

Jesús Tramullas

[jesus@tramullas.com](mailto:jesus@tramullas.com)

Preprint del texto publicado en Web Business, Mayo de 2001

“Y después de leerme detenidamente todo lo escrito sobre el web como herramienta de negocio y de marketing, de tener un web con más o menos éxito, creo que estamos maduros para afrontar la implantación de una intranet...” Bueno, estimado lector, ya ha tomado una decisión estratégica: ha decidido que toda la arquitectura tecnológica e informativa de su empresa pivote sobre las herramientas de Internet. Y es que el acelerado desarrollo de aplicaciones y procedimientos hace posible que, en el momento actual, casi todo lo que hace con computadores en su empresa, pueda hacerlo además mediante un sencillo (o no tan sencillo) cliente web, con la interfaz apropiada.

### 1. Pero, ¿eso que es?

El baile de términos y de siglas al que nos ha acostumbrado Internet es un oleaje que no cesa. Cada día surgen nuevas palabras o expresiones, de lo más curioso, para establecer la cuadratura del círculo. Sin embargo, esto no va con las palabras intranet y extranet. Si bien todos los lectores tiene claro lo que es Internet (¿seguro? Preguntará alguno), en ocasiones se plantea alguna duda con lo que implican las palabras intranet y extranet. Y eso que son de las primeras que aparecieron en el campo de batalla (a mí me suena la primera aparición de “intranet” en 1993, pero no lo puedo asegurar. Sobre la intranet puede encontrar múltiples definiciones en los abundantes libros que le aconsejan como instalar y aprovechar una en su empresa. Para abreviar, baste decir que se trata de establecer una red interna de comunicación e información, usando la plataforma técnica informática básica, y utilizando sobre ella las mismas, o muy similares,

aplicaciones y programas que utiliza para explorar Internet, en especial los clientes de correo y los navegadores. Y claro está, la información que alimenta a la misma es la propia e interna de la empresa.

Pero piense un momento: lo que la caracteriza es que es cerrada, es decir, que es accesible desde dentro de la organización, o bien exclusivamente a miembros identificados de la misma. Luego sus visitantes externos no podrán (ni deberán, en sentido general) acceder al contenido informativo, ya que el mismo se supone sensible a intereses ajenos, o sea, a la competencia. Claro, que también hay que suponer que su empresa tendrá socios y participantes de otras organizaciones en proyectos y otras actividades, y que sería deseable que tuviesen acceso al menos, a parte de esa información privada, para desarrollar adecuadamente sus tareas. Para estas acciones de acceso controlado a parte del contenido interno, que pueda resultar de interés para sus socios, se acuñó el término extranet.

Si bien en un principio la intranet/extranet se alimentaba principalmente de información y documentos, la proliferación y generalización de pasarelas entre aplicaciones de uso empresarial, como servidores de bases de datos, y los servidores web, y otras aplicaciones ofimáticas y de gestión, están haciendo posible que el acceso a toda la información, para decisión, gestión o producción, sea dinámica o pasiva, se realiza cada vez en mayor medida mediante interfaces especialmente pensadas para ser utilizadas en un navegador. Olvídense de aprender complejas aplicaciones: ahora su

navegador y un menú le facilitan la tarea. Y es que la palabra clave en una intranet, ahora, es integración.

## 2. Los componentes de la intranet

Como todo sistema de información, la intranet de una organización se compone de varios elementos íntimamente relacionados entre sí. Desde luego, no puede olvidar que la tecnología no es el componente más importante: es sólo el soporte para que las personas desarrollen las actividades que tienen encomendadas y alcancen los objetivos previstos.

1. Información: el núcleo duro de la intranet es la información y documentación que genera la organización, y que es necesaria para su funcionamiento diario, para crear la memoria corporativa, y para el desarrollo de la empresa, tanto en productos, como en perspectivas. No olvide tampoco integrar aquella información generada en el exterior, pero útil para los fines que se ha planteado internamente.
2. Soporte tecnológico: la intranet es productiva si todos los interesados tienen acceso rápido y directo (desde su mesa, vamos) al contenido y a la producción de información. Cuanto más sencilla, mejor. Y no olvide que todo corre sobre TCP/IP. Tenga en cuenta, además, que muchos sistemas avanzados para intranet tienen complejos sistemas de directorio, que luego se utilizan para identificación y control, que es preciso conocer con detalle.
3. Servidores y pasarelas: en algún lugar estarán los servidores de información, que principalmente serán web, de correo y de aplicaciones (¿no recuerda esto último al retorno a la informática de ordenador central con terminales de hace

un tiempo? El mito del eterno retorno...). Si tiene que integrar sus bases de datos de forma dinámica en el web, asegúrese que el motor que usa su empresa lo soporta; si no es capaz, no dude y cámbielo.

4. Manual de procedimientos: en numerosas ocasiones los proyectos intranet se lanzan alegremente, sin establecer un marco normativo riguroso, al tiempo que flexible, que establezca las obligaciones de creadores y de usuarios, así como los procedimientos para crear y publicar nueva información, las pautas de validez y/o actualización. Claro, también estaremos de acuerdo en que esta es una de esas tareas sencillas en la teoría, y complicadas en la realidad...
5. Seguridad: como hemos señalado, lo interno hay que apartarlo de miradas curiosas, luego habrá que instalar un sistema de seguridad. Lo normal es que los miembros de la empresa tengan acceso integrado tanto a la intranet como a Internet. La protección de esta doble vía, para prevenir tanto acceso como salidas no autorizadas, se realiza instalando un *firewall*, un "muro de fuego" que impide entrar, y vigila las salidas. Si ha leído a Gibson, seguro que recuerda el "hielo" que rodea a las IA.

Seguramente se estará preguntando a qué le suena esto que acaba de leer. Pues al mes pasado, ya que cada vez en mayor medida los sistemas de gestión de conocimiento se han integrado en las intranet de las empresas (o viceversa, como más le guste). Aunque sea ya un tópico, el principal activo de las empresas en la mal llamada "nueva economía" es la información y el saber. Strom, en un informe de Forrester Research de 1996, ya advertía que el mercado de las intranet y el contenido informativo

de las mismas sería el verdadero motor de Internet a partir del año 2000.

### **3. Un plan de choque para su intranet**

Tomada la decisión crucial, sería interesante disponer de un marco previo de planificación para poner en marcha su experimento (no olvide que, al menos al principio, será un bicho raro, empeño del jefe y de los iluminados de informática y de documentación, con lo tranquilo que vivía yo...).

1. Tome una decisión política firme: no dude en implicar a la organización, insistiendo en que es necesario, ineludible, y factor de competitividad (palabra maldita...). No pare a mitad; el fracaso a la primera le hará más difícil retomar el proyecto más tarde. Designe claramente los responsables de contenidos, infraestructura y normas, así como las unidades que participan.
2. Identifique los productores de contenidos: Los responsables deben coordinar a alguien, y esos son los productores de contenidos. Debe tener en cuenta que aparecerá una nueva unidad o partida de gasto, al menos al comienzo, ya que tendrá que dedicar personal para la creación, corrección y publicación de contenidos. Aunque le pueda parecer fuera de lugar, permitir una o dos páginas personales en un pequeño y barato servidor interno es una gran ayuda para integrar a la gente.
3. Analice la estructura tecnológica de su empresa: pero claro, al mismo tiempo no olvide que su gente necesita máquinas capaces de ofrecerles un acceso cómodo y rápido al contenido, con la mínima complicación de interfaz, instalación y velocidad. Si falla

cada diez minutos, por muy buenos que sean los contenidos, va listo...

4. Establezca una política de información: defina claramente, por escrito es muy recomendable, quien crea la información, de que tipo y formato puede ser, y quien debe tener acceso a la misma, y con que finalidad. Definir políticas de información es una clave que cuando se deja para luego, resulta demasiado tarde para erradicar vicios adquiridos.
5. Fije los estándares tecnológicos y de contenido: los creadores y usuarios deben saber de manera inequívoca que formatos de documento se pueden integrar, y cuales no; de que aplicaciones pueden disponer en sus máquinas, y cuales no están permitidas. Es muy recomendable establecer los tipos documentales que se van a utilizar, y definir las partes integrantes de los mismos.
6. Cree un manual de procedimientos: todos los participantes deben saber que la utilización de la intranet es una actividad más en la organización, que tiene unas normas, y que deben seguirse unos procedimientos. Recuerde que hay que conjugar la libertad con el rigor, y que se trata de una herramienta, no de un fin en sí misma.
7. El punto final: no la haga accesible hasta no tener un volumen aceptable de contenido útil.

### **4. No es oro todo lo que reluce...**

Para terminar, no puedo dejar de nombrar los conocidos 10 mitos sobre las intranet (<http://www.intrack.com/intranet/intmyth10.shtml>), que, como puede imaginar, son sólo mitos, al revés te lo digo para que lo entiendas:

1. Las intranet son baratas.
2. Mántala que ya funcionará.
3. Son sólo para grandes organizaciones.
4. Son sólo otra palabra de moda.
5. Son independientes de la plataforma.
6. Necesitan una conexión a Internet.
7. Requieren poco mantenimiento.
8. No son seguras.
9. Son cosa de los informáticos.
10. Son webs internos