informe anual sobre el desarrollo de la información en España 2011, 2011, pág. 210.
<http://www.informeeespana.es/docs/eE2011.pdf>
2. Gartner, Inc. *Top predictions for IT organizations and users for 2012 and beyond*, 1 Dec. 2011.
<http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1862714>
3. ISO 26000:2010. *Guidance on social responsibility*
http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=42546
4. Global Reporting Initiative (GRI).
<https://www.globalreporting.org>
5. Asepam (Asociación Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas).
<http://www.pactomundial.org>
6. Observatorio de responsabilidad social corporativa.
<http://www.observatoriorsc.org>
7. Sedic. *Jornada sobre responsabilidad social corporativa en las organizaciones*. Madrid, Biblioteca Nacional, 30 marzo 2011.
http://www.sedic.es/actividades-jornada_RSC_30marzo2011.asp
8. Idem referencia 1, pág. 105.
9. DBK. Sumario del informe especial *Gestión documental*. Octubre 2011, 2ª ed.
<http://www.dbk.es/pdf/informeespeciales/sumarios/ESP-Gesti%C3%B3n%20Documental.pdf>
10. AIIM (Association for Information and Image Management). *ECM state of industry 2011*
<http://www.aiim.org/pdfdocuments/ECM-State-of-Industry-2011.pdf>
11. ISO. Comunicados de prensa.
<http://www.iso.org/iso/pressrelease.htm?refid=Ref1487>
12. El profesional de la información, 2011, sept.-oct. 2011, v. 20, n. 5.
<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2011/septiembre/index.html>
13. Google tools for Cl.

<http://www.miniera.es/paper-google-tools-competitive-intelligence-2011-2012>

14. **Rey, Lara.** Interneteando.
<http://interneteando-lara.blogspot.com>

15. *Visio 2011*, Bilbao, 2-3 de junio de 2011.
<http://www.conferencia-visio.com>
– *Emun Sociedad Cooperativa*, <http://www.emun.com>
– *Kenako Delicatessen*, <http://www.calidadgourmet.com>

16. *Computerworld*
<http://www.idg.es/computerworld/Solo-uno-de-cada-cuatro-trabajadores-espanoles-tie/seccion-actualidad/articulo-205585>

17. **Comai, Alessandro.** "Inteligencia competitiva: logros y desafíos". *El profesional de la información*, 2011, sept.-oct., v. 20, n. 5, pp. 489-493.
<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2011.sep.01>

18. *Shangai competitive intelligence forum*.
<http://www.istis.sh.cn/cisf2011/english/info12.aspx>

19. Id Inteligencia. Blog sobre inteligencia económica y su aplicación directa al marketing estratégico y operativo, rrhh, e-reputación y gestión empresarial.
<http://idinteligencia.wordpress.com/2012/01/04/caso-de-exito-francia-china-modelo-de-gestion-a-traves-de-la-inteligencia-economica>

20. IBM. *Bringing big data to the enterprise*
<http://www-01.ibm.com/software/data/bigdata>

21. **Vogels, Werner.** *Wired*, 2011.
<http://www.wired.co.uk/news/archive/2011-10/14/werner-vogels>

22. Ariel, Fundación Telefónica. *La sociedad de la información en España*, 2011.
http://e-libros.fundacion.telefonica.com/sie11/aplicacion_sie/ParteAldatos.html

23. McKinsey Quarterly. *The rise of the networked enterprise: Web 2.0 finds its payday*.
http://www.mckinseyquarterly.com/Organization/Strategic_Organization/The_rise_of_the_networked_enterprise_Web_20_finds_its_payday_2716?pagenum=2#1

24. Idem referencia 1, pág. 137.

25. Atos. Comunicados de prensa.
http://atos.net/en-us/Newsroom/en-us/Press_Releases/2011/2011_02_07_01.htm

26. **Sainz-Aloy, Anna; Soy-Aumatell, Cristina.** "Gestión eficiente del correo electrónico: una experiencia corporativa". *El profesional de la información*, 2011, sept.-oct., v. 20, n. 5, pp. 571-576.
<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2011.sep.12>



 **casalini libri**
Via Benedetto da Maiano 3
50014 Fiesole (Firencia)
Italia
Tel.: +39 055 50181
Fax: +39 055 5018201
Email: info@casalini.it
www.casalini.it

150 EDITORIALES

10.000 LIBROS ELECTRÓNICOS

480 REVISTAS

200.000 CONTENIDOS DIGITALES

- ▶ Contenidos de nivel académico
- ▶ 150 editoriales italianas, españolas, francesas y portuguesas
- ▶ Una interfaz ágil con funcionalidades avanzadas
- ▶ Colecciones de libros y revistas electrónicos en Humanidades y Ciencias sociales

www.torrossa.it