

EXTRAÍDO DEL ARTÍCULO “La información en la organización, su gestión y auditoría”

Alejandra Martínez Orencio

Introducción

La información es uno de los activos potencialmente más valiosos que puede tener una empresa. El valor real de esa información depende de cómo es gestionada, del tiempo que se emplea para procesarla y traducirla en el lanzamiento de producto o servicios y de en qué medida se utiliza eficientemente y es cualitativamente mejor que la de las empresas competidoras.

En la época del conocimiento, comunicación y tecnología en la que nos encontramos es de vital importancia contar con los datos y la información correcta, pues ahora más que nunca contamos con tantas fuentes donde obtener información pero hay que saber distinguir entre información útil e información de “relleno”. Desde que el internet se volvió más accesible para el uso del público en general, y el desarrollo veloz de las tecnologías de la información han logrado que el intercambio de información tenga una revolución impresionante; hoy en día se tiene la necesidad de contar con información de manera cada vez más veloz; y además se cuenta con una gran variedad de fuentes de donde podemos obtener información y así mismo existen cada vez más canales por medio de los cuales se transmite cada vez más y más información.

Si bien, esta gran accesibilidad que tenemos para la transmisión y obtención de información a través de nuevas fuentes y canales de información, ha hecho cada día más se tome conciencia del problema que siempre ha existido, más sin embargo se ha vuelto más remarcable sobre la confiabilidad y veracidad que se tiene sobre la información.

Se sabe que una persona bien informada es una persona mejor preparada, para las organizaciones, hoy más que nunca este dicho tiene una importancia vital para contar con una ventaja competitiva en el mercado; ha demostrado que una buena recopilación, interpretación y buen manejo de información significa dentro de las empresas una buena comunicación, mejor entendimiento, mejor rendimiento, mayor crecimiento y por lo tanto mayores ganancias; tanto económicas como de posicionamiento. Por el contrario, una mala información en general generará grandes pérdidas económicas y de prestigio para las empresas.

La información por tanto es un “arma” de gran relevancia dentro de una empresa; el gran reto es saber distinguir entre toda la información que tenemos disponible; que información en realidad nos sirve, que información es veraz y confiable para así poder tomar decisiones con muy buen sustento.

Partiendo de esta situación surge una gran necesidad de realizar una evaluación sobre la información; sus fuentes, sus canales, su relevancia, su uso, si todos estos elementos son los correctos para las decisiones y el funcionamiento de la organización.

Información

La información es un conjunto de datos que al ser procesados de manera ordenada crean un mensaje el cual es transmitido con el objetivo de modificar el conocimiento y la percepción del receptor y por lo tanto tiene una influencia al momento de tomar decisiones.

La información para las empresas es de gran valor, pues como se mencionó en la definición anterior, la información tiene un gran peso al momento de decidir, por tanto una buena información puede lograr ganancias para la empresa, debido a esto la información debe considerarse como un activo para la empresa. El valor de la información estará relacionado con la utilidad que represente para los responsables de la toma de decisiones para el cumplimiento de las metas de la organización.

Un ejemplo sobre el gran valor de la información en una empresa es al momento de querer introducir un nuevo producto al mercado por lo que al realizar un estudio de mercado nos arrojará un pronóstico sobre la aceptación y la demanda del producto, por lo que si se toma en cuenta la información de este pronóstico en el desarrollo del producto, esa información obtenida generará utilidades adicionales a las esperadas.

En algunas ocasiones se puede confundir el concepto de información y comunicación; la diferencia radica en la retroalimentación, si no hay retroalimentación no hay comunicación, la comunicación es una forma de interacción humana y existe cierta interdependencia de elementos; mientras que la información tiene como fin principal aumentar el conocimiento y apoyar en la toma de decisiones.

Dentro de la comunicación existe percepción crea expectativas; mientras que la información nos brinda únicamente conocimiento. Comunicar es transferir información con cierta expectativa, mientras que informar es aumentar el conocimiento.

Algunos de los objetivos de la información son:

- Transmitir toda la información necesaria para la toma de decisiones
- Influir en la actitud de todo el personal de la empresa para que sus objetivos y La información exacta carece de errores. En algunos casos se genera información porque se insertan datos inexactos en el proceso de transformación, lo que comúnmente se conoce como “si entra basura, sale basura”.

La información y la toma de decisiones

La empresa tiene como objeto de su existencia el alcanzar una serie de objetivos. Para alcanzar dichos objetivos es necesario llevar a cabo una serie de acciones. Esta actuación se reduce a meros procesos transformadores de insumos, como resultado de los cuales se obtienen unos productos cuya principal cualidad es la de ser útiles o aptos para otros entes, transformadores o consumidores. Es una característica principal de la gestión de la empresa la del proceso de convertir la información en acción. Se entiende que detrás de toda acción existe una decisión, decisión que tiene que estar basada en el análisis riguroso de una información adecuada. Por tanto, la información aparece como elemento esencial para la toma de decisiones.

La utilidad de la información estará en función del grado de necesidad de dicha información, de su oportunidad respecto al factor tiempo y de que sea más o menos adecuada en su contenido y forma de presentación.