La información:

El elemento competitivo del nuevo siglo

Nunca antes como hasta ahora, los ejecutivos de las empresas de toda índole y tamaño se han preocupado a tal grado por el incremento de su productividad y rentabilidad. La apertura de mercados y el vertiginoso desarrollo tecnológico han obligado a las compañías modernas a mantener un ritmo acelerado de innovación con base en un continuo análisis de sus procesos estratégicos y operativos.

Un análisis tan importante sólo puede llevarse a cabo si la empresa cuenta con la información adecuada para hacerlo. Dicho análisis sólo puede realizarse si se implementan procesos de gestión de la información que permitan responder a interrogantes críticas del negocio.

¿Conoce a sus clientes? ¿Sabe cuáles son sus gustos y preferencias? ¿Conoce la opinión de ellos sobre sus productos? ¿Sabe cuáles son sus costos de producción? ¿Sabe cómo podría reducirlos? ¿Sabe si sus productos son rentables? ¿Sabe si sus políticas de aprovisionamiento son las más adecuadas? ¿Conoce si su gestión de compras es apropiada? ¿Son sus procesos productivos todo lo eficientes que podrían ser? ¿Están sus empleados identificados con la empresa?

Si no ha tenido respuesta para las preguntas anteriores: ¡usted está en problemas! Y quizás la única razón de su inexistencia, es el hecho de no contar con la suficiente información para responderlas. O peor aún, la información existe, pero usted todavía no lo sabe.

1. La gestión de la información

La gestión de la información no es más que la transformación de datos internos y externos -recolectados en la empresa y su entorno- en información relevante, oportuna, concreta y precisa que facilite la toma de decisiones estratégicas y operativas.

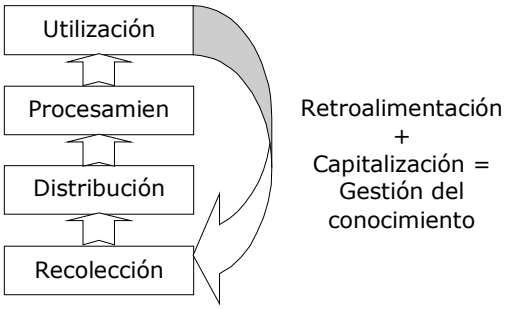
de la información se basa en proceso ordenado de colección, procesamiento y stribución de la información. s datos provienen de fuentes confiables, distribuidas en una red de puntos estratégicamente ubicados para su captura. Los datos fluyen bajo distintos formatos por canales que los llevan a sus destinatarios. Los destinatarios pueden ser receptores finales o intermediarios en el proceso de transformación y redistribución de la información.

2. El flujo de información es constante. Los puntos de recolección debe fungir como sensores más que simples receptores; es decir, deben sondear el medio en el que se desenvuelven en búsqueda de datos que satisfagan las necesidades de información de la empresa en lugar de esperar por datos que posiblemente nunca lleguen.

Los canales de transmisión deben ser ágiles y confiables. Deben permitir el flujo rápido y seguro de la información a sus diferentes receptores.

Los receptores, a su vez, deben asegurarse que la información le es entregada en un formato entendible y aplicable a su habitual proceso de toma de decisiones.

Ciclo de la gestión de la información



3. Algunos consejos para una adecuada gestión de la información

No existe una receta base para realizar una adecuada gestión de la información. No obstante, lo que sí existe es un conjunto de guías y consejos que facilitan dicho proceso:

Defina las necesidades de información. Haga un alto en el camino, examine la empresa, haga un modelo del negocio y por cada uno de los procesos allí identificados establezca sus factores críticos de éxito.

Comparta la información. Muchas veces el conocimiento para mejorar sus procesos de producción no está dentro de su empresa.

Convierta la información en conocimiento. Documente sus procesos. Estandarice las prácticas dentro de la empresa. Establezca métodos para "capitalizar" las experiencias generadas por el recursos humano en mejores prácticas para el negocio.

Comprenda que la tecnología no es un fin sino un medio. Tecnología de la información no significa comprar el mejor "hardware" y "software" disponible en el mercado; significa utilizar instrumentos tecnológicos para facilitar el proceso de adquisición, procesamiento y distribución de la información dentro y fuera de la empresa.

4. El sistema nervioso de la empresa

Recuerde, si usted no pudo contestar las preguntas al inicio de este artículo, ¡usted está en problemas!. Bill Gates y Collin Hemingway, en su libro "Negocios a la velocidad del pensamiento", proponen que la gestión de la información en la empresa debe asemejarse a nuestro sistema nervioso. Este proceso debe ser un "ser vivo" dentro de la organización. A él deben asignársele los recursos y la atención necesarias para su correcto desempeño.

Si su compañía aún no cuenta con un sistema de gestión de la información, es importante que comience a pensar en su implementación lo más pronto posible. Entre más rápido lo haga, más pronto podrá gozar de las ventajas de contar con una amplia base de conocimiento que facilite la tome de decisiones y el proceso de innovación dentro de la empresa.

Usted, como empresario, debe recordar que de una adecuada gestión de

Tecn
la Inf

la información, nacen las ideas que hacen progresar su negocio.

Johann Granados
CEGESTI