



AUDITORIA DE LA INFORMACIÓN

La auditoria de la información es un proceso que permite detectar, controlar y evaluar la información que existe en una organización y los flujos de información que en ésta discurren, el uso que se hace de ella y su adecuación con las necesidades de su personal y con los objetivos de la organización.

Con la auditoria de la información resolveremos en primer lugar la incertidumbre sobre qué información tiene la organización y dónde está situada, lo cual nos ayudará a identificar:

- Duplicidades. Entre unidades de una misma organización muchas veces se crea, mantiene y almacena la misma información de forma independiente.
- Carencias. Del mismo modo que en el caso anterior, en ocasiones no compartir la información hace que detectemos vacíos que pueden perjudicar el correcto funcionamiento de determinadas unidades de negocio dentro de la organización.
- Inconsistencias. Mantener la misma información de modo independiente puede dar lugar a informaciones dispares o contradictorias.

En segundo término la auditoria nos permitirá diagnosticar qué uso se hace de la información y en definitiva la importancia que a ésta se le otorga. Además, esto nos dará la posibilidad de saber quién está usando la información en cada caso y lo que es más importante, para qué, con lo cual podremos detectar aquellos puntos críticos de la cadena de valor en qué el uso de información es esencial. Con la auditoria podremos profundizar en definitiva en la organización, la estructura y la distribución de la información, y lo que es más importante, en el modo en cómo se procesa en cada unidad.

Paralelamente la auditoria nos permitirá detectar los inputs de información de la organización (información que procede del exterior), cómo discurre esta información por la organización y la relación de ésta con la información generada internamente, y finalmente los outputs o información proyectada hacia el entorno y en qué casos este flujo genera retorno.



Además este análisis nos dará la posibilidad de considerar las necesidades concretas de información de los miembros de la organización, así como las de sus proveedores y las de sus clientes. En este sentido, siempre es recomendable desarrollar reuniones colectivas e individuales con los distintos niveles de la organización, con el objetivo de detectar qué necesidades no quedan cubiertas, así como qué requisitos debería cumplir la información y no cubre.

El análisis del comportamiento informacional del personal servirá para reflejar la cultura informacional de la organización y la radiografía de dicha cultura nos ayudará, en último término, a detectar las áreas de mejora. De este modo, otra ventaja de desarrollar la auditoria será la posibilidad que nos dará de analizar hasta que punto la cultura informacional de la organización está alineada con sus objetivos.

Finalmente, la auditoria nos permitirá evaluar los costes y beneficios de la gestión de información que está llevando a cabo la empresa, en función de la adecuación de ésta con los parámetros descritos. Además, al final de ésta también estaremos en condiciones de determinar el valor que se le concede a la información dentro de la organización.

Fases de la auditoria de la información

Existen diferentes metodologías para realizar las auditorias de la información, a nivel general destacamos las siguientes fases:

1. Planificación. Desarrollar de forma clara los objetivos, saber qué queremos conseguir, conocer la organización e identificar a las personas claves en la organización (no a nivel jerárquico, sino funcional). Conocer la envergadura del proyecto y los recursos (envergadura física, de información, humanos, financieros y físico de localización de recursos).

Escoger la metodología:

Colección de datos, análisis de datos, evaluación de datos, presentación de finalidades y recomendaciones y plan de acción para la implementación y recomendaciones. Desarrollar un plan estratégico y de comunicación: antes, durante y después de la auditoria. Alistar la gestión de soportes, desarrollar un plan de negocio, encontrar un forma de fomentar o promover.

2. Colección de datos. Desarrollar una base de datos de recursos de información. Preparación para la colección de datos, cuestionario, entrevistas en grupo e individuales.

3. Análisis de datos, preparación de los datos, métodos de análisis

4. Evaluación de datos, evaluar vacíos y duplicaciones, interpretar el flujo de información, evaluar los problemas, formular recomendaciones, desarrollar un plan de acción para el cambio.



5. Comunicar recomendaciones, escribir el informe, presentaciones orales y seminarios, intranets/extranets corporativos, obtener feedback con participantes y personas claves en el proceso.
6. Implementación de las recomendaciones. Desarrollar un programa de implementación, incorporar los cambios dentro de los planes formales (marketing, negocios y estrategia), desarrollar una estrategia de postimplementación, desarrollar una política de información.
7. Continuar con el seguimiento de la auditoria. Medir y valorar los cambios, planear un ciclo de auditoria de información regular.

Tomado de:
AUDITORIA DE LA INFORMACIÓN, PUNTO DE PARTIDA DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO
Susana Serrano González
Mònica Zapata Lluch