

El valor agregado en los productos/servicios de información

Aisel Fernández Santos

Inés María Infante Pérez

En la práctica, la accesibilidad y facilidad de uso de los documentos o de los productos/ servicios de información ofrecidos por los sistemas de información, es un elemento muy importante en la preparación y realización del sistema en su conjunto pues debe adoptar elementos con valor agregado que satisfagan las necesidades de los usuarios / clientes en el cumplimiento de su misión.

Ahora bien, ¿qué es valor agregado de la información? Según A. Gilberga *el valor agregado, o valor añadido* como también se le conoce, "es una opinión compartida que puede variar en diferentes contextos sociales, económicos, políticos y filosóficos" Taylor plantea que "existe un notable incremento del énfasis en la preparación y desarrollo de productos especializados con valor añadido, es decir, de aquellos que se elaboran en correspondencia entre estos y los atributos (requerimientos) de las necesidades informativas..."

Según Gloria Ponjuán "los consumidores de información (y de los productos y servicios que brindan diferentes unidades), asignan el valor a lo que reciben a partir de criterios que ellos mismos establecen"

Teniendo en cuenta estas consideraciones se puede concluir que el valor agregado de la información depende del contexto en que la información sea presentada y analizada. De esta manera una misma información podrá tener valores diferentes, para personas diferentes y en momentos diferentes.

Se puede afirmar entonces, que a la información se le dará un valor subjetivo en la medida que para el usuario/cliente ésta sea necesaria y que el mismo sea capaz de exponer dicha necesidad al sistema de información en su entorno, facilitándole el conocimiento de que es esa y no otra la información que él necesita.

Desde el punto de vista de C. M. Boissonnas, tenemos que "el valor agregado en bibliotecología puede ser definido y medido en términos de cuánto se mejora el acceso a la información ya sea cuantitativa o cualitativamente".

Teniendo en cuenta lo expuesto se puede afirmar entonces que la sumatoria de cada proceso del ciclo de vida de la información (Fig. 1) genera un valor que es considerado como proveedor de productos necesarios para poder transitar hacia el siguiente proceso.

Taylor explica que en nuestra disciplina no existe todavía una forma normalizada para calcular el valor de la información. En las búsquedas pertinentes realizadas no se halló respuesta concreta a esta inquietud, por ello se coincide con lo expuesto por Taylor. Este autor aborda el aspecto desde dos puntos de vista diferentes:

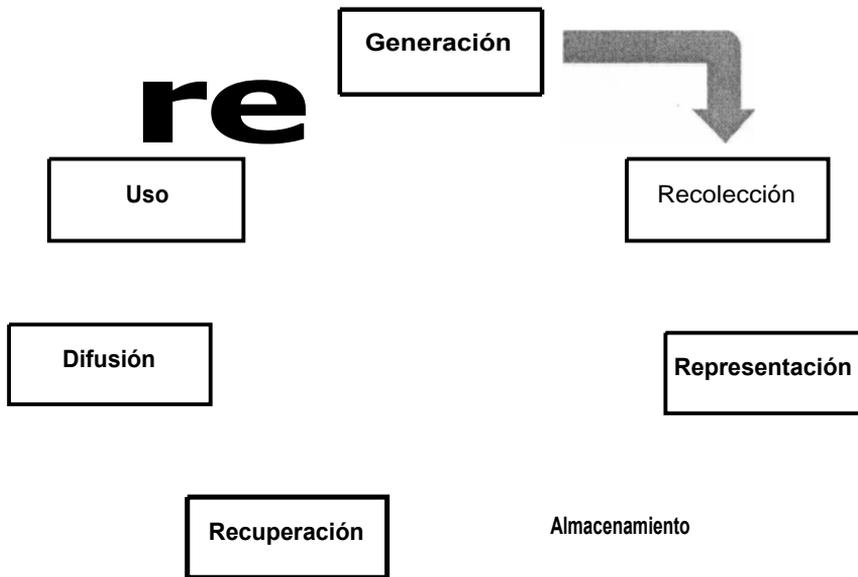


Fig. 1 Ciclo de vida de la información

El sistema como tal le agrega un valor a toda aquella información que 10 trasmite o gerencie a través de procesos de generación, selección, representación, recuperación, distribución y uso, lo cual le permite al usuario/ cliente contar con un caudal de información relevante en la que puede apoyarse para llegar a conclusiones o a la toma de decisiones.

Ahora bien, cuando se profundiza en el valor de la información sobresale un cuestionamiento lógico: ¿Cómo calcular o medir este valor?

1. El valor potencial de la información, entiéndase el contenido cognitivo del mensaje
2. El valor del servicio a través del que se ofrece en el mensaje

Por lo tanto, el valor añadido de los productos/ servicios de información depende en gran medida, de la calidad del contenido de la información que se ofrece, teniendo en cuenta su relevancia, veracidad, precisión y

confiabilidad, sin perder de vista el momento más oportuno en que ésta sea ofrecida al usuario / cliente, así como de la sencillez y facilidad para acceder a la misma incluyendo el propio valor que el sistema de información sea capaz de añadir, con el propósito de lograr una salida de información que tenga cada vez mayor utilidad tanto para el usuario / cliente como para la entidad de información.

Para que un producto / servicio de información tenga mayor valor agregado requiere de un mejor diseño y elaboración, por lo que cada uno de los datos a tener en cuenta deben estar bien relacionados para obtener **información y que ésta sea internalizada con el objetivo de poder ofrecer conocimiento de manera tal que facilite la acción conciente y razonada por parte de aquellos para los cuales se diseñó el mismo.**

De esta forma, en los productos / servicios de información con valor agregado, la información es

enriquecida mediante procesos de análisis que le agregan valor y permiten finalmente ofrecer un producto / servicio con nuevas características que lo hagan más útil y valioso para los usuarios / clientes a los que se destinan.

Este es un cuadro generalizador de la imagen de valor añadido partiendo de datos que pasan a través de varios procesos de transformación para su uso final. Cada uno de esos procesos son actividades de valor añadido.

"Analizando el *"Espectro de valor añadido"* (Fig. 2) planteado por Taylor podemos observar en cada una de las etapas procesos entre los que señala:

1. Proceso de organización, aquí incluye la presentación, señalización, formateo, relación, clasificación, ordenamiento y agrupamiento.
2. Proceso de análisis que incluye la síntesis, interpretación, comparación, validación, evaluación y separación.
3. Proceso de juicio en el que se incluyen las desventajas, ventajas opciones y la presentación.
4. Proceso de decisión que incluye la elección, negociación, compromisos y la unión de objetivos para la toma de decisiones.

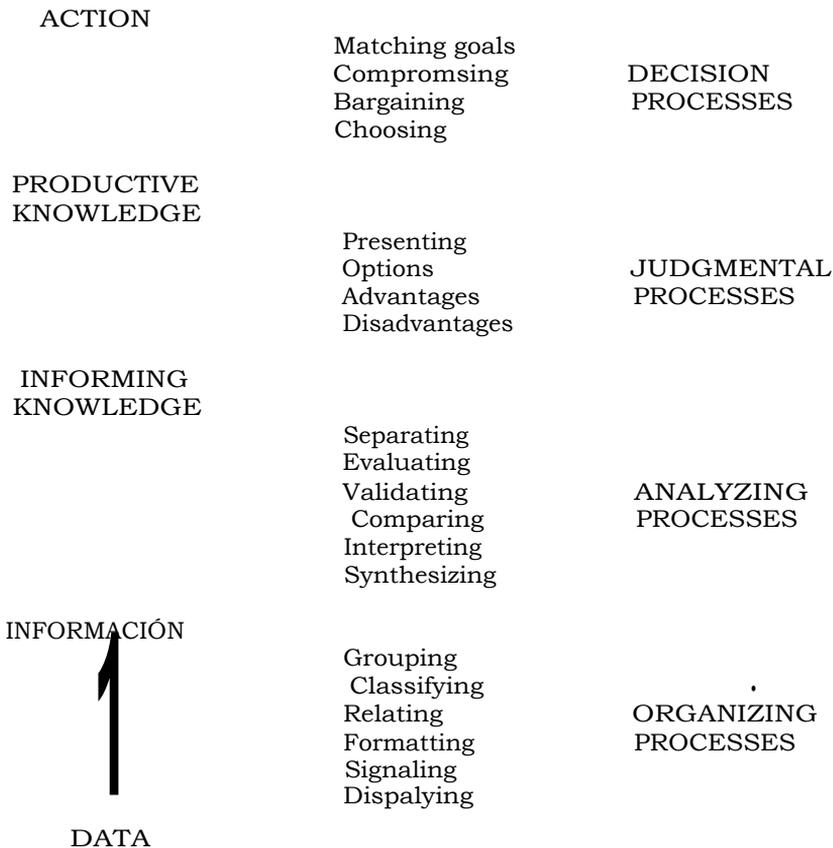


Fig. 2 Espectro de valor añadido

El proceso de transformación del conocimiento informativo en conocimiento productivo es un proceso de juicio y opinión que se realiza por el usuario final del sistema y que conduce a la toma de decisiones, existiendo un nivel de ajuste entre el conocimiento que se adquiere y el contexto informacional en que se desenvuelve el usuario."

Se puede concluir a partir de este enfoque que el conocimiento informativo es el conocimiento que ha sido separado, evaluado, validado, comparado, el usuario / cliente lo utiliza para su consumo personal, es contextual y nutricional, pero no inmediatamente útil, mientras que el conocimiento productivo es un proceso juicioso que está orientado a estudiar y analizar las ventajas y desventajas que ofrece la información y a partir de estas llegar a la toma de decisiones, presentar posibilidades e incluso efectuar muchas funciones analíticas justamente en el momento de la toma de decisiones.

Bibliografía

FERNANDEZ SANTOS, Aisel.

Remed : un producto / servicio de información factográfica en ambiente Web. [Trabajo de Diploma inédito]. Universidad de la Habana, Facultad de Comunicación, Departamento de Información Científico Técnica y Bibliotecología, 2001.

GILBERGA, A.

El concepto de valor añadido no es claro para muchos comentaristas. Revista de industria textil. La Habana, 1997. Vol. 23, núm. 246, p 6 - 11.

PONJUAN DANTE, Gloria.

Gestión de información en las organizaciones : Principios, conceptos y aplicaciones. [SI: s.n., 199-?] 222 p.

OROZCO SILVA, E.

La inteligencia corporativa para la toma de decisiones en las organizaciones modernas. Ciudad de la Habana:PROINFO, 1998.54 p. CONFERENCIA del Curso del diplomado de Servicios.

PAEZ URDANETA, Iraset.

Información para el progreso de América Latina / Iraset Páez Urdaneta. -- Caracas: Congreso de la República, 1990. 231 p.

RODRÍGUEZ PEREZ, Alejandrina.

Nuevos productos y servicios de información con valor añadido a partir del uso del correo electrónico y la noticia científica. [Tesis Diplomado inédita] Ciudad de la Habana: PROINFO, 1999.

SETIEN, Emilio.

Servicios de Información / Emilio Setién. -La Habana: Pueblo y Educación, 1983. -138 p.

TAYLOR, R. S.

The value added processes in information system / RS Taylor. -- New Jersey: Ablex Publishing Co., 1986. 257 p.

VALDEZ ABREU, Manuela de la Caridad.

Consideraciones generales en torno al valor añadido de la información. [en línea] Acimed, 1999, Vol. 17, núm. 1. Disponible en:
http://www.s1d.cu/revistas/aci/vol17_199/aci002199.htm [Consulta: 14 de julio 2000]

(1) Aisel Fernández Santos

Email: aiselfs@ict.uho.edu.cu
Licenciada en Información Científico Técnica y Bibliotecología
Departamento de Desarrollo de Colecciones Electrónicas
Universidad de Holguín. Biblioteca "Benito Juárez" Cuba

(2) Inés María Infante Pérez

Email: infante@ict.uho.edu.cu
Licenciada en Información Científico Técnica y Bibliotecología
Departamento de Procesos Técnicos
Universidad de Holguín. Biblioteca "Benito Juárez" Cuba