

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO 1: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	15
1.1. Definición del problema	15
1.2. Objetivos	16
1.2.1 Objetivo general	16
1.2.2 Objetivos Específicos	16
1.3 Estado del arte de la administración de la información en las empresas	17
1.4 Premisas sobre las que se basa este proyecto	17
CAPÍTULO 2: REFERENTES CONCEPTUALES	19
2.1. Organización	19
2.2. Administración	20
2.2.1. Planeación de recursos	21
2.2.2. Organización como función administrativa	22
2.2.3. Control	23
2.2.4. Dirección	23
2.2.5. Integración	24
2.3. Información (Concepto Genérico)	27

2.3.1. Datos	28
2.3.2. Capta	28
2.3.3. Información (Concepto Específico)	29
2.3.4. Conocimiento	30
2.3.4.1. La dimensión Epistemológica del conocimiento	30
2.3.4.2. Creación de conocimiento organizacional	31
2.4. Recurso e insumo organizacional	33
2.5. Organización basada en información	35
2.6. La información como recurso estratégico	37
2.6.1. Información como recurso competitivo	39
2.6.1.1. Caso ejemplo – La información como recurso competitivo	40
2.7. Gestión de la información	41
2.7.1 El modelo de la información critica	45
2.8. Importancia de la información en las organizaciones	49
2.8.1. Modelo de Itami (1987)	49
2.8.2. Modelo de Rowley	51
CAPÍTULO 3: METOLOGÍA Y RESULTADO DE LA ENCUESTA	55
3.1 Marco de referencia de la encuesta	55
3.1.1 Objetivos	55
3.1.2 Generalidades	55
3.1.3 Empresas que participaron en la realización de la encuesta	57
3.1.4 Tipos de preguntas de la encuesta	64

3.1.5 Metodología de diligenciamiento	64
3.1.6 Duración promedio de diligenciamiento de la encuesta	64
3.1.7 Dificultades encontradas durante el proceso de ejecución y análisis de la encuesta	64
3.2 Análisis Univariable	66
3.3 Análisis de resultados	88
CAPÍTULO 4: MARCO DE REFERENCIA PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN COMO RECURSO ESTRATÉGICO EN LAS ORGANIZACIONES.	98
4.1. La organización informada	98
4.2. Indicadores	100
4.2.1. Indicadores de valoración de la información y de los sistemas de información a nivel externo (entorno).	100
4.2.1.1 Activos de mercado	100
4.2.1.2 Clientela de la empresa	100
4.2.2 Indicadores de valoración de la información y de los sistemas de información a nivel interno (procesos al interior de la organización).	101
4.2.2.1 La implementación de los sistemas de información	101
4.2.2.2 Investigación y desarrollo	101
4.2.2.3 Conocimientos y habilidades de los empleados	101
4.3. La información es poder siempre y cuando la comparta “inteligentemente” (redes de informacion)	102

4.4. Gerente de la información	103
4.5. Propuesta marco de referencia para la administración de la información en las organizaciones de desarrollo de software de medellín y del área metropolitana.	107
4.5.1. Planificación de la información	107
4.5.2. Organización de la información	109
4.5.3. Control de la información	110
4.5.4. Dirección de la información	111
4.5.5. Integración de la información	112
4.5.6. Modelo de ponderación de administración de la información	113
TRABAJO FUTURO	120
CONCLUSIONES	122
BIBLIOGRAFIA	125
ANEXOS	

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1. Definiciones función planificación.....</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 2: Comparación entre conocimiento Tácito y Explícito.....</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 3: Rol de la información en cada uno de los ámbitos de estudio del modelo Rowley.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 4. Empresas de Desarrollo de Software.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 5. Análisis Univariable.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 6. Promedio de la importancia de formalizar las funciones administrativas.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 7: Modelo de ponderación.....</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 8: Modelo de ponderación, ejemplo.....</i>	<i>113</i>

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1: Dato, capta, información, conocimiento.....</i>	<i>33</i>
<i>Figura 2: Pirámide Informacional.....</i>	<i>36</i>
<i>Figura 3: Información como recurso competitivo.....</i>	<i>39</i>
<i>Figura 4: Aplicación del modelo de los actores críticos de éxito a la determinación de la información de una empresa.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 5: Conflicto entre la información necesitada, deseada y recibida por los directivos.....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 6: Filtrado de la información desechable o <<sobreinformación>> que entra en una empresa.....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 7: Importancia de la información en las organizaciones.....</i>	<i>50</i>
<i>Figura 8: Modelo de Rowley (1987).....</i>	<i>54</i>
<i>Figura 9: Importancia promedio de formalizar las funciones administrativas dentro de las empresas.....</i>	<i>90</i>
<i>Figura 10: Importancia promedio de formalizar las funciones administrativas dentro de las empresas.....</i>	<i>90</i>

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1: Carta de presentación de la encuesta enviada a las empresas de desarrollo de software.

Anexo 2: Encuesta

Anexo 3: Encuesta 1 diligenciada.

Anexo 4: Encuesta 2 diligenciada.

Anexo 5: Carta Viabilidad del Marco de Referencia enviada por Elkin Medina gerente de MVM.

Anexo 6: Carta Viabilidad del Marco de Referencia enviada por Carlos Andrés Jaramillo gerente de Cognox.

Anexo 7: Carta Viabilidad del Marco de Referencia enviada por Juan José Mejía gerente de ilimitada s.a.

RESUMEN

En los nuevos modelos de negocio la administración de la información adquiere cada día más importancia dentro de la dinámica de desarrollo de la estrategia organizativa, convirtiéndose en una tarea imprescindible y necesaria en muchos ámbitos profesionales que permite dotar a la compañía de una gran flexibilidad y capacidad de respuesta para su potencial competitivo y donde la información adecuadamente gestionada se convierte en un recurso vital para la supervivencia y actividad económica de la organización.

Este capítulo busca presentar un marco referencial de administración de la información como un recurso estratégico para las empresas de desarrollo de software de Medellín, su interacción con los diferentes recursos e insumos organizacionales, los elementos que se incluyen en este proceso y sus responsables, para finalmente presentar una definición clara y precisa de la información como recurso dentro de estas organizaciones, que incluya una forma de cómo las organizaciones empresariales deberían administrar (controlar, organizar, integrar, planear, dirigir) la información, con el objetivo de generar una auto reflexión hacia el punto de que se planteen estrategias y acciones dirigidas hacia minimizar las pérdidas (costos de oportunidad, gastos) en que incurren por no valorar la información como recurso estratégico dentro de la compañía.