

Internet i l'empresa

Alfredo Fernández Santín

RESUM: *Amb aquest article volem descriure com es veu la xarxa Internet des de dintre l'empresa. La incorporació i la problemàtica d'aquesta xarxa en el sector privat no és gaire diferent a la que es pugui plantejar des d'una universitat o un centre públic. El que sí hi ha és una perspectiva prou diferent quant a necessitats i objectius. Aquestes línies són fruit de l'experiència en una empresa concreta, un laboratori farmacèutic, per la qual cosa hi trobareu alguns exemples reals en aquest camp; reflexions que poden ser útils en altres àmbits empresarials.*

Un entorn diferent

FORMACIÓ

Quan es plantegen les necessitats de formació per a aprofitar una nova eina, com ara Internet, a l'empresa es pateix una certa pressió per a assolir resultats immediats del temps que s'hi dedica. És clar que l'objectiu fonamental de l'empresa és obtenir beneficis i generar noves oportunitats de negoci, en contraposició als objectius d'un centre universitari on el que prima és la generació i transmissió del coneixement. Això no vol dir que dins les empreses no es dediquin esforços a la formació del personal. Tanmateix, la formació no pot ser la principal prioritat i sovint comporta un sobre esforç per part del treballador.

INUNDACIÓ D'INFORMACIÓ I ESPERIT COOPERATIU

Aquesta pressió de què parlàvem, no tan sols afecta la formació (tots diem que navegar és intuïtiu, però oblidem amb facilitat l'esforç necessari per a disposar d'un grapat d'eines realment útils), sinó que de vegades xoca amb la pròpia dinàmica de la xarxa. Així, per exemple, subscriure's a diferents llistes de dis-

tribució, a més de enriquir el nostre cabal de coneixements, mantenir-nos al dia i permetre'ns consultar dubtes amb d'altres col·legues, ens ocupa un cert temps de la nostra jornada. Si parlem de grups de notícies, el panorama encara es fa més fosc, ja que hem d'anar activament a llegir els missatges cada cert temps, i acostuma a ser difícil trobar el moment de fer-ho.

D'altra banda, és ben cert que la inundació d'informació no és un fenomen nou ni exclusiu de la xarxa, però amb Internet s'agreuja perquè, no tan sols s'hi incrementa el cabal d'informació al qual tenim accés, sinó, fonamentalment, pel fet que la relació informació útil/soroll de fons és més baixa que a les fonts d'informació tradicionals com ara les revistes o els llibres.

Un dels aspectes d'Internet que contrasta més amb la mentalitat de l'empresa és la col·laboració desinteressada que es dona, per exemple, a les llistes de distribució i als grups de notícies.

Podem llançar una pregunta a un fòrum electrònic, i que un altre internauta, potser d'una empresa de la competència, dediqui part del seu temps a resoldre'ns el nostre dubte. Això és una cosa que no passa habitualment al món real si les dues empreses o les dues persones no tenen una determinada relació.

Aquest esperit altruista és un dels aspectes que més em van sorprendre quan vaig començar a participar a fòrums electrònics. Recordo amb admiració i una certa perplexitat el cas d'un treballador de la Monsanto, una multinacional del sector químic, que no tan sols llegia religiosament els més de trenta missatges diaris d'una llista de distribució del programa de groupware Lotus Notes, sinó que hi intervenia activament amb tres o quatre missatges per setmana contestant els dubtes de molts principiants, alguns dels quals no havien fet l'esforç de llegir-se el manual corresponent. Sempre m'he preguntat d'on treia el temps; molt probablement llegia la llista des de casa. En el meu cas, em vaig donar de baixa al cap de dos mesos, ja que la lectura de la llista em suposava una dedicació d'una mitja hora diària. Tot i així, considero que l'experiència va ser molt profitosa i vaig descobrir moltes coses que no eren als manuals.

Un altre factor a tenir en compte és la proliferació de nous programes i de noves versions. Així, el cicle de vida de les versions dels navegadors és de poc més de sis mesos, la qual cosa és una bogeria per a qualsevol responsable d'ofimàtica. Per empitjorar les coses, hi ha un grapat d'aplicacions interessants a la xarxa que ens permeten, per exemple, saber quan s'han modificat certes adreces, optimitzar la consulta a diversos motors de cerca a la vegada des d'un únic programa client, editar pàgines web i gestionar servidors web, o visualitzar formats no suportats pels navegadors mitjançant visualitzadors, plug-ins o controls ActiveX. Gairebé tots ofereixen versions de demostració des del web o mitjançant ftp. En realitat aquest és un aspecte molt positiu, ja que facilita la feina de provar nous programes, però, al mateix temps, ens satura de novetats amb

només obrir una revista o navegar pel web. Instal·lar i aprendre a manejar només algunes d'aquestes noves eines suposa també una dedicació important.

CONGESTIÓ, DESPESES DE CONEXIÓ I IMATGE D'INTERNET

La lentitud de la xarxa també suposa un fre important per al seu aprofitament en l'entorn corporatiu. Aquell gràfic que no acaba mai de baixar i que, sovint, no aporta res d'interessant, o aquella connexió telnet que es queda clavada durant més de dos minuts fan que ens adonem de com és d'inapropiat el terme superautopistes de la informació. Personalment, acostumo a tenir una revista a mà quan faig algun procés lent a la xarxa i intento connectar-m'hi aviat al matí per tal evitar la congestió. A nivell empresarial, aquesta lentitud es tradueix en una pèrdua de productivitat i és un factor a tenir molt en compte a l'hora de triar un proveïdor d'Internet. Estalviar diners amb el proveïdor acostuma a ser antieconòmic si considerem el temps perdut en hores de feina d'empleats, de vegades, molt qualificats.

El fet que les empreses s'hagin de pagar les despeses de connexió ha propiciat, en certa manera, que el sector públic hagi anat molt per davant en l'aprofitament d'aquesta xarxa. Recordo que fa dos anys, em van demanar que participés en un seminari sobre Internet i l'empresa, ja que de tots els professors d'Internet que hi havia, cap treballava en una empresa privada. Ara, això mateix ja no passaria.

Un altre aspecte preocupant és el tractament que fan d'Internet els mitjans de comunicació, destacant els aspectes més noticiables i sovint més escabrosos de la xarxa, com la seva utilització per les xarxes de blanqueig de diners, la venda de nadons, la pornografia infantil, les activitats terroristes, etc. També s'han donat casos de treballadors acomiadats per fer servir la connexió de la seva empresa a Internet per a accedir a imatges pornogràfiques. Com que Internet està de moda, tots aquests fets que, per desgràcia, també succeeixen a diari al món físic, es converteixen en notícia només pel fet que s'esdevenen a través d'un medi diferent.

Per què val la pena Internet?

Amb aquest panorama intencionadament negre que hem dibuixat ens podem preguntar: i, per què Internet a l'empresa? Per què les multinacionals de tot el món estan volcades a donar accés a Internet i a crear xarxes d'informació interna fent servir els mateixos protocols que Internet (intranet)? Si coneixeu la

xarxa, la resposta és ben clara. Perquè malgrat tots els problemes que hem comentat, hi ha un munt d'aspectes positius.

Pel que fa a la comunicació, Internet permet reduir les despeses telefòniques. Actualment el correu electrònic ja fa de substitut del fax i del correu. En un futur immediat, possiblement tots parlarem per telèfon via Internet i farem servir els serveis de videoconferència d'una forma habitual, evitant-nos molts desplaçaments per a fer reunions, assistir a cursos, etc.

A part d'abaratir els costos de comunicació, personalment, considero encara més important l'ergonomia que suposa la utilització, per exemple, del correu electrònic amb missatges reeditables, redistribuïbles, fàcils de buscar i que, en conseqüència, no requereixen cap arxiu físic. Aquesta ergonomia del món digital està molt ben recollida en el famós llibre *Being Digital* de Nicholas Negroponte.

Pel que fa a la informació, el web s'ha convertit en la plataforma ideal per a donar a conèixer la nostra empresa i, en alguns casos, fins i tot fer negoci. Tot això, a uns costos molt inferiors als de les alternatives tradicionals.

El que és potser més important és el fet de tenir al nostre abast d'una forma immediata un volum d'informació que seria impensable pocs anys enrere. I no tan sols això, amb l'aparició del web hem aconseguit una certa universalització als mitjans d'accés a la informació. Un cas paradigmàtic és el dels catàlegs de les biblioteques, que estaven disponibles a Internet a través de connexions telnet, mitjançant una interface textual ben poc amigable i diferent, en molts casos, entre diferents catàlegs. Ara podem consultar algunes d'aquestes eines d'una forma molt més intuïtiva mitjançant formularis web, fent possible que molta més gent tregui profit de la informació que contenen.

Un altre exemple podria ser el de les bases de dades d'informació de vols i els webs de les cadenes d'hotels. Aquestes dues eines s'han incorporat definitivament a la feina diària dels departaments de viatges de les empreses, ja que eviten fer moltes trucades telefòniques i estalvien temps. En menys de cinc minuts podem explorar la disponibilitat d'habitacions en una localitat determinada a diverses xarxes d'hotels, i així poder decidir, per exemple, la seu d'un congrés. Tot això a preu de trucada local.

Els departaments de compres de les empreses també es beneficien de la consulta via web dels catàlegs dels proveïdors. Amb això s'asseguren que el catàleg està actualitzat quant a preus i disponibilitat de productes.

A nivell tècnic també ens hem trobat amb sorpreses. Recordo que vam fer un seguiment del desenvolupament d'un producte per part d'una empresa nord-americana. Havíem localitzat mitjançant un conjunt de bases de dades mèdiques (a Data-star, un distribuïdor especialitzat en medicina) totes les publicacions que havien fet sobre aquest tema. Per arrodonir la cerca, vam

consultar el web d'aquesta empresa i vam quedar sorpresos de trobar uns quants resums presentats a reunions científiques que no s'havien trobat a les bases de dades comercials. A més a més, només fent clic accedies al resum sense haver de demanar fotocòpies a una biblioteca que disposés de les actes de la reunió. Encara més, vam trobar informació tècnica sobre la formulació del producte que empraven que no estava publicada enlloc i que va ser molt útil ja que nosaltres estàvem desenvolupant un producte similar. Actualment, fem un seguiment d'aquest web, ja que els comunicats de premsa que difon l'empresa a través d'Internet són una bona font d'informació per a nosaltres.

El fet que aquesta empresa donés tanta informació a través d'Internet no és habitual en el món farmacèutic. Possiblement això passa perquè es tracta d'una empresa relativament jove que necessita engrescar els inversors amb els seus projectes i perquè aquests constitueixen la part més important del seu actiu.

Com introduir la utilització d'Internet a l'empresa?

PER ON COMENCEM?

Alguns autors, com l'Alfons Cornella, creuen que el primer que cal introduir és l'ús del correu electrònic. Aquesta és una bona opció ja que es tracta d'una eina fàcil d'aprendre i extraordinàriament útil.

Pel que fa al correu electrònic, sempre m'ha semblat curiosa la confusió d'algunes persones que no havien tingut contacte amb Internet. Des de fa molt de temps, el departament de documentació té una adreça de correu electrònic i el raonament que ens feien era el següent: "Si tenim una adreça de correu, a partir d'aquesta adreça tota l'empresa podrà enviar i rebre missatges". La confusió ve del fet que se suposava que el correu electrònic funcionava com el fax, amb el qual tota l'empresa podia compartir un únic aparell. De vegades costava d'entendre que quan s'envia un fax, el remitent té molt clar que l'està adreçant a un número de telèfon que comparteixen tots els treballadors i que, en conseqüència, s'ha d'especificar el nom del destinatari del missatge, a diferència del correu electrònic on se suposa que una adreça és una persona, o com a molt un departament, i no cal especificar a qui va adreçat el missatge. El mot "adreça" en té part de culpa, ja que podem enviar i rebre missatges a diversos destinataris des d'una mateixa adreça física (un número d'un carrer d'una determinada població).

Una vegada introduït el correu electrònic, el següent pas és assolir una certa formació per a fer servir altres protocols, fonamentalment el web, ja que és l'eina més útil i més intuïtiva. És necessari explicar, entre altres coses, l'ús dels

índexos i dels motors de cerca o buscadors. A la nostra empresa hem engegat fa poc un programa de formació de vuit hores amb el qual pretenem donar uns coneixements mínims perquè tothom que ho necessiti pugui treure profit d'aquesta xarxa.

Tot i això, la realitat acostuma a ser ben diferent, i els treballadors demanen la seva connexió a Internet per a consultar un determinat web.

També és molt important fer una selecció, preferiblement en forma de pàgines web, dels recursos més rellevants per al sector d'activitat de l'empresa. Així aconseguirem que els usuaris no hagin de començar des de zero i que des del primer dia tinguin eines útils al seu abast. La creació d'aquest conjunt de pàgines web pot requerir moltes hores i un manteniment continu. Tot i això crec que val la pena, sense cap mena de dubte. En el nostre cas hem fet un conjunt de pàgines amb recursos d'interès per al món farmacèutic i quan s'instal·la un navegador amb un usuari, es configura com a pàgina inicial el nostre directori de recursos. Aquest directori s'actualitza periòdicament incorporant els canvis i les noves adreces.

QUI HI HA DE TENIR ACCÉS?

Una altra confusió que va sorgir al començament va ser creure que Internet era una eina més del departament de documentació i que, de la mateixa manera que només aquest departament tenia accés als distribuïdors de bases de dades en línia, Internet havia de ser una eina restringida a informàtica i a documentació. El temps ha anat fent entendre que, tot i que aquests departaments necessiten fer servir Internet d'una forma intensiva i hi han de jugar un paper clau, no se n'ha de limitar l'accés a la resta de treballadors. Tanmateix, tampoc no em sembla raonable engegar una creuada perquè tots els treballadors s'hagin de convertir forçosament en experts navegants. Com és habitual, la situació òptima està entre els extrems.

Tot i això, les pors de l'empresa a donar accés a tots els treballadors són comprensibles per molts dels factors que ja hem comentat a l'inici de l'article.

A la nostra empresa hem optat perquè hi hagi un lloc de consulta a la biblioteca perquè els departaments que encara no hagin demanat la connexió puguin provar la utilitat d'aquesta eina.

QUAN HEM DE FER SERVIR INTERNET

Crec que la idea clau és que Internet ha de ser una eina que millori la nostra

feina i que l'hem de fer servir allà on sigui una eina realment productiva en comparació amb les altres opcions.

Per exemple, quan hem de localitzar informació sobre un determinat congrés, si els organitzadors han posat informació a la xarxa, cosa que cada dia és més freqüent, Internet pot ser la millor eina, i amb diferència. Així, hi podem trobar el programa del congrés en menys de cinc minuts i a un cost realment insignificant. Les alternatives a Internet en aquest cas poden ser localitzar el congrés en una base de dades comercial i després contactar per fax o per telèfon amb els organitzadors (si sabem qui organitza el congrés podem prescindir del primer pas). Després de contactar amb ells, els organitzadors ens enviaran el programa, normalment per correu, amb la qual cosa haurem perdut una certa immediatesa.

El mateix succeeix si volem obtenir qualsevol altre document que estigui disponible a Internet, com les recomanacions d'un determinat organisme internacional, etc. De fet, al sector farmacèutic les recomanacions d'institucions internacionals de com fer el desenvolupament d'un fàrmac es difonen preferentment a través d'Internet. Aquestes recomanacions van ser una de les primeres eines útils al nostre sector amb webs com el de la Food and Drug Administration (FDA), l'Agència Europea d'Avaluació de Medicaments o la International Conference on Harmonization (ICH).

D'altra banda, si hem de fer una cerca exhaustiva en medicina, és millor fer servir els distribuïdors de bases de dades en línia, consultar diferents bases de dades i eliminar els duplicats, que fer servir una versió gratuïta de Medline, potser mal documentada, lenta i sense els avantatges de les versions comercials d'aquesta base de dades. Si el que volem és fer una prova o trobar informació, encara que no sigui de forma exhaustiva, la consulta de bases de dades gratuïtes pot ser una opció prou vàlida.

Des de l'empresa privada, crec que encertadament, es valora més el temps dels treballadors que el preu de les fonts d'informació que consulten. Recordo que quan estava començant la tesina a la facultat necessitava obtenir dos articles fonamentals per al meu projecte, i aquests van trigar dos mesos a arribar. Afortunadament, això no acostuma a passar a les empreses, ja que es disposa de més mitjans i les prioritats són més clares.

També com a conseqüència del bombardeig dels mitjans de comunicació, els usuaris del departament veuen la xarxa com la font d'informació definitiva on es troba absolutament tot i d'una forma fàcil. Així, quan plantegen una consulta poc habitual per a ells (les consultes típiques ja saben que es resolen consultant bases de dades comercials), acostumen a afegir frases com "Això es podria trobar a Internet?". Alguns gairebé no et creuen quan els dius que això no és a la xarxa. Comencen a entendre-ho quan els comentes que molts recur-

sos a Internet són gratuïts, i que ningú no faria un esforç tan gran sense obtenir-ne guanys.

PRESENCIA DE L'EMPRESA A LA XARXA

Una vegada s'ha assolit una certa experiència com a usuari d'altres webs, els treballadors tenen una idea més clara de quin tipus d'informació sobre l'empresa cal incloure al web corporatiu i quins tipus de projectes externs val la pena patrocinar. Al començament venien moltes empreses a vendre projectes Internet i trobaven interlocutors que no entenien del tot el que els estaven oferint. A la nostra empresa vam preferir donar informació útil a l'usuari (value for free) que fer una freda web corporativa. Així, patrocinem un directori de recursos sobre nefrologia, amb adreces seleccionades i avaluades, que serveix com a punt de partida als especialistes en aquest camp per a l'exploració de la xarxa. Això enllaça amb una estratègia comercial de potenciació de productes líder en aquest camp. De fet, és ara quan estem creant les pàgines d'informació sobre la nostra empresa, pensant sobretot en els possibles socis en acords de llicències. Això és així, perquè pensem que si aquests possibles socis no troben informació sobre nosaltres a Internet, donarem una imatge molt pobre.

Conclusions

La incorporació d'Internet a l'empresa comporta una sèrie d'avantatges clars i suposa la introducció d'una eina eficaç. Al mateix temps, hem de ser conscients de les limitacions de la xarxa i no esperar més d'allò que realment hi ha. És un procés que cal engegar o potenciar com abans millor, però d'una forma realista, marcant-se una sèrie d'objectius concrets i tenint en compte les necessitats de formació de personal i els mitjans tècnics necessaris.

Nota: Encara que pugui deduir-se el contrari d'aquest article, la incorporació d'Internet a la nostra empresa encara és un projecte en marxa, tot i que ja hem fet part del camí.