



Internet en la Empresa

EL USO DE UN RECURSO CON NECESIDAD DE OPTIMIZACIÓN Y CONTROL



Manel Cruz

DIRECTOR DE COMUNICACIÓN
Grupo INOLOGY

La irrupción de Internet en el contexto empresarial se produjo hace ya años casi de forma imperceptible pero continua, extendiéndose a todas las áreas de negocio. Si en origen fue únicamente una curiosidad y, posteriormente, una herramienta para obtener información, en la actualidad se ha convertido en el mejor puente entre productos / servicios y potenciales clientes.

Internet ha adquirido carácter crítico en la compañía, erigiéndose como un recurso estratégico para la empresa y, en ocasiones, como un medio exclusivo para dar a conocer una marca o un proyecto innovador.

Paralelamente a este enfoque pragmático, existe una realidad menos aceptada que afecta al uso efectivo que se lleva a cabo dentro del horario laboral. El trabajador, del mismo modo que utiliza Internet como herramienta de productividad, lo hace sincrónicamente como una alternativa de ocio.

Un estudio reciente de INOLOGY divulgaba que más del 52% de la navegación por Internet que se realiza desde el puesto de trabajo correspondía a tráfico de ocio. A este dato hay que unirle el que proporciona Telefónica en su estudio *El avance de la Sociedad de la Información en*

España, según el cual el 87% de las empresas con más de 10 empleados están conectadas a Internet.

Los trabajadores han aprendido a aprovechar la conexión a la Red para captar nuevos clientes, realizar trámites administrativos o fiscales, comunicarse mejor con sus interlocutores o exponer mundialmente sus productos en un escaparate que es público e inmediato.

El control de Internet o de usuarios no tiene que conllevar la vulneración de sus derechos personales

Paradójicamente, gracias a estas prestaciones globales, también han adquirido la destreza necesaria para beneficiarse de este porfolio de medios gratuitos que están permanentemente disponibles: música, vídeos, chats, información deportiva, correo personal o webs no relacionadas con la actividad corporativa.

La consecuencia, en términos económicos, es un coste no controlado y difícilmente cuantificable y, en términos productivos, una existencia latente de atribuciones laborales no asumidas.

Cuando la empresa analiza esta situación, intuye la necesidad de establecer mecanismos eficientes que

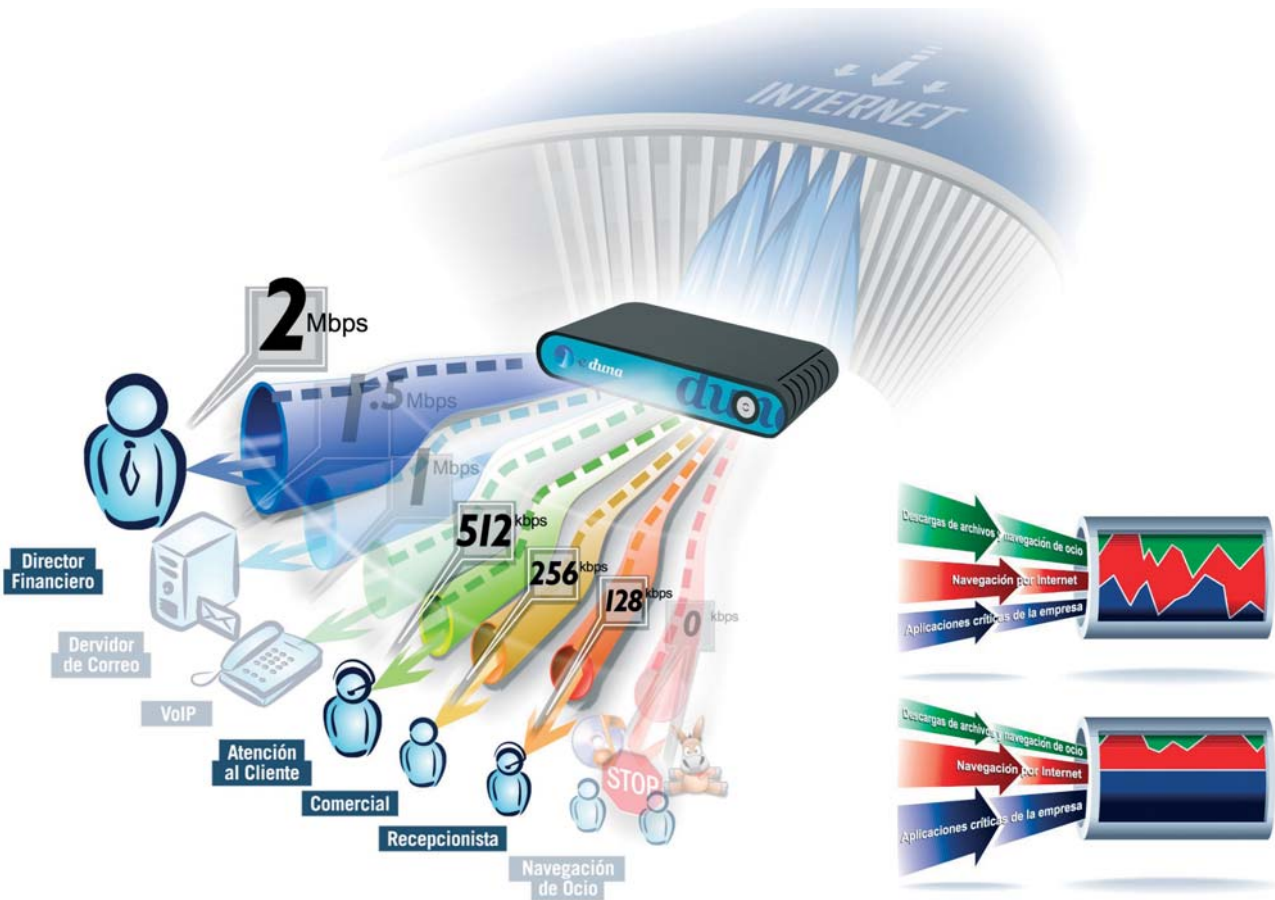
permitan alcanzar un objetivo dual. Por una parte controlar el uso que se está realizando de Internet como recurso estratégico para la compañía. Por otra parte, y derivado del anterior, optimizar la infraestructura lógica para propiciar que aquellos componentes críticos, como el Director Financiero, tengan preeminencia sobre otros componentes secundarios.

Ante esta perspectiva, que parece sencilla en su planteamiento, cuando se intenta diseñar su ejecución aparecen importantes dudas sobre cómo afrontar este control y optimización de Internet.

Ambos procesos requieren un primer paso inicial: la toma de conciencia. Es necesario que el empresario conozca el problema, las consecuencias que se derivan del mismo y crea en su ineludible implicación para resolverlo. De la misma forma, debe trasladar a su personal esta información y comunicarles la puesta en marcha de una política interna sobre el uso de Internet, detallando cuáles son sus responsabilidades y deberes, así como las consecuencias sancionadoras de su no cumplimiento.

A partir de aquí, ya existe la legitimidad suficiente para comenzar a aplicar dentro de la organización los medios técnicos que garanticen el cumplimiento de los objetivos marcados.

En el mercado de las llamadas Nuevas Tecnologías existe un amplio abanico de sistemas informáticos destinados a proporcionar un marco de seguridad en la empresa: firewalls, antivirus, antispamers, etc. Curiosamente, sobre la gestión



inteligente de Internet en las compañías el catálogo de soluciones disponibles es muy concreto y menos conocido.

La funcionalidad de estas plataformas se centra en tres aspectos claves para administrar eficientemente los recursos de red:

1. Gestión del ancho de banda.

Proporcionar calidad de servicio permite especializar el caudal de conexión disponible, garantizando la disponibilidad para servidores, dispositivos de VoIP o figuras claves de la organización.

2. Control y bloqueo del tráfico de ocio. Limitar o incluso impedir el uso de aplicaciones P2P (eMule, Kazaa), páginas Web de contenido específico o correo externo, permitiendo el reaprovechamiento de recursos y el ahorro de costes.

3. Monitorización de usuarios.

Conocer los servicios utilizados por los usuarios o el tiempo de permanencia en determinadas web permite aplicar medidas correctoras y anticiparse a un mal uso continuado de Internet.

Si a estas prestaciones se une una integración física y lógica sencilla dentro de la infraestructura existente de la compañía, el resultado final será un escenario tecnológico que aportará la máxima rentabilidad estratégica para la organización.

En cualquier caso, la disponibilidad de estas herramientas y la facilidad de su implementación no deben confundir al empresario. El control de Internet o de usuarios no tiene que conllevar la vulneración de sus derechos personales. El artículo 20 punto 3 del Estatuto de los Trabajadores (Texto Refundido aprobado por el Real Decreto

Legislativo 1/1995, de 24 de marzo) permite a la empresa adoptar las medidas más oportunas de control y vigilancia para verificar que el trabajador cumple con sus obligaciones laborales, pero ello debe hacerse con respeto a la dignidad que como persona merece, según se deduce de tal Norma. El derecho a la confidencialidad ha de preservarse adecuadamente y un sistema informático de gestión de Internet que sea de calidad tiene que contar con esta barrera.

Finalmente, para cerrar este circuito conceptual, la empresa debe considerar esta política de utilización de Internet como un proceso en continua evolución, que tendrá que revisar y adaptar periódicamente a las nuevas necesidades de la compañía y a las circunstancias exógenas que le vengán impuestas. ♦