

Organización de la información

■ Principio MECE [McKinsey & Co.]

MECE (en inglés se pronuncia *mi-si*) es el acrónimo de “*Mutually Exclusive, Collectively Exhaustive*” (mutuamente excluyentes; exhaustivo colectivamente). Es un principio muy utilizado en consultoría, y es una forma de asegurar que a la hora de realizar agrupaciones, no existen olvidos ni hay coincidencias (elementos que se pisan).

Si los elementos de una agrupación se pueden organizar siguiendo el principio MECE, el resultado que se obtiene es una disposición ideal. Una forma de referirse al principio es: “*No gaps, no overlaps*”.

Un ejemplo de agrupación que sigue el principio MECE sería para un grupo de personas (por ejemplo, las de una empresa), agruparlas según su lugar de nacimiento (porque no es posible haber nacido realmente en dos sitios a la vez). Cada persona tendría un lugar de nacimiento y sólo uno.

Un ejemplo de agrupación que no sigue el principio MECE sería si agrupáramos a ese mismo grupo de personas de acuerdo con su nacionalidad (porque en el caso de la nacionalidad como criterio de organización de información ocurren dos cosas: no es ME (porque hay gente que tiene dos y tres nacionalidades) ni CE (porque hay gente que no tiene nacionalidad, los apátridas).

■ Principio L-A-T-C-H de organización de la información

[Richard Saul Wurman]

“A pesar de que la información pueda ser infinita, la forma de estructurarla es finita”.

L-A-T-C-H es un acrónimo que recoge las cinco formas en que la información puede ser organizada según Richard Saul Wurman (<http://www.wurman.com/rsw/>).

L = *Location* (localización)

A = *Alphabet* (alfabético)

T = *Time* (temporal)

C = *Category* (categoría)

H = *Hierarchy* (jerarquía)

■ Reglas para la categorización de información

[Jorge Juan Fernández]

En mi experiencia en consultoría en los últimos diez años, he constatado la importancia de seguir un criterio lógico al clasificar y ordenar agrupaciones de ideas, conceptos, fases, etc. A tal efecto, he identificado un conjunto de cuatro reglas que facilitan la categorización de información:

- 1) **El criterio taxonómico de las agrupaciones ha de ser equivalente:** por ejemplo, no podemos decir que los alimentos más comprados en Navidad son el cordero y el pescado. Un elemento de esta agrupación es un nombre concreto (cordero) y el otro elemento es un nombre genérico (pescado). Para que fueran equivalentes, hay dos opciones: a) “carne y pescado”, o b) “cordero y gambas”. Lo que tiene más sentido es utilizar la segunda opción, porque es la que transmite más información.
- 2) **Los elementos de la agrupación han de seguir el principio MECE** (*Mutually Exclusive, Collectively Exhaustive*): “no gaps, no overlaps”. Es decir, en una agrupación los elementos han de ser excluyentes entre sí (los elementos no se deben pisar) y ha de ser exhaustiva en conjunto (no debe faltar ningún elemento).

- 3) **El orden de los elementos de la agrupación ha de seguir un criterio lógico, no aleatorio:** alfabético, cronológico, volumen, importancia, etc. Se deberá elegir el criterio en función del mensaje que se quiera transmitir. Por ejemplo, si el mensaje que queremos poner de relieve es que la distancia de unas ciudades a la capital es importante, no ordenaremos los elementos de la agrupación (en este caso, las ciudades) siguiendo un criterio alfabético, sino que las ordenaremos de mayor a menor distancia, siguiendo un criterio de volumen (la diferencia aritmética en kilómetros entre la ciudad más alejada y la capital).

Tabla 1: Reglas categorización de información

<i>Ordenación alfabética</i>		<i>Ordenación de mayor a menor distancia</i>	
Ciudad	Distancia a Barcelona (en km)	Ciudad	Distancia a Barcelona (en km)
Berlín	1.829	Moscú	3.685
Bruselas	1.409	Estocolmo	2.711
Estocolmo	2.711	Viena	1.837
Londres	1.578	Berlín	1.829
Madrid	621	Praga	1.677
Moscú	3.685	Londres	1.578
París	1.113	Roma	1.466
Praga	1.677	Bruselas	1.409
Roma	1.466	París	1.113
Viena	1.837	Madrid	621

- 4) **La redacción de los elementos de la agrupación ha de ser homogénea:** por ejemplo, no pueden haber mezclas de verbos y sustantivos en la primera palabra de la enumeración.

- Es decir, la lista no puede ser:
 - i. Pensar
 - ii. Estructuración
 - iii. Redactar
 - iv. Revisión

- Sino que debe ser homogénea (bien utilizando todo sustantivos o todo verbos como la primera palabra de la lista):
 - i. Pensar
 - ii. Estructurar
 - iii. Redactar
 - iv. Revisar

■ Preguntas para estructurar la información

[Dave Gray]

Preguntas y respuestas son las dos caras de una ecuación: si no tienes información, las preguntas adecuadas te permitirán descubrir lo que estás buscando. Si tienes información, la pregunta adecuada te descubrirá los elementos más relevantes.

Dave Gray en su libro *Marks and Meaning* ha conceptualizado una herramienta, las **Q-tools** (*question tools*). Se trata de un set estándar de preguntas, las cuales aplicadas de forma sistemática pueden servir como “caja de herramientas para el diseño y descubrimiento de información”.

El objetivo de este set de preguntas es disponer de un método estándar que sirva para generar, ordenar, clasificar y realizar distintas operaciones sobre la información.

Los seis tipos de preguntas son: prisma, cuchilla, generador, peladora, lateral, separador.

Una pregunta **prisma** (*prism*) es una pregunta que divide la información en subgrupos más pequeños.

Ejemplos:

- ¿Cuáles son sus componentes?
- ¿Qué tipo de recursos necesita?
- ¿Cuáles son las partes de este sistema?

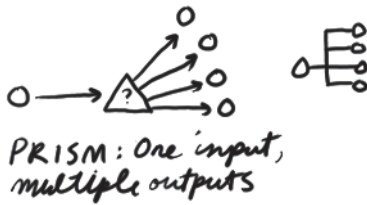


Imagen cortesía de Dave Gray ©, <http://www.davegrayinfo.com>

Una pregunta **cuchilla** (*razor*) es una pregunta que divide la información en dos categorías, de acuerdo con un criterio de relevancia.

Ejemplos:

- ¿Es esta información relevante?
- ¿Es esta información redundante?
- De todo este conjunto de cosas, ¿cuáles son importantes?

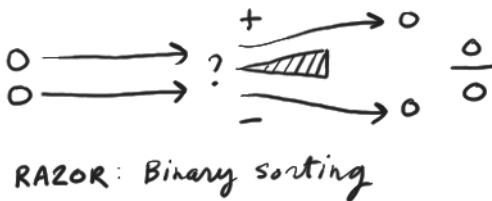


Imagen cortesía de Dave Gray ©, <http://www.davegrayinfo.com>

Una pregunta **generador** (*generator*) es una pregunta abierta, que tiene potencialmente un número ilimitado de respuestas. El objetivo de una pregunta generador es descubrir información que está oculta o que no es explícita, o que ni siquiera nosotros sabemos que tenemos hasta que nos ponemos a pensar en ello.

Ejemplos:

- ¿Qué se necesita para revertir esta situación?
- ¿Cómo podemos vender más?
- ¿Qué pasaría si...?

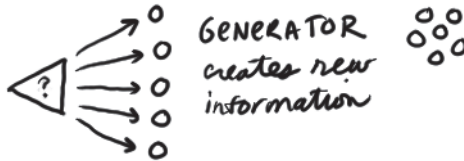


Imagen cortesía de Dave Gray ©, <http://www.davegrayinfo.com>

Una pregunta **peladora** (*peeler*) es una única pregunta, la cual, repetida una y otra vez, orienta la atención hacia mayores niveles de profundidad, como si estuviéramos pelando una cebolla, quitándole sus diferentes capas.

Ejemplos:

- ¿Por qué?
- ¿Qué más?
- ¿Y...?

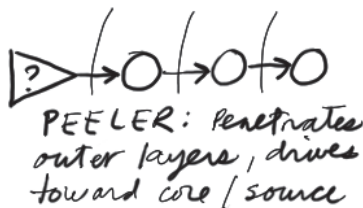


Imagen cortesía de Dave Gray ©, <http://www.davegrayinfo.com>

Una pregunta **lateral** (*flanker*) es un tipo de pregunta cuyo objetivo es descubrir patrones o ideas que son similares. El objetivo de este tipo de preguntas es salir del marco que genera la propia pregunta, para verlo desde el otro extremo (lo que Edward De Bono identifica como pensamiento lateral).

Ejemplos:

- ¿Cómo resolvería este problema un cocinero? ¿Un astronauta? ¿Un filósofo?
- ¿Qué es lo que habría que hacer si en vez de solucionar el problema, quisiéramos generarlo?

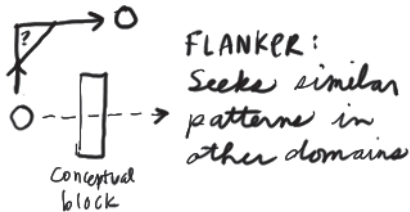


Imagen cortesía de Dave Gray ©, <http://www.davegrayinfo.com>

Una pregunta **separador** (*splicer*) es una pregunta que combina información en grupos. El objetivo de este tipo de preguntas es encontrar categorías de rango jerárquico general y superior que permitan simplificar una colección de información.

Ejemplos:

- ¿Qué tienen en común estos elementos?
- ¿A qué grupo pertenece este elemento?
- ¿Qué atributos comparten estos elementos?

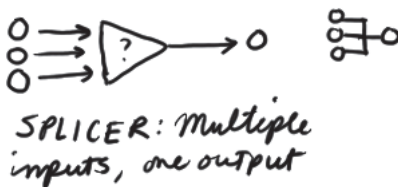


Imagen cortesía de Dave Gray ©, <http://www.davegrayinfo.com>