

ARTÍCULOS

Consideraciones generales en torno al valor añadido de la información

Manuela de la Caridad Valdés Abreu¹

Resumen

Se destacan los aspectos teóricos más importantes referidos al valor añadido de la información. Se emiten algunas consideraciones útiles para la preparación y el suministro de productos y servicios de información de valor añadido, sustentadas en la filosofía de la calidad total. Se señalan las posibilidades del correo electrónico para aumentar la accesibilidad de los usuarios a dichos productos y servicios de información.

Descriptores: ACCESO A LA INFORMACION; CORREO ELECTRONICO; CALIDAD TOTAL; PRODUCTOS DE INFORMACION; SERVICIOS DE INFORMACION; VALOR AÑADIDO.

Los conocimientos científicos y su desarrollo constituyen actualmente uno de los factores más importantes en la transformación del mundo contemporáneo. En este empeño, resulta de extraordinaria importancia la explotación del enorme caudal de recursos informacionales existentes para la toma de decisiones en las instituciones. Una decisión informada contribuye, claro está, a un crecimiento y desarrollo seguro de las instituciones y de la economía de un país.

El acceso rápido y eficiente a una información confiable y precisa permite adoptar una posición adecuada a la hora de tomar una decisión para solucionar un problema con un menor costo. Esto sólo es posible si se ha realizado previamente un proceso de análisis de la información, en el cual se haya adicionado un conjunto de valores pertinentes a partir del trabajo intenso que realizan especialistas entrenados en el uso de las técnicas de información.¹

¹ Licenciada en Información Científico-Técnica y Bibliotecología. Red Telemática de Salud en Cuba (INFOMED). Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas.

En otras palabras, se trata de crear, preparar e implementar productos y servicios de información cualitativamente superiores, que satisfagan del todo las necesidades informacionales de los usuarios. Dicha tarea requiere, como es de suponer, del conocimiento previo de las características y necesidades de los consumidores, así como de una capacidad creadora, una agilidad y una novedad acorde con la dinámica del cambio social.

"Crear nuevos productos y servicios de alto valor añadido es uno de los factores que permitirá mantener en lugar destacado a los especialistas en información en el nuevo mundo que se crea".²

En virtud de este enfoque, el éxito depende fundamentalmente del factor humano. Dicho factor es el elemento que crea y suministra los productos y servicios de valor añadido, a la vez, que los evalúa y perfecciona de continuo. Para esto, es necesario que se utilicen de forma racional la tecnología y los recursos disponibles.

El propósito fundamental del presente trabajo es exponer un conjunto de conocimientos necesarios para la preparación y entrega de productos y servicios informacionales innovadores y de alta calidad, a los que se les denomina productos y servicios de "valor añadido".

ASPECTOS TEÓRICOS SOBRE EL VALOR AÑADIDO DE LA INFORMACIÓN

Actualmente "existe un notable incremento del interés por la preparación y el desarrollo de productos y servicios especializados con valor añadido, es decir, de aquéllos que se elaboran o prestan con un alto grado de correspondencia con los atributos de las necesidades informacionales de los usuarios".³

El valor añadido es una construcción social. Aun cuando es una opinión compartida, puede variar en diferentes contextos sociales, económicos, políticos y filosóficos.

El valor de la información depende específicamente del contexto en el que ésta se presente y analice. La misma información puede presentar valores diferentes para personas y momentos distintos.

De acuerdo con esta idea, se afirma que "a la información se le concederá un valor subjetivo en la medida que sea necesaria para un individuo o grupo. Estos individuos, entiéndase usuarios, son capaces de exponer las características de su necesidad al sistema de información, así como el convencimiento de que es aquella y no otra la información que ellos necesitan. De esta forma, el usuario incorpora a su información un valor y, a la vez, contribuye a que el sistema cumpla con más efectividad sus funciones".⁴

A su vez, el sistema añade nuevos valores de importancia capital a la información ofrecida por el usuario. Dichos valores aparecen como resultado del trámite o de la gestión que se realiza en diversos procesos:

Reunir-Organizar-Analizar-Diseminar-Usar

La información resultante ofrece al usuario un caudal de información que sustenta sus acciones.

En los productos y servicios de valor añadido, la información básica se enriquece mediante diferentes procesos con la finalidad de suministrar productos y servicios novedosos, útiles y valiosos a los usuarios.

El suministro de productos y servicios con valor añadido requiere de una mayor

elaboración. Es así que los datos se organizan para suministrar información; que ésta se analiza para brindar un conocimiento informativo; que el conocimiento informativo se evalúa para suministrar un conocimiento productivo y que éste último se somete a diferentes esquemas de decisiones para facilitar la acción consciente y razonada por parte de quienes utilizan la información. Taylor denomina a este proceso como el "espectro de valor añadido".

Cada una de las etapas que se observan en el espectro de valor añadido considera diversos procesos. Para que los datos se conviertan en información se someten previamente por un *proceso de organización* que incluye la señalización, la clasificación y el ordenamiento, entre otras acciones. Para que la información se convierta en conocimiento informativo debe transitar primero por un *proceso de análisis* que comprende la síntesis, la interpretación, la comparación, la validación y la evaluación. Para que el conocimiento informativo se convierta en conocimiento productivo experimentará antes un *proceso de juicio* en el que se evaluarán las ventajas, desventajas y opciones. Por último, para que el conocimiento productivo facilite la acción deberá pasar antes por diversas etapas de un *proceso de decisión*.

El conocimiento informativo tiene la función de informar; es el conocimiento que el usuario utiliza para su consumo personal. Por el contrario, el conocimiento productivo se orienta al estudio y el análisis de las opciones, así como de las ventajas que ofrece la información para sustentar la toma de decisiones.

Con respecto al proceso de transformación del conocimiento informativo en productivo, Robert Taylor señala que éste es un "proceso de juicio y opinión que realiza el usuario final del sistema y que conduce a la toma de decisiones" (Arbesú MA. La bibliografía electrónica, evaluación de un servicio informativo electrónico de valor añadido. [Trabajo de Diploma para op-

tar por el título de Licenciado en Información Científica Técnica y Bibliotecología]. La Habana: Universidad de La Habana. Facultad de Comunicación Social, 1997: 9-14).

Existe un nivel de correspondencia entre el conocimiento que adquiere un individuo y el contexto informacional en el cual debe tomar sus decisiones. Dicha correspondencia es la que determina el valor de su conocimiento.

Por otra parte, cuando se estudia el valor de la información surge un cuestionamiento lógico: *¿Cómo calcular o medir este valor?*

Taylor explica que en el contexto de las ciencias de la información no existe todavía una forma *normalizada* para calcular el valor de la información. Este autor aborda dicha interrogante desde 2 puntos de vista diferentes. Estos son:⁴

- El valor potencial de la información, entendiéndose el contenido cognitivo del mensaje.
- El valor del servicio mediante el cual se entrega el mensaje.

El valor de los productos y servicios de información depende, en gran medida, de la calidad del contenido (relevancia, veracidad, oportunidad, precisión, confiabilidad, orientación al usuario) de la información que ofrecen, de la facilidad para acceder a ella, así como del valor que el sistema de información sea capaz de añadir con la finalidad de suministrar una información útil tanto para el usuario como para la propia institución.

PREPARACIÓN Y REALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE VALOR AÑADIDO

A continuación, se exponen los factores más importantes que intervienen tanto

en la preparación como en el suministro de productos y servicios de información con valor añadido:^{1,3,4-6}

- Existencia de un sistema de información fuerte con objetivos y misiones bien definidos, orientados al usuario.
- Conocimiento profundo de las necesidades de información de los usuarios y del medio en el que desarrollan su actividad.
- Formación profesional y técnica de los especialistas que participan tanto en la preparación como en la entrega de los productos y servicios de información.
- Infraestructura tecnológica y recursos necesarios para satisfacer las especificidades de los productos o de los servicios de información y su accesibilidad a los usuarios.
- Capacidad de modificar y perfeccionar, en forma dinámica, lo que se tiene y considerar el entorno donde se aplica el producto o servicio que ha perdido su valor.
- Revisiones sistemáticas de cada una de las etapas de preparación de los productos o servicios, con el objetivo de asegurar el cumplimiento de los requerimientos del usuario y la calidad que se exige.

ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA CALIDAD TOTAL EN LA PREPARACIÓN Y ENTREGA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE INFORMACIÓN CON VALOR AÑADIDO

El volumen de información que utilizan los sistemas biblioteco-informacionales es tan alto que se impone la introducción de planteamientos cualitativos. "La concepción que aporta la filosofía de la calidad total no establece sólo las bases para mejorar la calidad de la materia prima (la información documental) que poseen los sistemas de información, sino que, además, orienta todo el sistema hacia la consecución

de los productos y servicios de información que necesitan los usuarios".⁷

Se trata de un nuevo enfoque de trabajo, orientado a la incorporación de nuevas técnicas para el logro de la calidad total; a la justificación de los costos; al uso óptimo de los escasos recursos disponibles y a la entrega de productos y servicios de información que respondan plenamente a las necesidades de los usuarios.

"En este contexto, la evaluación de los productos y servicios de información, así como la determinación del grado de satisfacción de los usuarios e incluso de sus expectativas, adquieren una importancia capital" (Lahaba RY. Aplicación de la gestión de la calidad total en algunas unidades de información. [Trabajo de Diploma para optar por el título de Licenciado en Información Científico Técnica y Bibliotecología]. La Habana: Universidad de La Habana. Facultad de Comunicación Social, 1997:14-6).

¿Cómo aplicar esta filosofía tanto en la preparación como en el suministro de productos y servicios de información con valor añadido?

Para actuar bajo la perspectiva de las concepciones de la calidad total, se deben considerar los requerimientos siguientes:^{5,8}

- Se asumirá como objetivo fundamental la satisfacción total de las necesidades de información y de las expectativas de los usuarios.
- Se ajustarán los mecanismos y procedimientos de trabajo a las necesidades y expectativas identificadas para lo cual, si es necesario, se readecuará tanto la preparación como la entrega de los productos y servicios de información.
- Se traducirán los requerimientos del usuario en especificaciones para la preparación y el suministro de los productos y servicios de información, con la finalidad de evaluar la capacidad de respuesta del sistema con respecto a los requerimientos de los usuarios.

- Se establecerá un análisis sistemático e integral de los objetivos de la organización con el propósito de desarrollar un plan de acción que garantice la planificación estratégica.
- Se reclamará el apoyo y la responsabilidad de la máxima dirección de la institución en el suministro de los recursos adecuados; se facilitará el adiestramiento de los equipos de trabajo y se prevenirán las fallas que puedan afectar a los usuarios.
- Se instruirá al equipo de trabajo en el conocimiento de las nuevas tecnologías y procesos para perfeccionar la preparación y entrega tanto de los productos como de los servicios de información.
- Se establecerán controles y acciones preventivas para evitar la insatisfacción del usuario.
- Se evaluará y medirá de forma permanente la calidad; ésta se elevará en los productos y servicios de información de forma sistemática basándose fundamentalmente en la retroalimentación del usuario. Esta orientación hacia su satisfacción tiene como propósito tomar acciones apropiadas para mejorar la calidad de los resultados del sistema.
- Se establecerá una comunicación efectiva con los usuarios que permita escucharlos y mantenerlos informados.
- Se alcanzará el compromiso y la interrelación efectiva en el trabajo de todo el personal del servicio, para lograr la labor en equipo y el mejoramiento continuo.
- Se perfeccionará el proceso de preparación y entrega de los productos y servicios de información con el propósito de aumentar su efectividad y eficiencia sin comprometer la satisfacción de los usuarios.
- Se reducirá significativamente el ciclo de tiempo entre la preparación, la creación del producto/servicio de información y su introducción en la práctica para elevar la efectividad del proceso.

EL CORREO ELECTRÓNICO COMO VÍA PARA FACILITAR EL ACCESO A LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE INFORMACIÓN DE VALOR ANADIDO

Para lograr un producto/servicio de información adecuado, uno de los factores más importantes es maximizar su exposición/accesibilidad. Muchos autores coinciden en que uno de los objetivos básicos de una entidad de información es mejorar la exposición de los recursos informacionales y su accesibilidad a los usuarios.

Lancaster explica: "un objetivo global y razonable, tanto para la biblioteca como para otro tipo de servicio de información, es perfeccionar la accesibilidad de los usuarios a los documentos o a la información. Cualquier servicio de información debe diseñarse para fomentar e incrementar la accesibilidad de los usuarios a aquellos productos que satisfagan sus necesidades de información".⁹

En la práctica, la accesibilidad y la facilidad de uso de los documentos o productos/servicios informacionales que ofrece el sistema, es una característica importante que aporta valor a la información.

En el entorno de las instituciones de información, el correo electrónico ha posibilitado la distribución de diversos productos y servicios informacionales de diferentes tipos, como son la solicitud y el envío de búsquedas bibliográficas especializadas y la localización de artículos científicos.

Esta facilidad de acceso a la información añade valor a los productos que se ofrecen, e incluso permite a los usuarios comunicarse entre sí para intercambiar experiencias de una forma directa.

El correo electrónico se ha convertido actualmente en una vía de comunicación idónea para la transmisión de información. Entre sus ventajas se destacan:

- Flexibilidad de los formatos.
- Facilidad de distribución.

- Alcance.
- Inmediatez.
- Cumplimiento de la periodicidad.
- Ahorro de recursos, que incluye capacidad de memoria en las microcomputadoras.
- Inocuidad para el medio.¹⁰

CONCLUSIONES

- Hoy día la preparación, la creación y el suministro de productos y servicios de información de valor añadido son una necesidad, para aprovechar al máximo los recursos informacionales, tecnológicos, y económicos que se asignen; así como para contribuir a la solución de diversos problemas y a la toma de decisiones por parte de los usuarios a los que la institución atiende.
- La elaboración de productos/servicios de información de valor añadido considera diversos procesos como son la or-

ganización, el análisis, el juicio y la decisión para facilitar la acción de los usuarios.

- En la preparación y entrega de los productos y servicios de información de valor añadido, intervienen diferentes elementos de extraordinaria importancia que permiten garantizar la satisfacción de los requerimientos del usuario y la calidad del servicio.
- Asumir la filosofía de calidad total en la preparación y el suministro de los productos/servicios de información es un factor esencial, dado su objetivo central de obtener resultados con un alto nivel de calidad en todos los aspectos del trabajo. El enfoque al cliente y la satisfacción plena de sus necesidades son elementos fundamentales de su proyección.
- El correo electrónico es una vía rápida de comunicación que facilita la distribución y el uso de los productos/servicios informacionales, con lo cual se añade valor a la información que se ofrece.

Abstract

General Aspects Concerning the Added Value of Information

The most important theoretical aspects concerning the added value of information are pointed out. There is indicated some elements that must be taken into account to work with the perspective of total quality at the moment of preparing and putting at the disposal of users the information products and services with added value. The role performed by the electronic mail as a way to improve access to these products and services is underlined.

Subject headings: ACCESS TO INFORMATION; ELECTRONIC MAIL; TOTAL QUALITY; INFORMATION COMMODITIES; INFORMATION SERVICES; VALUE-ADDED.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Orozco ES, García DI. Del dato a la decisión: la gestión de información en un sector específico. Caso de estudio BIOTEC. *Ciencias de la Información* 1992;23(2):5-7.
2. Gilberga A. El concepto de valor añadido no es claro para muchos comentaristas. *Rev Ind Textil* 1997;(346):6-7.
3. Instituto de la Documentación e Información Científico-Técnica. Sistema Nacional de Información Científica. Clasificador uniforme de servicios científico-técnicos de la actividad científica informativa. La Habana:IDICT, 1989:13-4.
4. Taylor RS. The value of information En: Taylor RS. Value-added processes in information systems. New Jersey: Ablex, 1986:1,2-20.
5. Comité Estatal de Normalización. NC-ISO. 9004-2: Dirección de la calidad y elementos de los sistemas de la calidad. Parte 2. Lineamientos para los servicios.
6. García-Morales EH. Gestión de calidad y sistema de gestión integrada de la documentación. En: Acta de la Jornada Técnica Española de Documentación Automatizada (DOCUMAT'94). Gijón: Universidad de Oviedo, 1995:349-55.
7. Duarte BM. Evaluación, TQM y biblioteca. La calidad total como objetivo estratégico de la gestión bibliotecaria. En: Acta de la Jornada Técnica Española de Documentación Automatizada (DOCUMAT'94) Gijón: Universidad de Oviedo, 1995:279-85.
8. Sistema Nacional de Información de Ciencias Médicas. Departamento de Desarrollo. Manual de normas y procedimientos de la ACI. La Habana: Editorial Ciencias Médicas, 1992.
9. Lancaster FW. Evaluación y medición de los servicios bibliotecarios. México: UNAM, 1983:17-9.
10. Urra González, P. Las redes de computadoras al servicio de la bibliotecología médica. *INFOMED: una experiencia cubana*. *ACIMED* 1995;3(1):6-14.

Recibido: 9 de julio de 1998.

Aprobado: 21 de septiembre de 1998.

Lic. *Manuela de la Caridad Valdés Abreu*. INFOMED: Red Telemática de Salud en Cuba. Calle 27 No. 110 entre M y N. El Vedado, Ciudad de La Habana, Cuba. CP 10400.