

“OBSERVATORIO SIC”: ANÁLISIS DE UNA INICIATIVA DE COMUNICACIÓN BASADA EN EL EXPERTISE DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO DE ESADE

“OBSERVATORIO SIC”: ANALYSIS OF A COMMUNICATION INITIATIVE BASED ON THE EXPERTISE OF THE ESADE INFORMATION & KNOWLEDGE SERVICE

Soler Teixidor, Josep. Documentalista. Servicio de Información y Conocimiento de ESADE, josep.soler@esade.edu; **Català Puigbò, Cristina.** Directora. Servicio de Información y Conocimiento de ESADE, cristina.catala@esade.edu.

Resumen: Presentamos el boletín “Observatorio SIC”, un ejemplo de iniciativa innovadora impulsada por el Servicio de Información y Conocimiento de ESADE. Desde su lanzamiento en junio de 2005, se ha consolidado como un producto de valor, imprescindible para la comunidad académica e investigadora, y a la vez, como el principal elemento de marketing del servicio de información. Describimos el origen y antecedentes de la iniciativa y los riesgos, desafíos y oportunidades que implicó su lanzamiento. A continuación destacamos las pautas generales de diseño, estructura y selección de contenidos del boletín y analizamos la evolución que ha seguido en sus dos primeros años de vida. Finalmente detallamos los beneficios que supone el “Observatorio SIC” tanto para la organización como para el propio servicio de información, y planteamos los principales retos de futuro.

Palabras clave: información empresarial, boletín, comunicación, marketing de servicios de información, escuela de negocios

Abstract: The “Observatorio SIC” bulletin is presented as an example of the innovation and initiative promoted by the ESADE Information & Knowledge Service. Since its launch in June 2005, it has developed into a valuable and indispensable reference for the academic and research community, at the same time becoming the business information service’s main marketing feature. The origin and background of the initiative are described along with the risks, challenges and opportunities involved in its launch. The bulletin’s general design, structure and selection of contents are outlined, examining its development over the last two years since its launch. Finally, the benefits that the “Observatorio SIC” entails for the organisation as well as for the information service itself are detailed, and the main challenges of the future are considered.

Keywords: business information, *newsletter*, communication, marketing of information services, business school

1. Introducción: ¿qué es el “Observatorio SIC”?

El “Observatorio SIC” es un boletín de periodicidad semanal elaborado por el Servicio de Información y Conocimiento (1) de ESADE, que se envía por correo electrónico a la comunidad académica e investigadora de la escuela de negocios y facultades universitarias. (2)

Su misión es mantener informada a la comunidad académica e investigadora sobre la actualidad empresarial y económica, internacional, europea y nacional, de una manera directa y asequible, para contribuir a la competencia informacional de la organización, tanto en el ámbito docente, como de creación de conocimiento y de debate social.

Para cumplir esta función, el “Observatorio” se plantea 3 grandes objetivos:

- 1) observar el panorama de la información empresarial;
- 2) seleccionar con rigor, relevancia y oportunidad los contenidos, y
- 3) comunicar y difundir de una manera ágil y atractiva.

El “Observatorio” recomienda semanalmente una selección de informes, eventos y recursos que responden a las necesidades de información de los diferentes ámbitos de conocimiento e investigación de ESADE, facilitando la identificación y localización de documentos que para el usuario podrían suponer horas de búsqueda.

De esta manera, el “Observatorio” presenta y difunde, en una página, “7 recomendaciones semanales” en forma de informes, estudios de ámbito internacional y nacional, y contenidos de las bases de datos de la Biblioteca Digital,

que ayudan a profesores e investigadores a estar al día y a disponer de recursos informativos para su actividad docente, investigadora y para la creación de conocimiento.

Desde su inicio, en junio de 2005, el “Observatorio” se convirtió en un producto de marketing del Servicio, y en estos 2 años se ha consolidado como un medio de comunicación clave para dar visibilidad al *expertise* y valor que aporta el Servicio de Información y Conocimiento a la organización.

2. Origen: ¿cómo surge la iniciativa? ¿Por qué?

El primer número del “Observatorio SIC” se lanzó en junio de 2005. La iniciativa surgió para dar continuidad a los “comunicados semanales” de recomendaciones de recursos web que el Servicio de Información y Conocimiento incorporaba en el “Tablón de anuncios” de la intranet de ESADE.

El sistema del “Tablón de anuncios” de la intranet no aseguraba mantener informada a la comunidad académica e investigadora de una manera homogénea, no ofrecía las prestaciones adecuadas para utilizarlo como un servicio de difusión de información ágil y directo, y no respondía a la necesidad de visibilidad hacia toda la organización del *expertise* del Servicio.

El lanzamiento del “Observatorio” fue precedido por un proceso de 2 meses de reflexión sobre cómo optimizar la información y *know-how* facilitado a través del “Tablón de anuncios”, así como por un proceso de consulta sobre la viabilidad, oportunidad y riesgos de la iniciativa a departamentos, unidades estratégicas de la organización, profesores e investigadores. La respuesta positiva obtenida avaló el surgimiento del “Observatorio”, asumiendo de antemano los riesgos que conllevaba: periodicidad, contenidos, seguimiento, calidad, justificación, obligación...

La iniciativa suponía un salto sustancial, un riesgo pero también una oportunidad, en la manera de difundir internamente la información: pasar de un sistema *pull*, en el que se ofrecía la información en una sección de la intranet a la que los usuarios debían acceder para consultarla, a un sistema *push* que aseguraba que todo el público objetivo recibiría semanalmente esta información por correo electrónico en forma de *newsletter*.

El envío del primer número se realizó el 22 de junio de 2005 con una nota de presentación, puesta en antecedentes y objetivos del boletín.

3. Riesgos, desafíos y oportunidades

Teníamos claro que el lanzamiento del boletín conllevaba una serie de riesgos. Del mismo modo que había avaladores de la iniciativa, el “Observatorio” podía ser percibido como una intrusión o un elemento más de “ruido” y saturación en el correo electrónico.

Asumimos este riesgo y entendimos que la mejor respuesta era hacer una buena pedagogía de este nuevo producto. Desde nuestro Servicio teníamos el convencimiento de su valor y beneficio, y que uno de los retos consistiría en convencer semana a semana, ofreciendo contenidos realmente útiles y relevantes y asegurando la calidad del boletín. Pero también haciendo presentaciones del “Observatorio” a los colectivos a los cuales nos dirigíamos: Decanatos, Directores de Departamento, Comité de Investigación, Comisión de Biblioteca, Jornadas de Investigación de ESADE, Comité Ejecutivo, entre otros.

También estábamos convencidos de las oportunidades que se presentaban tanto para el Servicio como para la organización. En primer lugar nos permitía integrar en una *newsletter* el *expertise* en información empresarial, jurídica y comunitaria de las distintas unidades del Servicio. En segundo lugar, el Servicio pasaba a disponer de un producto de marketing que llegaba directamente y vía e-mail a cada uno de los miembros de la organización, fomentando nuestra visibilidad. Por último, la oportunidad de asegurar que la comunidad académica e investigadora de ESADE estuviese semanalmente informada, y de una manera homogénea, en temas empresariales y jurídicos, contribuyendo desde nuestro Servicio a fomentar las competencias informacionales de la organización.

Entre los desafíos que se nos abrían destacamos principalmente:

- 1) el compromiso que asumíamos: el “Observatorio” requería una disciplina de trabajo, una continuidad en el tiempo y una permanente innovación;
- 2) hacer entender su utilidad y oportunidad, hacer de él un producto aceptado por la organización para convertirse en una herramienta imprescindible;
- 3) conseguir la motivación del equipo del Servicio de Información y Conocimiento para contribuir a la selección de las noticias, tendencias en *management* y recomendaciones para el “Observatorio”.

4. Estructura y diseño

Al tratarse de una *newsletter* enviada por correo electrónico decidimos que tenía que ser un documento que respondiese a los requisitos de este medio: agilidad, de lectura rápida, texto breve pero relevante, estilo periodístico, atractivo, sugerente, y sobretodo útil. Es decir, un documento que invitase a su visualización y lectura.

La estructura de la información que se presenta responde a un patrón básico de contenidos basado en: ámbitos geográficos (internacional, comunidades europeas, nacional), ámbitos temáticos (innovación, entorno económico, relaciones laborales, responsabilidad social corporativa...), y tipología documental (informes, libros blancos, rankings, *papers*, declaraciones de cumbres y reuniones, legislación e información de las bases de datos de la Biblioteca Digital de ESADE). El boletín consiste en un documento con “7 recomendaciones semanales”: las 6 primeras referidas a fuentes y recursos de información de actualidad, externos a la organización; y la última de las recomendaciones, con un espacio diferenciado, centrada en destacar contenidos de la Biblioteca Digital.

En el proceso de diseño del “Observatorio” se siguieron las directrices y pautas de diseño institucional de ESADE, respetando los colores corporativos y enmarcando el Servicio de Información y Conocimiento dentro de su dependencia organizativa, Dirección de Servicios Académicos.

Para responder a los requisitos de agilidad y de estilo periodístico que nos proponíamos, se acordó: un modelo de citación estándar de los titulares de los documentos recomendados; una sección personalizada para destacar las recomendaciones procedentes de la Biblioteca Digital; y reforzar estas recomendaciones con imágenes que identifiquen las referencias citadas.

Cada recomendación consiste en: titular del documento referenciado, imagen identificativa, descripción del contenido, destacando las ideas y puntos clave, enlace a la nota de prensa y/o resumen del documento, y enlace al texto completo.

A partir del ejemplo del “Observatorio SIC” número 66, presentamos: en la Tabla 1 una muestra de la distribución de los contenidos del boletín en ámbitos geográficos, temáticos y documentales; en la Figura 1 un ejemplo de recomendación; y en la Figura 2 el diseño y aspecto final del boletín:

Ámbito geográfico	Titulares de los contenidos recomendados	Ámbito temático	Tipología documental
Internacional	World Economic Forum Annual Meeting 2007 – Davos (Suiza), 24-28 January 2007	Economía, competitividad, geopolítica	Cumbre internacional
	World Social Forum 2007 – Nairobi (Kenia), 20-25 January	Política social, tercer sector, geopolítica	Cumbre internacional
Comunidades Europeas	Report: <i>The Impact of Ageing on Public Expenditure: projections for the EU-25 Member States on pensions, healthcare, long-term care, education and unemployment transfers (2004–50)</i> – Comisión Europea	Política social, pensiones, sanidad, educación	Informe
	<i>Statistics in Focus: National Patent Statistics</i> – Eurostat	I+D, innovación	Estadísticas
Nacional	<i>Economic Survey of Spain 2007</i> – OECD	Economía	Informe económico
	<i>Atlas Digital de la España Universitaria: Bases para la planificación estratégica de la enseñanza superior</i> – Universidad de Cantabria	Educación superior, I+D	Estudio económico
Biblioteca digital de ESADE	Localice los accionistas de empresas españolas y portuguesas en la base de datos SABI de la Biblioteca digital de ESADE	Empresa, información financiera	Base de datos

Tabla 1. Muestra de los contenidos del "Observatorio SIC" núm. 66, estructurados en ámbitos geográficos, temáticos y documentales



Figura 1. Ejemplo de la estructura de una de las recomendaciones

Observatorio SIC
Servicio de Información y Conocimiento de ESADE de la Unidad Corporativa de Servicios Académicos

Núm. 66
23 Enero 2007

Recomendaciones de estudios, informes y recursos web para ESADE seleccionados por el Servicio de Información y Conocimiento

• **World Economic Forum Annual Meeting 2007 – Davos (Suiza), 24-28 January**
Reunión Anual del Foro Económico Mundial de Davos bajo el lema: "Shaping the Global Agenda: The Shifting Power Equation". Las consecuencias económicas del **cambio climático**, una de las principales cuestiones de debate.
<http://www.weforum.org/annualmeeting>
<http://www.weforum.org>

>> Ámbitos temáticos de las sesiones:

- Economics: New drivers;
- Geopolitics: The need for fresh mandates;
- Technology and Society: Identity, community and networks;
- Business: Leading in a connected world.

>> Programa:
<http://www.weforum.org/annualmeeting2007/ProgramIndex.htm>

>> En el marco del Annual Meeting, Gallup International presenta cada año los resultados de las encuestas:

- "Voice of the Leaders Survey": Davos leaders optimistic on economic growth – pessimistic on security
<http://www.weforum.org/in/medalasset%20Press%20Release%20VOLUR>
- "Voice of the People Survey": Worldwide survey highlights lack of faith in leaders in an uncertain world
<http://www.weforum.org/in/medalasset%20Press%20Release%20voiceofthepopleurvey>
<http://www.voice-of-the-people.net/>

• **World Social Forum 2007 – Nairobi (Kenia), 20-25 January**
7a edición del Foro Social Mundial (FSM), el mayor encuentro anual de ONGs y grupos alternativos, que se celebra desde el año 2001 coincidiendo con el World Economic Forum.

Por primera vez el FSM se da cita en África, bajo el lema: "La lucha de las personas, las alternativas de las personas". Los debates y mesas redondas se centrarán en la paz, la situación de las mujeres y juventud, deuda externa, el sida y migraciones, entre otros temas.
<http://www.wsf2007.org/>
<http://www.worldsocialforum.org/>

>> Programa:
<http://wsl2007.org/program>

• **The Impact of Ageing on Public Expenditure: projections for the EU-25 Member States on pensions, healthcare, long-term care, education and unemployment transfers (2004–50) – Comisión Europea**
Informe de la Dirección General de Economía y Asuntos Financieros y del Working Group on Ageing Populations.

El informe analiza el impacto del envejecimiento de la población en el gasto público y presenta proyecciones por países hasta el año 2050 en pensiones, sanidad, educación y desempleo.
http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/europaeconomy2006/assp106_en.htm

>> Consulta del informe:
http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/europaeconomy2006/assp106_en.pdf

>> Anexo: Proyecciones comparadas por países:
http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/europaeconomy2006/asspamx106en.pdf

* La versión en papel del informe se puede consultar en papel en el CDE de ESADE
<http://www.esade.edu/cde>

• **National Patent Statistics – Eurostat Statistics in Focus**
La Oficina de Estadísticas de la Unión Europea acaba de presentar los últimos datos estadísticos sobre patentes en Europa.

Proporciona indicadores comparativos de patentes por sectores y países de la Europa de los 27, Japón, China, India y Estados Unidos. Alemania fue el país líder en patentes nacionales en 2003, y en el conjunto de la UE-27 se solicitaron más de 60.000 patentes a la European Patent Office.
http://ec.europa.eu/economy_finance/press11_pageid=1171_46812006_dsdspornal_schmanusPCRTALSp_product_codesKS_SF-07-200

>> Consulta del informe:
http://ec.europa.eu/economy_finance/press11_OFFPUBKS_SF-07-200ENKS_SF-07-200EN.PDF

• **Economic Survey of Spain 2007 – OECD**
La OCDE ha presentado hoy, 23 de enero, su informe anual sobre la economía española.

El informe revisa la evolución reciente de la economía española, así como sus principales riesgos y oportunidades de futuro y lanza una serie de recomendaciones y propuestas de mejora. El informe de este año se fija en la política de vivienda, la reforma fiscal, en cómo intensificar la innovación y cómo mejorar el mercado de bienes y servicios.
<http://www.oecd.org/dataoecd/10/07/41007011a.pdf>

>> Consulta del informe en Source OECD, desde Biblioteca digital de ESADE:
<http://biblia.esade.edu/oaed/1007011a.pdf>

• **Atlas Digital de la España Universitaria: Bases para la planificación estratégica de la enseñanza superior – Universidad de Cantabria**
Primer Atlas sobre la enseñanza superior en España realizado por la Universidad de Cantabria, en colaboración con el Consejo de Coordinación Universitaria, la CRUE y el Banco Santander.

Analiza la situación de la universidad, la evolución de las relaciones de la universidad con la sociedad y el territorio, la movilidad de los estudiantes y el futuro de la demanda en los distritos universitarios. El Atlas se ha editado exclusivamente en formato papel e incluye un DVD para la consulta interactiva de los contenidos e indicadores.
http://www.uca.es/WaUc/Intranet/Noticias_y_novedades/Noticias20070110.htm
<http://www.uca.es>

>> El Atlas y el DVD se pueden consultar en la Biblioteca de ESADE

Localice los accionistas de empresas españolas y portuguesas en la base de datos SABI de la Biblioteca digital de ESADE

Los informes financieros de empresas incluidas en la base de datos SABI (más de 840.000 empresas españolas y 100.000 portuguesas) incluyen información sobre sus accionistas, con el porcentaje de su participación y la identificación de su matriz, si existe.

SABI permite realizar búsquedas de empresas por los datos de sus accionistas, a través de la sección **Vinculaciones financieras**.

Se pueden localizar empresas con un accionista determinado, con al menos un accionista en un país concreto, con matriz en el extranjero, según las características de sus accionistas, por el número de accionistas, entre otras variables.

>> Acceso a la base de datos SABI Online desde la Biblioteca digital de ESADE:
<http://www.esade.edu/biblioteca/sabi/>

SABI Online es accesible off-campus. Más información sobre el acceso en:
<http://www.esade.edu/biblioteca/sabi/offcampus.html>

© Biblioteca ESADE | Centro de Información Empresarial | Centro de Documentación Europea

→ Consulta de números anteriores en: <http://www.esade.edu/biblioteca/observatorio.htm>
→ Sugerencias, propuestas y aportaciones: ajb@esade.edu

Figura 2. Imagen del “Observatorio SIC” número 66 <<http://www.esade.edu/biblio/sic/observatorio/archivo/sic66.pdf>>

5. Contenidos: selección y planificación

En consonancia con la estructura del “Observatorio”, y para dar respuesta principalmente a las 6 primeras recomendaciones que presenta, los contenidos se obtienen a partir del seguimiento diario de distintas fuentes de información internacionales, comunitarias y nacionales, así como de la prensa económica y general.

Principales fuentes de información en que se basa la selección:

- Fuentes de información internacionales: organismos internacionales (OCDE, Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, Foro Económico Mundial-Davos, Organización Mundial del Comercio, Naciones Unidas y agencias e instituciones dependientes), organismos de cooperación regional (APEC, Mercosur...) y consultoras y *think tanks* internacionales
- Fuentes de información de las Comunidades Europeas, a través del *expertise* del Centro de Documentación Europea de ESADE (3): Comisión Europea, agencia de noticias Rapid, oficina de estadísticas Eurostat, Parlamento Europeo, agencias comunitarias como Eurofound (Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo) y *think tanks* europeas.
- Fuentes de información nacionales a través del *expertise* del equipo del portal Guíame! (4): fuentes gubernamentales (Consejo de Ministros, Ministerios), institutos estadísticos nacionales y de las Comunidades Autónomas, servicios de estudios de bancos y cajas de ahorros, fundaciones, centros de estudios y portales empresariales.
- La 7ª y última recomendación de cada boletín consiste siempre en la difusión de las prestaciones de la Biblioteca Digital de ESADE: bases de datos, nuevo catálogo, metabuscador, etc. El objetivo de esta sección es hacer aflorar y dar visibilidad a secciones de las bases de datos que son desconocidas por la comunidad académica, y asimismo, destacar las nuevas prestaciones de la Biblioteca implementadas a partir de la adquisición y configuración del nuevo programa de gestión de bibliotecas *Millennium*.

El equipo (5) del “Observatorio”, formado por 4 documentalistas, se reúne semanalmente para poner en común las aportaciones de cada número, recogidas en base a las fuentes y recursos citados anteriormente. Una vez seleccionadas las 7 recomendaciones que contendrá el boletín, se distribuye la redacción de las noticias entre los miembros del equipo, con un responsable final de la coordinación, revisión de la redacción, diseño y posterior envío mediante correo electrónico.

En la selección final de las recomendaciones prevalece la oportunidad y utilidad de la noticia o documento. En algunos casos responde a noticias de primerísima actualidad (conclusiones de cumbres, rankings, etc.), o a la oportunidad de facilitar una información de difícil localización y acceso como pueden ser los documentos preliminares, borradores, discursos, etc.

La temática de los contenidos responde a un equilibrio entre las necesidades de información detectadas y los ámbitos de conocimiento e investigación de la organización. A grandes rasgos, la temática que predomina por la propia relevancia y aportación son los contenidos de ámbito económico, social y de competitividad, que permiten enmarcar el entorno de áreas de trabajo e investigación más específicas. Como ámbitos más específicos nos fijamos especialmente en temas de: innovación, I+D, economías emergentes, relaciones laborales, conciliación, gestión pública, productividad, impacto económico del medio ambiente y el cambio climático, aspectos jurídicos y legislativos, gobierno corporativo, responsabilidad social corporativa.

6. Evolución y consolidación

En 2 años de trayectoria, y con más de 100 ediciones, el “Observatorio SIC” se ha consolidado como un referente informativo en nuestra organización, y como un medio de comunicación y marketing del conocimiento de nuestro Servicio.

Se ha conseguido una fidelización por parte del claustro, de los profesores colaboradores, investigadores y participantes en los programas de doctorado. Muchos de nuestros usuarios esperan el envío semanal del “Observatorio” para descubrir qué propuestas de recomendaciones contiene.

Su evolución nos ha permitido interactuar con nuestros usuarios y aprender más de sus necesidades de información y de sus ámbitos de investigación. A la vez, hemos contribuido a hacerles descubrir fuentes de información y documentos desconocidos para ellos y que se les han hecho imprescindibles.

El profesorado utiliza estos recursos como material de soporte pedagógico, para profundizar en su ámbito de investigación, o para estar mejor informado de los últimos acontecimientos y novedades en información empresarial.

Nuestro compromiso comporta mejorar, perfeccionar y adecuar continuamente los contenidos a las necesidades de información. Ello requiere conocer de cerca las líneas y proyectos de investigación, los ámbitos de *expertise* de la comunidad académica y el programa curricular.

El diseño y la estructura han seguido una evolución encaminada a fidelizar al usuario, aproximando el diseño y el lenguaje a un estilo cada vez más periodístico, destacando la relevancia del contenido, ampliando las imágenes a todas las recomendaciones, y a la vez, añadiendo nuevas prestaciones de consulta del boletín.

El perfil del lector se ha ampliado a colectivos de alumnos de ADE y Derecho, a participantes de programas de postgrado de Derecho, a los programas de *MBA*s, participantes de programas de *Executive Education* y al colectivo de ESADE Alumni.

En estos dos años hemos recibido mensajes de sugerencias, agradecimiento y felicitaciones, pero también ha sido necesario reafirmar su utilidad y justificar y exponer su valor y beneficios. Para el propio equipo del SIC, su evolución y continuidad supone una dificultad entendida como reto: asegurar que siempre ofrecemos información válida, útil y adecuada, mantener el compromiso adquirido con la organización y plantearnos mejoras e innovaciones. El *feed-back* recibido avala el trabajo realizado:

Presentamos algunas de las aportaciones y sugerencias recibidas de profesores e investigadores:

“Tan sólo quería aprovechar para felicitaros por el servicio. Estando acostumbrados a nadar por la inmensidad de la información, tras recibir unos cuantos números de vuestro servicio, quería compartir la alta utilidad que me representa: para estar al día de temas relevantes, para descubrir nueva información y para localizar fuentes de información de interés.”

“Me ha resultado muy útil el ranking, lo tenía pendiente de buscar y habría perdido horas”

“Muchas gracias! Lo encuentro un servicio extremadamente útil, muy *user-friendly*”

“Gracias por el Observatorio. Muy útil para mis clases”

“Me habéis permitido identificar un producto esencial para mi área de interés, y que no conocía”.

7. Retorno de la inversión, beneficios

El “Observatorio” ha conllevado unos beneficios tanto para la organización que lo recibe, como para el servicio que lo elabora.

- Beneficios para la organización: desde el inicio teníamos claro que la iniciativa sólo tendría éxito si ofrecía información útil y necesaria para la comunidad docente e investigadora, contribuyendo a informar y formar a nuestra organización desde el Servicio de Información y Conocimiento, y a hacerla más competente informacionalmente.
 - Ventaja competitiva: los profesores, investigadores y alumnos de ESADE están excelentemente informados de la actualidad económica, empresarial y jurídica más relevante.
 - El usuario recibe información de calidad en un universo informacional muy complejo, que le aporta un ahorro de tiempo de búsqueda muy significativo.
 - Inmediatez en el acceso al documento final desde el correo electrónico: de un solo vistazo, y en un solo click.
 - Producto clave para conocer y rentabilizar la información que contienen las bases de datos de la Biblioteca.
 - La información recomendada en el boletín se convierte en soporte pedagógico.
- Beneficios para el Servicio: las oportunidades y riesgos que detectábamos en el planteamiento inicial del “Observatorio” han producido una serie de beneficios para el Servicio y las unidades que lo integran:
 - Mayor visibilidad del Servicio, de su eficacia y de su capacidad dentro de la organización.
 - El Servicio se consolida como una unidad de referencia en información para la toma de decisiones.

- El boletín se ha convertido en un producto que genera nuevas necesidades de información formalizadas en consultas y peticiones al Servicio.
- Incremento del *networking* del Servicio con el profesorado e investigadores, su *feed-back* contribuye a enfocar las recomendaciones, a enriquecer los contenidos, y en definitiva a mejorar e innovar el producto.
- Retorno de la inversión realizada por la Biblioteca de ESADE en la contratación de las bases de datos, incrementando su difusión y contribuyendo a su conocimiento, uso y rentabilización.

8. Retos de futuro

Los 3 objetivos que nos planteamos en el lanzamiento de los primeros números del “Observatorio” no han perdido vigencia. La evolución del boletín nos ha reafirmado el valor del contenido que se recomienda y transmite. Entre los proyectos de mejora del “Observatorio” nos proponemos:

- Consolidar el “Observatorio” como un producto imprescindible para la organización.
- Garantizar la rigurosidad y calidad del contenido.
- Adaptar y flexibilizar el producto a las necesidades y requerimientos del público al que se dirige.
- Innovar en un nuevo modelo de distribución del boletín.
- Rentabilizar los contenidos recomendados: base de datos del “Observatorio”, buscador.
- Elaborar monográficos sobre las recomendaciones temáticas más consultadas.
- Fomentar la interacción y la comunicación con los usuarios y lectores del boletín: encuestas, *focus groups*.

Notas

- (1) El Servicio de Información y Conocimiento de ESADE <<http://www.esade.edu/sic>> está integrado por la Biblioteca, el Centro de Documentación Europea y el Centro de Información Empresarial, responsable del portal ESADE Guíame!.
- (2) ESADE, que inició sus actividades en 1958, tiene campus en Barcelona, Madrid y Buenos Aires, y goza de acuerdos de colaboración con más de cien universidades y escuelas de negocios de todo el mundo. Cada año, más de 6.000 alumnos participan en los programas de Executive Education y MBA de ESADE Business School, o cursan, en ESADE Facultades Universitarias, licenciaturas, doctorados y programas de posgrado en Derecho y Administración y Dirección de Empresas. De clara vocación internacional, en 2007 ha sido de nuevo reconocida por *The Wall Street Journal* como la escuela de negocios número 1 a nivel internacional. En este momento, ESADE tiene una red de más de 28.000 antiguos alumnos que ocupan puestos de responsabilidad en empresas de los cinco continentes.
- (3) Centro de Documentación Europea de ESADE <<http://www.esade.edu/cde>>.
- (4) Portal ESADE Guíame! <<http://www.esade.edu/guiame>>
- (5) Equipo “Observatorio SIC”: Josep Soler, Coordinador del “Observatorio SIC” y documentalista del portal ESADE Guíame!; Ivet Castells, Documentalista del Centro de Documentación Europea; María José Marimón, Responsable de la Biblioteca – Biblioteca Digital de ESADE; Cristina Català, Directora del Servicio de Información y Conocimiento.

Referencias bibliográficas

1. Bates, Mary Ellen. *The Art of E-Newsletters: Ideas to effectively create and market electronic newsletters*. June 2007. Consultado en: 16-octubre-2007. http://factiva.com/collateral/files/art_of_E-Newsletters.pdf
2. Cornella, Alfons. *Infonomia.com: la gestión inteligente de la información en las organizaciones: versión 1.0*. Bilbao: Deusto, 2002, ISBN [84-234-1957-6].

3. De Saez, Eillen Elliott. *Marketing concepts for libraries and information systems*. London: Facet, 2002, ISBN [1-85604-426-2].
4. Frías, Amparo. "Los servicios personalizados de información de actualidad de los medios de comunicación españoles a través de Internet". En: *BiD: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 2006, diciembre, n. [17]. http://www2.ub.edu/bid/consulta_articulos.php?fichero=17frias2.htm
5. Hendriks, Boyd; Wooler, Ian. "Establishing the return on investment for information and knowledge services: A practical approach to show added value for information and knowledge centres, corporate libraries and documentation centres". En: *Business Information Review*, 2006, Mar., v. [23], n. [1], pp. [13]-[25].
6. Lindsay, Anita Rothwell. *Marketing and public relations practices in college libraries*. Chicago: College Library Information Packet Committee and Research Libraries, 2004, ISBN [0-8389-8295-6].
7. Netydea. *V Estudio sobre las newsletters españolas en Internet*. Mayo 2007. Consultado en: 16-octubre-2007. <http://www.netydea.com>
8. Pantry, Sheila; Griffiths, Peter. *Creating a successful e-information service*. Lanham, Md.: Scarecrow Press, 2003, ISBN [1-85604-442-4].
9. Petruzzelli, Barbara Whitney. *Real-life marketing and promotion strategies in college libraries: connecting with campus and community*. New York: Haworth Information Press, 2005, ISBN [978-0-7890-3158-7].
10. Vicente, Ariadna. "El valor estratégico de la información en Accenture". En: *BiD: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 2004, junio, n. [12]. http://www2.ub.edu/bid/consulta_articulos.php?fichero=17frias2.htm
11. Walters, Suzanne. *Library marketing that works!*. New York: Neal-Schuman, 2004, ISBN [1-55570-473-5].