

LAS ASOCIACIONES PROFESIONALES COMO FUENTES DE INFORMACIÓN

Fernando Lázaro

**Documentalista y Responsable del Dpto. de Documentación
de Atlas Capital Close Brothers Plc**

INTRODUCCIÓN

Estoy seguro que cualquier documentalista en el desarrollo de sus tareas profesionales se ha encontrado con la problemática de localizar información sectorial que le proporcione una visión específica de un determinado sector. Es en este punto cuando nos planteamos donde dirigir nuestros esfuerzos para solventar esta situación y por consiguiente descubrimos la escasa “cultura de información” que existe en nuestro país y la necesidad de iniciar por parte de nosotros, los profesionales de la información, una mayor educación sobre lo importante que es conocer la situación real de las distintas áreas o sectores que conforman la economía española.

Con este artículo pretendo dar a conocer la importancia de las asociaciones profesionales en nuestro país como verdaderos conocedores del entramado sectorial al que se dedican y de la necesidad de plasmar dicho conocimiento, ya no solo para los miembros que conforman las asociaciones, si no para el desarrollo de la cultura de información en España.

PRODUCTORES DE INFORMACIÓN SECTORIAL

Las Fuentes de Información sectoriales en España, entendidas como recursos estratégicos de información para la toma de decisiones económicas, políticas, sociales, etc. No se han caracterizado por una amplia difusión y un fácil acceso.

Esta situación se corresponde por un lado al “ocultismo” de estos datos cuando existen, y/o por otro lado, al desconocimiento total de dicha información sectorial o de mercado.

Generalmente, podemos establecer tres divisiones en los denominados “productores de información sectorial”.

Por un lado nos encontramos con los **Organismos oficiales**, en los que se incluye principalmente Ministerios, Direcciones y Subdirecciones Generales, Ayuntamientos e Instituciones locales, que elaboran estudios de mercado de aquella área o áreas sobre las que tienen competencia, pero que presentan generalmente los siguientes rasgos:

1. Alto grado de obsolescencia, con uno o dos años de retraso en la información que se muestra con respecto al año en curso. Por lo que dicha información carece de “relevancia informativa”.
2. Escasa profundidad en sus contenidos, con reducida capacidad de análisis sobre el tema tratado. Hecho que merma las futuras tomas de decisiones por parte del lector, inversor..., etc.
3. Dificil acceso a dichos documentos, derivado de la escasa publicidad que se les otorga por parte del organismo que los elabora.

Consultoras de mercado, empresas privadas especializadas en el desarrollo de análisis o estudios de mercado.

Entendemos el estudio de mercado como un proceso de recopilación e interpretación de hechos y datos que sirven para la toma adecuada de decisiones, diseño de planes y estrategias reales de negocio. Que permiten finalmente el establecimiento de una política adecuada de mercado.

Una vez aclarado dicho aspecto podemos identificar los siguientes tipos de estudios elaborados por las consultoras de mercados:

1. *Proyectos a medida “Ad-Hoc”*, realizados en función de las necesidades y especificaciones de cada cliente. Se trata de estudios “llave en mano” encargados por una empresa, organismo o particular que le permitirá conocer la situación estratégica de un sector o mercado.
2. *Seguimiento continuado* sobre uno o varios sectores y que se ponen a la venta de forma completa o por partes.

Para el desarrollo de estos trabajos, estas empresas suelen seguir la siguiente metodología:

1. *Búsqueda primaria*: Entrevistas telefónicas o visitas con los “actores” principales de cada mercado analizado: fabricantes, industriales, distribuidores, “opinión leaders”, etc.
2. *Análisis secundario*: selección de información por parte de los analistas, mediante la utilización de diversas fuentes:
 - ?? Prensa especializada.
 - ?? Organismos Oficiales.
 - ?? Ferias, Congresos y Conferencias.
 - ?? Asociaciones Profesionales.
 - ?? Investigación propia.
 - ?? Etc...

Y por último, se encuentran las **Asociaciones profesionales**, únicas fuentes que por su actividad, tienen una producción documental estrictamente especializada en este campo.

Entendemos las asociaciones profesionales como la agrupación de compañías y/o profesionales especializados en una rama de actividad específica y que tienen como principales objetivos:

- ?? Representar y defender los intereses generales de los asociados ante la Administración y las Instituciones públicas y privadas.
- ?? Comunicar e informar a sus asociados de aquellos temas que puedan afectar a sus industrias, mediante la publicación de estudios, estadísticas, etc.
- ?? Punto de referencia para discutir los asuntos que afectan al Sector.
- ?? Promoción exterior de la Industria que representa, para conseguir un aumento de negocio en las empresas.

Generalmente, estas asociaciones suelen gestionarse mediante distintos órganos de gobierno. Como la Asamblea General, donde están representadas todas las empresas asociadas y la Junta Directiva, como órgano permanente de gestión y administración.

En algunas ocasiones y con carácter temporal o permanente, la Junta Directiva puede constituir grupos de trabajo -Comisiones- sobre temas específicos que merecen una atención y un seguimiento especial.

Estas Comisiones, que se reúnen con la periodicidad necesaria para sus fines, están compuestas por especialistas de las propias empresas asociadas y constituyen uno de los instrumentos para la consecución de los objetivos de la Asociación.

Para aquellas asociaciones de ámbito nacional, puede existir la figura de las delegaciones, presentes en cada Comunidad Autónoma y que permite conocer de cerca las características propias de cada una de ellas.

En España se puede identificar, según los últimos datos que se recogen en el Registro Nacional de Asociaciones del Ministerio del Interior, más de 265.000 asociaciones inscritas, entre asociaciones profesionales, federaciones y asociaciones, que cubre todos y cada uno de los sectores de actividad de la economía española.

ASOCIACIONES INSCRITAS

	ACTIVO	DISUELTAS	SUSPENSAS	INSCRITAS
Asociaciones	244.708	8.386	6	253.100
Federaciones	3.130	99	1	3.230
Asociaciones Juveniles	17.924	397	12	18.333
TOTAL	265.762	8.882	19	274.663

Asociaciones inscritas hasta el 21 de Octubre de 2.003

Estas asociaciones son realmente los poseedores del conocimiento de aquel mercado o sector que tratan, plasmando dicha información en algún soporte que permita transmitir este conocimiento. Pero en las mayorías de las veces este conocimiento no queda recogido en ningún documento por lo que se produce una ruptura en la cadena de transmisión de información, con los consiguientes perjuicios para la comunidad que conforma la asociación.

En líneas generales, la agrupación de profesionales es consciente o tienen una idea de la situación en que se encuentra el mercado en el que operan, pero no tienen un conocimiento exacto de elementos fundamentales que podrían potenciar el desarrollo de su sector, así como el desarrollo de medidas o toma de decisiones para solucionar posibles deficiencias.

CONCLUSIONES

En resumen, podemos afirmar que esta escasa participación de las asociaciones profesionales en el desarrollo de la información, se acentúa aun más cuando se trata de sectores económicos con menor impacto en la economía española, por lo que si se pretende un mayor desarrollo y protagonismo en la sociedad de la información sería positivo que dichos productores de información tuvieran el mismo planteamiento que sus homólogos europeos, dando respuesta a aspectos tan clarificadores como:

- ?? Como gestionan el conocimiento?.
- ?? Si disponen de un centro o departamento de investigación o información?.
- ?? Conocimiento de los estudios de Documentación y figura del documentalista
- ?? Realizan algún documento que muestre información sectorial?
- ?? Existe algún tipo de “feedback” con sus miembros: mesas redondas, ferias...