

La Intel·ligència Competitiva en les Universitats: el rol de les biblioteques

Eva Ortoll Espinet
Universitat Oberta de Catalunya
eortoll@uoc.edu

HELLO, IS THIS
THE LIBRARY
REFERENCE
DESK?

YES.

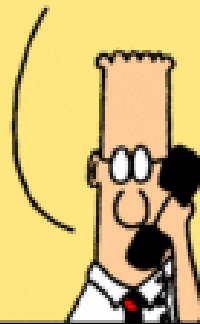


S. Adams

© 1990 United Feature Syndicate, Inc.

WHAT'S THE AVERAGE
RUNNING SPEED OF
THE TAZMANIAN
BOOLA-BOOLA DOG?

8.3 MILES
PER HOUR.



2-19

I CAN'T BELIEVE
SHE KNEW THAT.

AND YOU
HAVE SOME-
THING
STUCK IN
YOUR TEETH.



“La missió principal de qualsevol biblioteca és proveir accés a recursos d’informació i satisfer les necessitats d’informació dels seus usuaris (IFLA, 2011)”

“Un professional de la informació utilitza la informació de manera estratègica en el seu lloc de feina per tal de fer **avançar la seva organització**. Aquest fet s'aconsegueix mitjançant la creació i gestió de serveis i productes d'informació.”

SLA (Special Libraries Association)



Usuaris de les Bib-Universitàries

Docència

Recerca

Gestió (i
Estratègia
)



Universitat, avui

Innovació

Personalització i tecnologia

Qualitat i acreditació

Entorn competitiu, captació
d'estudiants

Captació de talent

Pressupostos

“Horizon Report: Educación Superior” (2015)

Biblioteques flexibles



Steven Bell, Universitat de Philadelphia i vicepresident de l'ACRL (*Academic and Research Libraries*)

ACRL Scann Enviroment 2015

Biblioteques flexibles



Accés i gestió de dades en obert. Les polítiques sobre la disponibilitat de les dades de projectes de recerca en obert obre un seguit de reptes per a les Universitats que han de gestionar tant les dades que generen els investigadors en els seus projectes, com l'accés a dades d'altres institucions.

Quines necessitats té la Universitat pel que fa a *l'open-data*, el *bigdata* o el *data-management*?

Les biblioteques han de contribuir a identificar i gestionar bancs de dades, desenvolupar indicadors de citació, determinar les polítiques de preservació i reutilització

Biblioteques flexibles



Open Education i MOOCs. Cada vegada l'oferta formativa a la que els usuaris tenen accés és més àmplia. No només per l'existència de noves titulacions i universitats. També per la proliferació de recursos en obert, i l'existència dels MOOCs. Tota Universitat té o hauria de tenir una política i estratègia en relació a aquest fenomen.

La biblioteca universitària pot ajudar a l'estratègia de la seva universitat identificant models de finançament per la gestió de recursos en obert, aspectes legislatius de drets d'autor i publicació, etc.

Biblioteques flexibles



Altmetrics. Els diferents mitjans de comunicació social existents a la xarxa amplien i modifiquen la forma de mesurar l'impacte de la recerca. Les biblioteques tradicionalment han proporcionat estudis bibliomètrics sobre l'impacte de la investigació de les seves universitats. La presència dels investigadors i de les seves publicacions a la xarxa és un tema que afecta cada vegada més la visibilitat d'una universitat i la seva imatge.

La biblioteca universitària cal que proporcioni formació, filtre i valor afegit a la seva universitat ensenyant com fer un ús apropiat de l'**altmetrics** i dels productes que se'n puguin derivar.



Quines altres oportunitats o amenaces de l'entorn poden afectar l'estratègia d'una Universitat? Quins canvis de l'entorn poden suposar un repte per a les Biblioteques Universitàries?

Norma UNE 16606:2011 “Gestión de la I+D+I: Sistemas de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva”

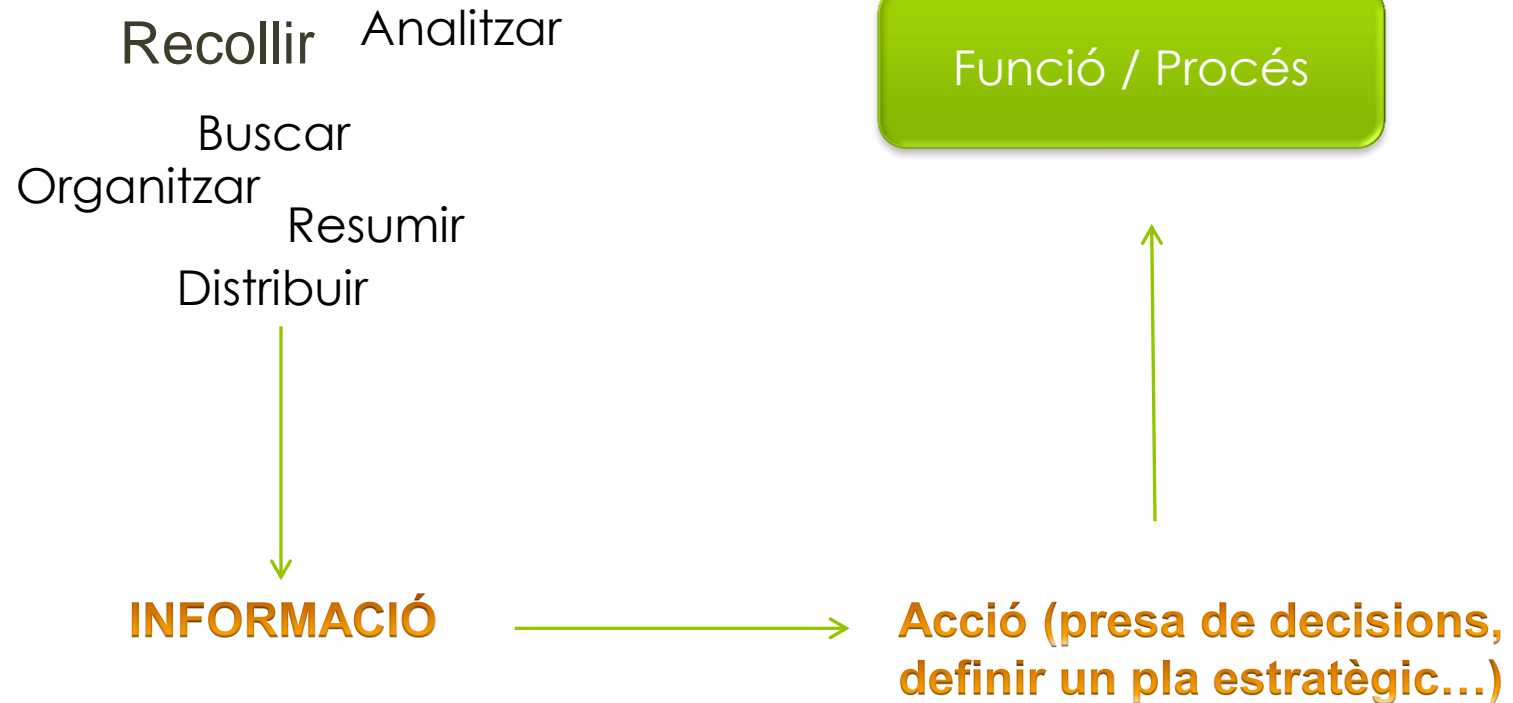
Definición:

“Proceso ético y sistemático de recolección y análisis de información acerca del ambiente de negocios, de los competidores y de la propia organización, y comunicación de su significado e implicaciones destinada a la toma de decisiones” [...] “...para el desarrollo de un nuevo producto, servicio, o proceso en una organización”.

Objectiu:

“...facilitar la formalización y estructuración del proceso de escucha y observación del entorno para apoyar la toma de decisión a todos los niveles de la organización, hasta devenir en la implantación de un sistema permanente...”.

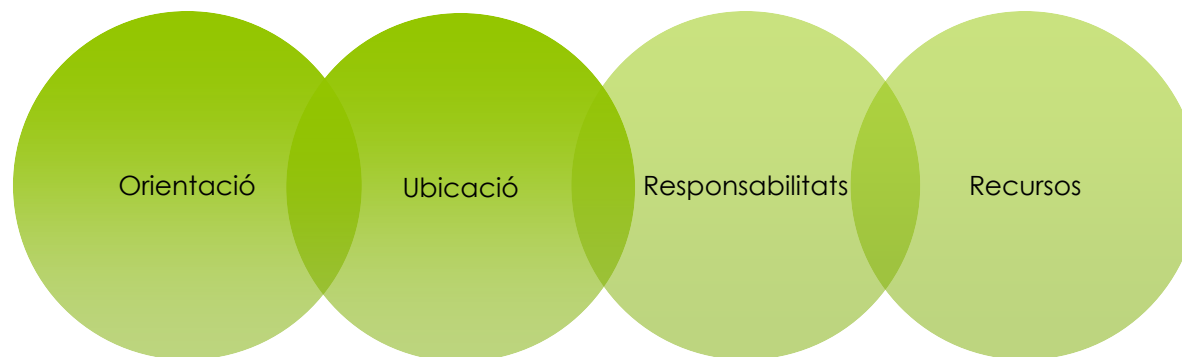
La Intel·ligència Competitiva



La funció d'IC

Informal

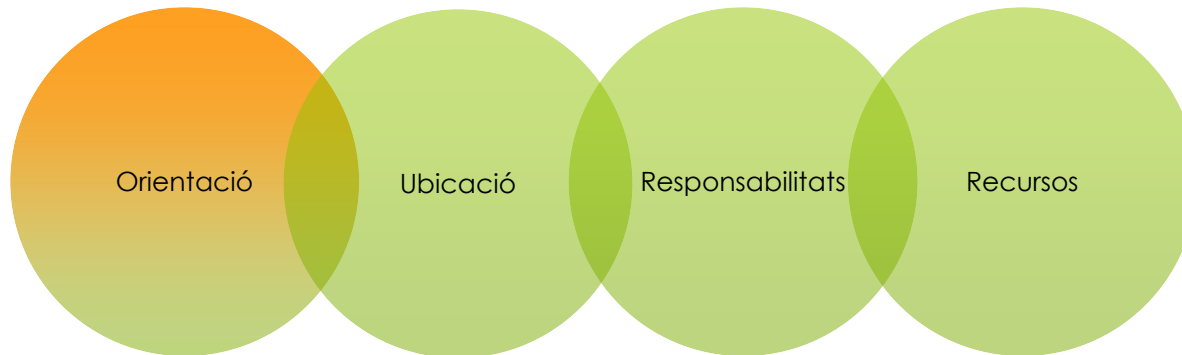
Formal



L'orientació

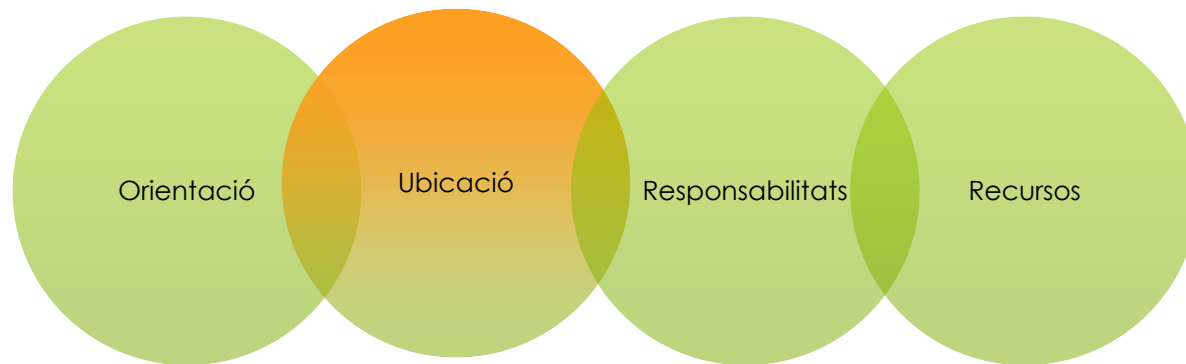
Reactiva

Proactiva



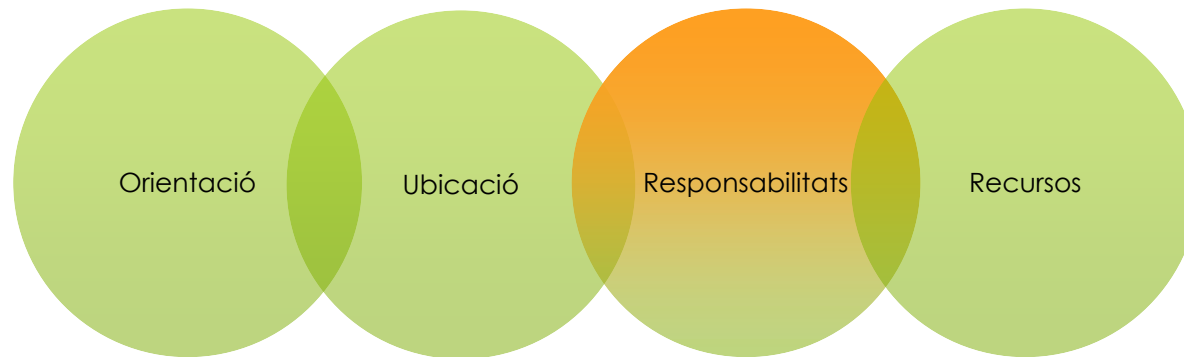
Tàctica
Estratègica

La ubicació

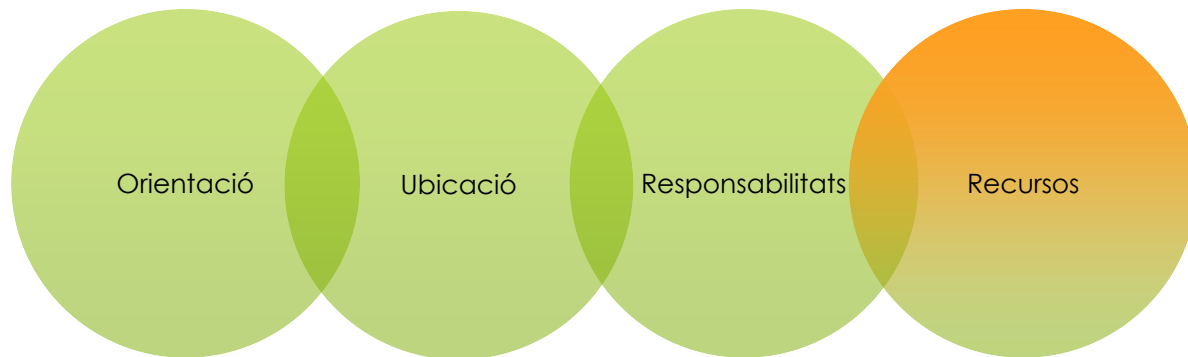


Centralitzada
Distribuida
En xarxa

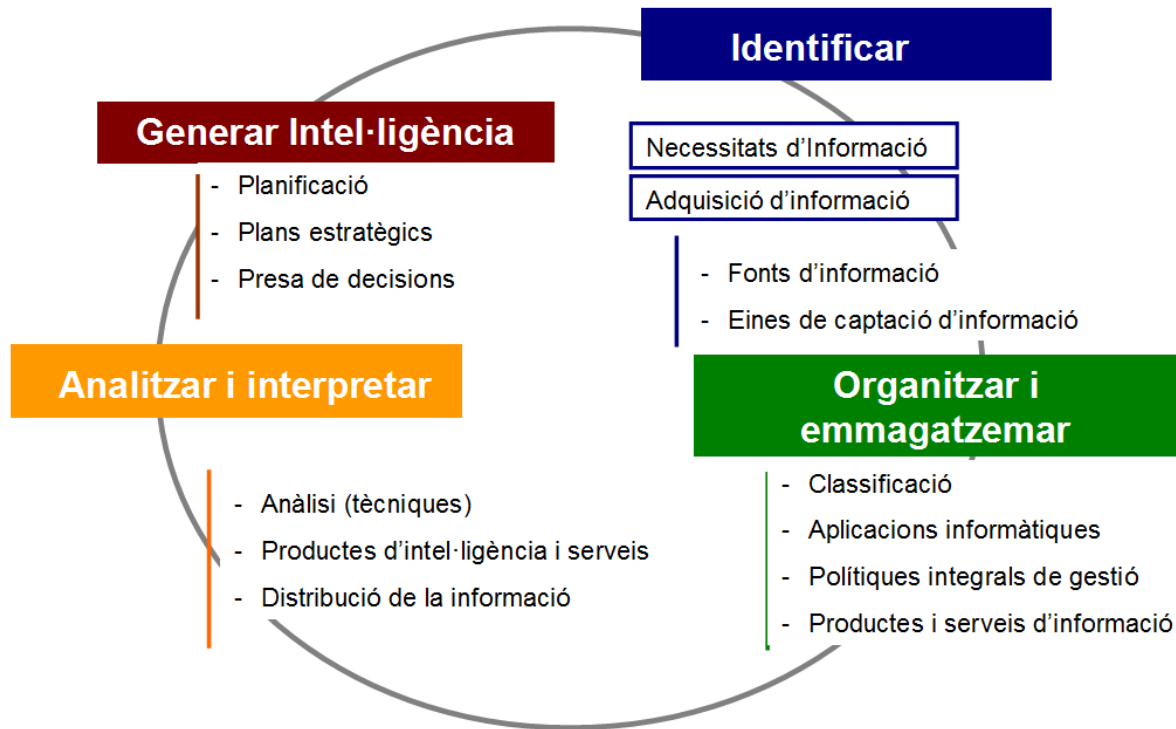
Les responsabilitats



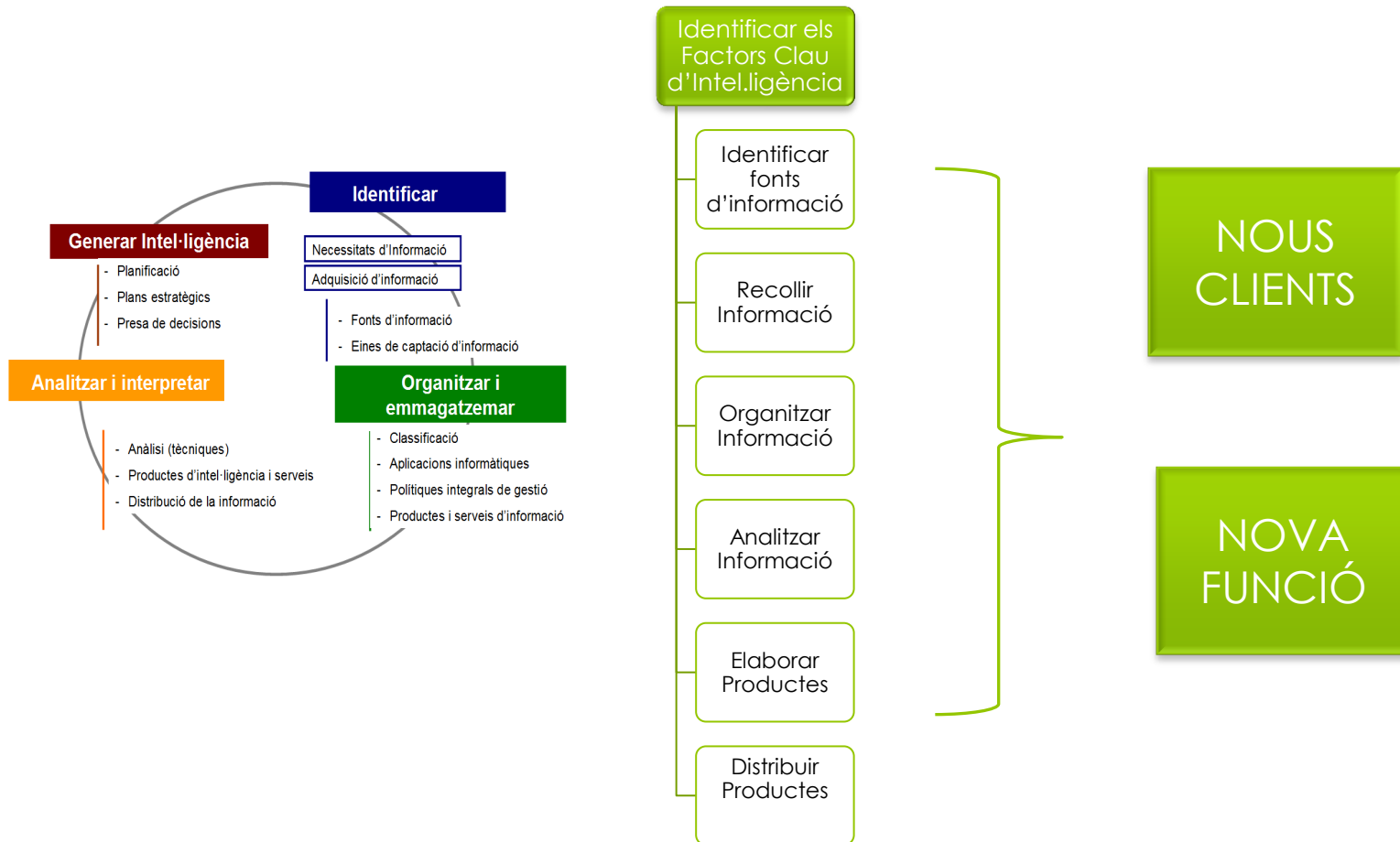
Els recursos



El cicle d'intel·ligència



La biblioteca ampliada



La IC a les niversitats

Oferta acadèmica

Posicionament de la recerca

Posicionament de la docència

Vigilància tecnològica
Xarxes de col.laboració
Imatge corporativa
...altres



IC a les Universitats: exemple reforma de titulacions

Necesidades	Fuentes	Inteligencia generada
<ul style="list-style-type: none"> • Justificación de la titulación de acuerdo con las necesidades del entorno • Conocer perfiles profesionales y competencias requeridas por el entorno • Funcionamiento de la titulación existente en el mercado • Objetivos estratégicos: <ul style="list-style-type: none"> – ganar ventaja competitiva – innovar: mejorar la titulación existente – diseñar titulación nueva • Conocer la competencia • Detectar oportunidades de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Consultas a agentes sociales • Libro blanco • Dossiers de prensa del Gabinete • Informes de integración de los titulados al mercado laboral* • Informes de evolución de matriculados* • Planes de estudio de otras universidades nacionales y extranjeras • Informes de planes piloto • Informes de autoevaluación • Prospectivas socioeconómicas de la zona de influencia de la titulación <p style="font-size: small; margin-top: 10px;">* elaboración de la Unidad de Calidad, o la de Marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Portafolio de titulaciones de la universidad • Diseño de la oferta formativa: plan de estudios, competencias y perfiles • Memoria del grado: justificación y perfil • Acciones a largo plazo: incorporación de agentes sociales externos en la actividad evaluadora de los centros

Tabla 2. Resumen del ciclo de inteligencia en las universidades

506 *El profesional de la información*, 2011, septiembre-octubre, v. 20, n. 5

García-Alsina, Montserrat; Eva Ortoll, Eva; López-Borrull, Alexandre. "Aplicaciones emergentes de inteligencia competitiva en las universidades". *El profesional de la información*, 2011, septiembre-octubre, v. 20, n. 5, pp. 503-509.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2011.sep.03>

Kampal : Mapa de investigación de la Universidad de Zaragoza

(Informa: Universidad de Zaragoza)



Home Mapas ▾ Ayuda



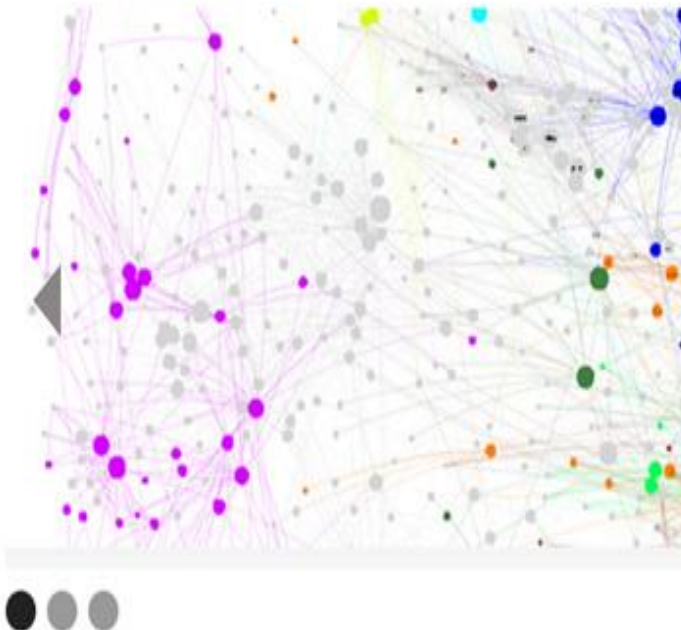
El lunes 18 de noviembre, a las 19 horas, en el Aula Magna del Edificio Paraninfo y bajo la presidencia del rector de la Universidad de Zaragoza y del consejero de Industria e Innovación del Gobierno de Aragón, tendrá lugar el acto de presentación de **Kampal, Mapa de Investigación de la Universidad de Zaragoza**.

Kampal es una herramienta informática creada por el [Instituto Universitario de Investigación en Biocomputación y Física de Sistemas Complejos \(BIFI\)](#) a iniciativa del Vicerrectorado de Política Científica que permite generar Mapas de Investigación de diferentes colectividades de la Universidad de Zaragoza en los cuales es posible visualizar gráficamente la productividad de sus investigadores y la intensidad de sus colaboraciones, concretadas en artículos publicados en revistas científicas y proyectos y contratos de investigación.

La aplicación proporciona, utilizando la información contenida en la [base de datos Sideral de la Universidad de Zaragoza](#), estudios e informes tanto estáticos, ya precargados por la aplicación, como personalizados, obtenidos según los criterios definidos por el usuario seleccionando la colectividad de su interés y una serie de variables para su visualización.

Además, esta herramienta **nace con un espíritu doblemente abierto**. Por una parte en cuanto a su utilización, ya que, en aplicación de los compromisos con el [Open Access](#) de nuestra universidad, la aplicación estará disponible a través de internet desde el momento mismo de su presentación. Por otra, en cuanto a su mantenimiento, ya que está previsto ir incorporando más funcionalidades atendiendo a nuevas necesidades detectadas y sugerencias recibidas.

Los responsables universitarios están convencidos de que esta aplicación será de gran utilidad para la comunidad universitaria y para todos aquellos que tienen responsabilidades relacionadas con la política científica.





Social Business Intelligence for Libraries: Searching Unstructured Data, Analyzing Sentiment, and Moderating Commentary Are Crucial to Helping Organizations Get the Most out of the Growing Volume of Social Data



Information Outlook

May 1, 2012 | Guerrero, Fernando; Gonzales, Paco

Our company, SolidQ, has developed a series of solutions to enable our customers to get the most out of social data. The main purpose of this article is to introduce different techniques and solutions we have developed for social data analysis. Some of the techniques may be helpful to libraries, while others may just add some case study information. Social data is a fast-moving scenario and therefore demands a continuous research solution.

The volume of social data available to individuals and organizations is huge. At any given time, a continuous flow of data is evaluating, commenting about, or rating any given service, product or piece of information. Facebook walls, blogs, message boards, tweets, and video Websites are important communication channels for these data.

There was a time when people's opinions were only reflected by journalists through television, newspapers, radio, and other traditional media. Nowadays, no thought or fact escapes social judgment. From government decisions to teenagers' fashion trends, nearly all ideas, decision, laws, products, and events generate a social discussion.

There are different ways to benefit from social data. For example, organizations can analyze social data to understand what their customers think about them and improve their products and services. Every single move organizations make will be exposed to a complete review, both in internal and external social networks, so they need to continuously analyze social data to be prepared to respond appropriately.

Analyzing Sentiment

Opinió dels usuaris sobre els serveis de la
Universitat/Biblioteca o els de la competència

Anàlisi de sentiments

Impacte/visibilitat de la universitat/biblioteca
als mitjans

Comportament dels usuaris

Competències noves?

Cada biblioteca, en el context de la seva institució, pot **eixamplar el seu rol** implementant **funcions d'Intel·ligència Competitiva**, ja sigui per **cobrir les necessitats d'informació** d'aquells usuaris que han de prendre decisions estratègiques o per **millorar la competitivitat de la pròpia biblioteca**. El seu enfocament, en qualsevol cas, han d'anar alienat amb l'estratègia general de la Universitat.

Competències noves?

Bibliotecari

Accés i explotació de recursos d'informació externs

Fonts d'informació: bases de dades, notícies, informes, patents, fires, congressos, conferències...

Productes d'informació diversos: alertes, informes....

Focalitzats en obtenir informació i en el procés de recuperació d'informació

Visió de servei

Activitat amb orientació més operativa i tàctica i no incrustada en les unitats de negoci

Coneixements i formació en ciències de la informació i de la documentació

Organització de les bases de dades

Creació de vocabularis controlats

Especialista en Intel·ligència Competitiva

Accés i explotació de recursos d'informació externs

Fonts d'informació: bases de dades, notícies, informes, patents, fires, congressos, conferències...

Productes d'informació diversos: alertes, informes....

Focalitzats en analitzar informació i desenvolupar habilitats creatives (una mica més complexes que les de recuperació d'informació)

Visió de negoci

Activitat amb orientació més estratègica i incrustada en les unitats de negoci

Coneixements i formació relacionats amb el món d'empresa i màrqueting

Elaboració de prediccions

Ús de simulacions, jocs de guerra, etc.

Similituds i diferències entre els professionals de la informació i els professional de la intel·ligència. Adaptat a partir de *Japhet, Y et al. 2014.*

Bibliotecaris adaptats a la IC

- Habilitats de comunicació
- Adoptar una postura proactiva
- Aplicar els preceptes de la IC a la pròpia gestió de la Biblioteca i així ser més competitius
- Incrustar-se en el conjunt de l'organització
- Idear indicadors mètrics vinculats amb l'estratègia de l'organització
- Coneixements i habilitats d'anàlisi, creativitat i visualització d'informació
- Proporcionar productes d'informació orientats a la presa de decisions

- 
- “Unless you try to do something beyond what you have already mastered, you will never grow.”
 - Ralph Waldo Emerson



ACRL (Association of College and Research Libraries)(2015).
Environmental Scan 2105. Chicago: ACRL; ALA

Barret, S (2010). Competitive Intelligence: significance in higher
education. *World Future Review*: 26- 30

Campell, S; Swigert, S (2015). Going Beyond Google: Gathering
B2B Competitive Intelligence from the Web. 6th ed.
Cascadeinsights.com

Garcia Alsina, M; Ortoll, E; López-Borrull, A. (2011). Aplicaciones
emergentes de la Inteligencia Competitiva en las Universidades. *El
profesional de la Información*, v 20(5): 503-509

Guerrero, F; Gonzalez, P. (2012). Social Business Intelligence for
Libraries. *Information Outlook*, vol 16 (3): 17-20

Japhet, Y. et al. (2014). Competitive Intelligence: a tool for
effective job performance in academic library. *Sky Journal of
Educational Research*, vol 2(4): 20-27

Yali, L. (2013). Study on Strategic Management of University
Libraries Based on Competitive Intelligence, *Advances in
Information Sciences and Service Sciences* vol 5(10): 578-585



Gràcies, pel vostre temps!