

El correo electrónico en las Pymes para la comunicación y gestión del conocimiento

70



Angel Luis Meroño Cerdán
Departamento de Organización Empresas y Finanzas
Universidad de Murcia



angelmer@um.es

La irrupción de la Sociedad de la Información se debe en gran medida al desarrollo de los medios de tratamiento de información y de comunicación, la aldea global es posible a partir de la conexión entre individuos e instituciones. En el apartado tecnológico destaca sobremanera la aparición del ordenador personal en los años 80, y la popularización de internet en los 90. La presente década tiene entre sus principales desafíos la adopción empresarial de planteamientos de negocio electrónico y la gestión del conocimiento. En ambos casos, se han desarrollado tecnologías sofisticadas con dichas finalidades. Sin embargo, el correo electrónico puede desempeñar un importante papel en estos ámbitos, especialmente en las pymes. No obstante, su uso inapropiado puede ocasionar importantes pérdidas de productividad e incluso en la imagen y en la seguridad de la empresa.

Este trabajo pretende reflexionar sobre el uso empresarial del email. La tradición investigadora ha tenido como objetivo conocer los factores que conducen a la implantación y difusión del email en las organizaciones (Romm y Pliskin, 1999). Las primeras preocupaciones se centraban en los factores

RESUMEN DEL ARTÍCULO

Aun existiendo tecnologías más sofisticadas, el email resulta una tecnología esencial para el funcionamiento de las empresas, especialmente en las numerosas pymes donde es el único medio disponible de comunicación electrónica. Su facilidad y versatilidad explican su uso tan extendido, pero a la vez lo convierte en una herramienta que precisa de una política de uso para potenciar sus beneficios. Dicha política comprendería regular sus usos profesionales, el cumplimiento de la legislación y su empleo como herramienta de gestión del conocimiento.

EXECUTIVE SUMMARY

Email is an essential technology for businesses, especially for SMEs for which email is often the only mean of electronic communication available. Widespread use of email is due to its easiness and versatility. Though, these features demand a policy of use to take full advantage of its benefits. Such email policy of use should include regulation over its professional use, legal compliance and its use as a knowledge management tool.



EL CORREO ELECTRÓNICO EN LAS PYMES PARA LA COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

72

*El bajo coste,
facilidad de uso
y amplia
difusión
convierten al
correo
electrónico en
herramienta
fundamental de
la comunicación*

tecnológicos tratando de conseguir una tecnología amistosa, accesible, fiable y flexible. Una vez conseguida, la atención se centró en las variables no tecnológicas. Una contribución con especial relevancia es la Teoría de la Riqueza formulada por Daft y Lengel (1986) que analiza y clasifica el empleo de una serie de medios de comunicación según su "riqueza". La riqueza se refiere a la habilidad del medio para transmitir información que pueda cambiar el entendimiento, superar diferentes marcos conceptuales de referencia o clarificar cuestiones ambiguas de manera adecuada desde la perspectiva del tiempo. El correo electrónico se encuadra dentro de los medios más pobres (Zmud et al., 1990); los primeros lugares los ocupan las comunicaciones personales y los de transmisión de voz. Sin embargo, existe cierta controversia ya que otros autores sitúan al email como medio de comunicación rico (Lee, 1994), puesto que la riqueza de un medio no es una propiedad inherente sino que es una propiedad emergente de la interacción del medio con su contexto organizacional. En este trabajo adoptamos esta postura. La idoneidad y rentabilidad del empleo de una herramienta tan difundida y versátil como el email depende de los planteamientos intencionados que hagan las empresas, es decir, de sus políticas de empleo del email.

Para comprender las posibilidades del email, en primer lugar se ofrecerán datos sobre su uso. Posteriormente, se analizan genéricamente los beneficios del email y también sus inconvenientes. La consideración de dos contextos concretos de uso como son la comunicación y la gestión del conocimiento, permite delimitar el verdadero papel que el email puede desempeñar en los resultados de la empresa.

Presencia empresarial del email

Las posibilidades técnicas del email explican su facilidad y extenso uso. El email se ha convertido en una herramienta muy presente en las empresas y también en un medio muy apreciado por los empleados. Según datos de la encuesta realizada por Harris Interactive durante 2003 sobre tecnologías en el trabajo, el email es la tecnología favorita seguida del teléfono móvil, los portátiles, el teléfono, el procesador de textos, la hoja de cálculo, el fax y otros.

La "Encuesta de uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC) y comercio electrónico", realizada por el INE, ofrece para 2003 información sobre el uso de las principales tecnologías relacionadas con Internet. Teniendo en cuenta que considera las empresas con un mínimo de 10 empleados, prácticamente todas se encuentran informatizadas (96,5%). Centrándonos en el uso de tecnologías de comunicación electrónica, en la Figura 1 se muestra esta información desagregada por tamaños. El email es la herramienta más extendida, un 83,7% de las empresas disponen de

correo corporativo. El uso del resto de tecnologías es más limitado, un 45,5% dispone de sitio web; siendo todavía inferior la disponibilidad de una herramienta de comunicación interna como es intranet (un 32,6%), y la extensión de intranet a agentes externos de la empresa, sólo un 16,9% cuenta con extranet que, sin embargo, supone la tasa de variación más importante: un 38,1% más respecto a cifras de 2002. Particularmente en el uso de estas tecnologías es donde las diferencias crecen según la dimensión de las empresas. Todo este razonamiento se acentúa si se consideran las microempresas, aquellas que cuentan con 1 a 9 empleados, las cuales representan el 94% de las empresas y casi la mitad de los empleados por cuenta ajena. Según el informe de red.es "La microempresa española en la Sociedad de la Información 2004", el 61% de las microempresas cuentan con conexión a Internet, el 39,5% disponen de correo electrónico y un 18% tiene sitio web.

PALABRAS CLAVE

email, tecnologías colaborativas, gestión del conocimiento, pyme

KEY WORDS

email, colaboration technologies, knowledge management, SME

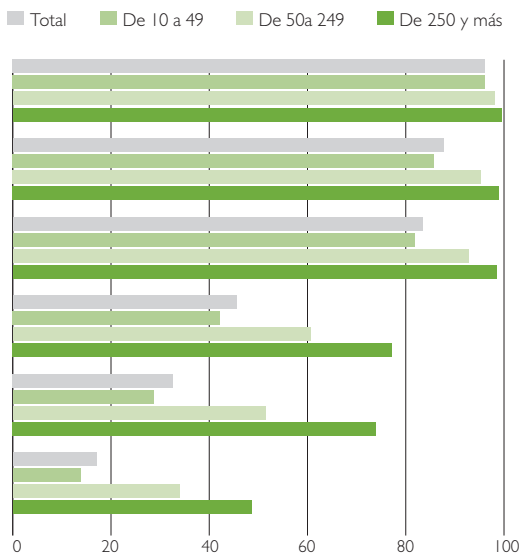
Tecnologías colaborativas en las organizaciones

Para valorar los beneficios y problemas del email es preciso referirnos en primera instancia al análisis de las tecnologías colaborativas que es donde se encuadran. Son varias las denominaciones empleadas para hacer referencia a las tecnologías de la información y comunicación que permiten la colaboración: groupware, comunicaciones basadas en el ordenador, sistemas de apoyo a grupos y más recientemente sistemas de gestión del conocimiento. De hecho la emergencia de la Gestión del Conocimiento se debe en gran medida al desarrollo de estas tecnologías.

Con el fin de mejorar el conocimiento de estas herramientas y decidir sobre su empleo, en la Tabla 1 presentamos una clasificación de tecnologías colaborativas compuesta por dos categorías: sistemas orientados a facilitar el intercambio de información o "sistemas de comunicación electrónicos" y sistemas que estructuran y canalizan el trabajo en grupo tanto en los procesos de trabajo como en las decisiones o "sistemas de trabajo en grupo". La finalidad de los primeros es facilitar la relación entre individuos o instituciones, por ejemplo, entre empleados o con clientes; en el caso de los segundos, la finalidad es la integración de la información en procesos de trabajo previamente definidos, como pueden ser los flujos de trabajos automatizados.

Figura 1

Tecnologías de negocio electrónico en las empresas españolas según tamaño. 2003. **Porcentaje.**



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la encuesta de TIC y comercio electrónico.

EL CORREO ELECTRÓNICO EN LAS PYMES PARA LA COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

A diferencia de las tecnologías clásicas que parten de la automatización de procesos de negocio e incluso de los sistemas de trabajo en grupo, los sistemas de comunicación electrónicos, donde se incluye el email, afectan a los procesos de comunicación, por tanto, su éxito depende en gran medida del interés de los usuarios en compartir su información o conocimiento, y del nivel de explotación de las posibilidades que ofrecen estas tecnologías. La flexibilidad de las tecnologías colaborativas propicia que sea el grupo en última instancia quien defina su uso. Por esta razón, se puede pensar que dentro de los propios SCE se produzcan usos puramente relacionados con el intercambio de información y otros más dirigidos a apoyar el trabajo del grupo en el sentido de procesos o toma de decisión conjunta. Así, se produce cierta permeabilidad en la ubicación de estos sistemas.

74

Tabla I. **Clasificación de tecnologías colaborativas**

	SISTEMAS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS (SCE)	SISTEMAS DE TRABAJO EN GRUPO (STG)
Concepto	Permiten intercambio de información, documentos, opiniones, etc. Son herramientas de apoyo.	El trabajo se realiza a través del sistema
Finalidad	Relación	Integración
Aplicaciones	Correo electrónico Foros de discusión Repositorios Páginas amarillas de expertos	Workflow Gestión proyectos Bases de datos compartidas Toma de decisión en Grupo

Elaboración propia.

La explicación a este fenómeno se puede encontrar en el modelo estructural de la tecnología. Frente al imperativo tecnológico que presupone comportamientos y resultados previsibles derivados de la tecnología, emerge el modelo estructural. La Tecnología se construye socialmente por actores a través de los diferentes significados que le dan y las variadas características que enfatizan y usan. Sin embargo, una vez desarrollada y desplegada, la tecnología tiende a institucionalizarse, perdiendo su conexión con los agentes humanos que la construyeron o le dieron significado, y aparece como parte de las propiedades objetivas y estructurales de la organización.

Beneficios del uso del email y superación de sus problemas en las organizaciones

Dentro de las tecnologías colaborativas, y más concretamente dentro de los sistemas de comunicación electrónicos, el correo electrónico ocupa un lugar primordial fundamentalmente por su bajo coste, amplia difusión (clientes, proveedores, público, empresas, etc.), facilidad de uso, diversidad de

usos (envío de archivos, agenda, búsqueda, etc.) permitiendo la comunicación asíncrona y la sincronizada, en diferentes lugares pero también en el mismo lugar. Además de sus características técnicas por la reducción de información contextual y social, en principio permite una mayor desinhibición y franqueza consiguiendo una democratización de las comunicaciones.

Por las razones apuntadas, el email es la herramienta preferida de comunicación organizacional interna y externa. Al carecer apenas de estructura, su implantación es inmediata y resulta fácil de usar; sin embargo, es importante prever los resultados negativos que se pueden derivar, fundamentalmente la sobrecarga de información. También son importantes la despersonalización de las relaciones y los problemas de seguridad por espionaje o sabotajes. Cada día son más importantes los usos ajenos al profesional que está llevando a muchas empresas a regular, e incluso intervenir su empleo. De los usos no profesionales destacan: circulación de mensajes, archivos, chistes, etc. de contenido sexual o racial que ocasionan importantes pérdidas de productividad, pero que además pueden conducir a denuncias y despidos (Mitchell y Jones, 2002). Ante los problemas que pueden ocasionar un empleo incontrolado del email, algunas empresas están comenzando a implantar políticas para el uso de internet y del email en el trabajo (Flynn, 2003). Se trata del establecimiento de una serie de principios que regulan los usos de estas tecnologías y que los empleados firman, de forma que aceptan las consecuencias derivadas de su incumplimiento. En la Tabla 2 se muestran algunos aspectos que deben incluirse: Además de las pautas para conseguir un empleo más productivo a nivel general, se reflexionará en los siguientes apartados de los beneficios del email en dos contextos concretos: como herramienta de comunicación externa y como herramienta de gestión del conocimiento.

Email como instrumento de comunicación electrónica

El planteamiento de negocio en Internet depende en gran medida de la tecnología empleada existiendo diferentes niveles de adopción de negocio electrónico. El primer nivel sería la conexión a internet y el uso del correo electrónico para comunicaciones internas y externas. Esta modalidad es la presencia mínima e incluye la navegación por internet para la búsqueda de información o para la realización de compras; también la posibilidad de participar en listas de distribución, foros, grupos de noticias, comunidades, etc. Los siguientes niveles parten de la existencia de un sitio web que puede simplemente ofrecer información electrónica o ir más allá automatizando procesos de trabajo, tanto externos como internos.

Según los datos mostrados al principio, un 40% de las empresas de entre 10 y 49 empleados cuenta con conexión a Internet y correo electrónico pero



EL CORREO ELECTRÓNICO EN LAS PYMES PARA LA COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Tabla I. **Política de uso del email**

ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
Propiedad de la información	Aceptación que la información transmitida, recibida o archivada en el sistema informático pertenece a la empresa.
Uso profesional	Regulación de los usos personales y comunicaciones discriminatorias
Información confidencial	Pautas para el envío de información confidencial
Composición de mensajes	Consejos sobre estilo, estructura, inclusión de pies de mensajes...
Valor legal	Reglas de almacenamiento de información con valor legal
Envíos a múltiples destinatarios	Uso de los mensajes con varios destinatarios para evitar mensajes no deseados
Recepción de mensajes	Precaución en la recepción de mensajes con ficheros adjuntos por motivos de seguridad
Respuestas	Reglas para atender y encaminar los correos recibidos directamente o a través del sitio Web

Elaboración propia.

76

no con sitio web. Por tanto, en dos de cada cinco empresas el email es el medio esencial para comunicarse por la red. En el caso de las microempresas, un 21,5% dispone de email pero no de sitio web y otro 21,5% cuenta con conexión a Internet sin email, situación fácilmente subsanable por la existencia de correos gratis a través de internet (webmail). Así, un 43% de las microempresas encuentra en el email su principal herramienta de comunicación electrónica.

Con relación al uso externo del email es indispensable referirse al envío masivo de correos como herramienta de comunicación comercial. Las enormes posibilidades en cuanto a rapidez y coste han inundado los buzones de los internautas. De hecho, según señalaba la "Encuesta de tecnologías de la información en los hogares", en el 2003 un 54,5% de los usuarios recibió correos no solicitados o no deseados. A este respecto existen fundamentalmente dos cuestiones legales que las empresas deben atender. La Ley 34/2002, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico inicialmente prohibía las comunicaciones comerciales electrónicas que no contaran con el consentimiento expreso del destinatario. Finalmente, ante las protestas generadas, la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones permite las citadas comunicaciones "cuando exista una relación contractual previa". La segunda disposición que deben considerar las empresas es la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. Los ficheros con información de sus clientes deben notificarse a la Agencia de Protección de Datos por cuanto estén almacenados en ficheros que contienen datos de carácter personal susceptibles de tratamiento informático.

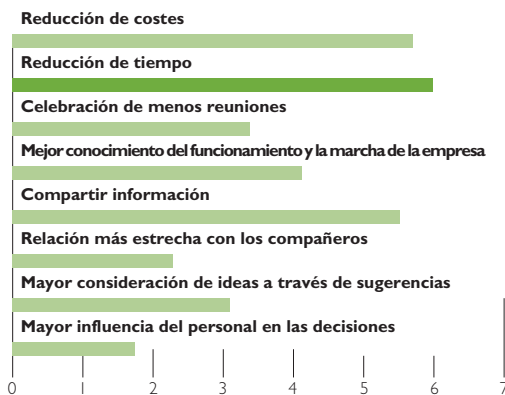
Email como herramienta de gestión del conocimiento

Si en el contexto de las relaciones comerciales el papel de las tecnologías se centra en la transmisión de información explícita, en el caso de la gestión del conocimiento el protagonismo lo tiene la identificación, almacenamiento y distribución de información tanto de carácter explícito como sobre todo tácito.

Existen numerosos instrumentos informáticos empleados para la gestión del conocimiento, algunos desarrollados expresamente (agentes inteligentes, foros, etc.) y otros existentes previamente (minería de datos, workflow, etc.). Las herramientas colaborativas tienen una gran importancia, por cuanto ayudan a los grupos en el intercambio de información y en la realización de su trabajo. Sin embargo, el conocimiento no circulará necesariamente libre por la organización por el hecho de existir una tecnología que lo permita. La tecnología groupware no cambia los patrones de compartición de información y de comunicación (Vandenbosch y Ginzberg, 1997). Por tanto, para conseguir un uso productivo de las inversiones en tecnologías en el contexto de la gestión del conocimiento se debe considerar su finalidad. A este respecto, existen tres tipos de destinatarios: comunicación informal, comunidades de prácticas o grupos de trabajo. En todos los casos pueden ser empleadas tecnologías para la gestión del conocimiento. Sin embargo, cuando no existe cierto desarrollo de grupo como es el caso de la comunicación informal, en la práctica su uso se reduce al mero intercambio de información, normalmente anuncios de la organización a sus empleados, independientemente de la sofisticación tecnológica de la herramienta. Solo en el caso que existan ciertas afinidades y preocupación por compartir y aprender (comunidades de prácticas) o que el trabajo deba ser realizado en grupo, las tecnologías son el canal adecuado para soportar el intercambio de información y conocimiento.

El email es una herramienta colaborativa que aun cuando no está diseñado expresamente para la gestión del conocimiento, en la práctica, es la tecnología más empleada. Según los datos expuestos al principio, un 53,2% de las empresas entre 10 y 49 empleados dispone de email pero no de una Intranet. Meroño y Sabater (2003) han analizado los resultados derivados del uso del email en empresas pertenecientes al sector informático (Figura 2). En un primer análisis destaca como consecuencia principal las mejoras en eficiencia por la reducción de "tiempo" y "costes" y a la "posibilidad de com-

Figura 2
Resultados derivados del uso del e-mail.
Porcentaje.



Fuente: Meroño y Sabater (2003).

EL CORREO ELECTRÓNICO EN LAS PYMES PARA LA COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

partir información". En el otro extremo se observa que no se produce una participación importante de los empleados en la toma de decisiones -apenas les sirve para influir y en escasa medida sus ideas son ni siquiera consideradas-, tampoco provoca una relación más estrecha con los compañeros. Por tanto, cabe deducir que el uso del email se relaciona más con el intercambio de información propiamente que de conocimiento.

Un análisis más profundo, consistente en agrupar estadísticamente las respuestas a través de un análisis factorial, detectó dos tipos de usos que las empresas dan al email:

a) Herramienta de comunicación. Se persigue la transmisión de información a través del email consiguiéndose un mejor conocimiento de la empresa, fundamentalmente con el propósito de reducir costes y tiempo.

b) Herramienta de gestión del conocimiento. El rasgo fundamental de este uso radica en la celebración de menos reuniones, el email se emplea para compartir información que conlleva una mayor consideración de las ideas de empleados y que tiene como consecuencia una mayor influencia del personal en las decisiones.

Atendiendo a los usos del email según las características de las empresas se encontró un empleo significativamente mayor del email como herramienta de gestión del conocimiento (es decir, unas mayores puntuaciones en los usos del email más relacionados con la gestión del conocimiento) en las empresas de mayor tamaño: pequeñas y medianas frente a microempresas; en las pertenecientes a subsectores más intensivos en conocimiento: empresas dedicadas al software frente a las centradas en el hardware; y en las más desarrolladas tecnológicamente, incluyendo las que disponían herramientas específicas de gestión del conocimiento. Sin embargo, no existían diferencias en cuanto a su uso como herramienta de comunicación, a excepción de un uso superior también en las empresas de software. Así, a partir de los resultados del estudio, es posible identificar un uso básico del email como herramienta de mero intercambio de información que resulta independiente del tamaño. Adicionalmente, algunas empresas más orientadas a la gestión del conocimiento, por necesidades del sector y por vocación propia, emplean el email junto a otras tecnologías específicas para intercambiar conocimiento y canalizar la participación de sus empleados.

Conclusiones

Aun existiendo tecnologías más sofisticadas, el email resulta una tecnología esencial para el funcionamiento de las empresas, especialmente en las numerosas pymes donde es el único medio disponible de comunicación electrónica. Su facilidad y versatilidad explican su uso tan extendido, pero a la vez lo convierte en una herramienta que precisa de una política de uso para potenciar sus beneficios. Según el modelo estructural, la techno-

*Aunque no está
diseñado para
ello, el correo se
utiliza para la
gestión del
conocimiento*

logía se construye socialmente por actores según los significados que le den y las características que enfaticen y usen. Con el paso del tiempo tiende a institucionalizarse pasando a formar parte de la estructura de la empresa. El uso del email encaja perfectamente en esta descripción. Así, se recomienda incidir en los siguientes aspectos para obtener un uso provechoso del email:

- desarrollo de políticas de empleo del email en la empresa que cubra elementos como la propiedad de la información, su uso profesional, el valor legal, entre otros

- cumplimiento de la legislación en las comunicaciones comerciales
- uso como herramienta de gestión del conocimiento en aquellas empresas que no disponen de otros medios, o como preparación para la implantación de sistemas más complejos

Observando estas recomendaciones, se explicaría que aun cuando es un medio potencialmente menos "rico" que otros en la práctica sea preferido, y empleado eficazmente en muchas empresas.

Bibliografía

Flynn (2003) E-Policy Handbook: How to develop computer, e-mail, and internet guidelines to protect your company and its assets, Amacon Books.

Lee (1994) Electronic mail as a medium for rich communication: An empirical investigation using hermeneutic interpretation, MIS Quarterly, 18, 2.

Meroño y Sabater (2003) Análisis de los efectos del empleo de tecnologías colaborativas: el caso del e-mail, XIII Congreso Nacional Acede, Salamanca.

Romm y Pliskin (1999) The role of charismatic leadership in diffusion and implementation of email. The Journal of Management Development, 18, 3, 273-290.

Vandenbosch y Ginzberg (1997) Lotus notes and collaboration: Plus ça change. Journal of Management Information Systems, 13(3), 65-82.

Zmud, Lind y Young (1990) An Attribute Space for Organisational Communication Channels', Information Systems Research, 1, 4, 440-457.

Informes

Harris Interactive: A survey on work technologies 2003, <http://www.harrisinteractive.com>

INE: Encuesta de tecnologías de información en los hogares 2003, <http://www.ine.es>

INE: Encuesta de uso de TIC y comercio electrónico 2003, <http://www.ine.es>

Red.es: La microempresa española en la Sociedad de la Información 2004, <http://observatorio.red.es>

