Un mal **análisis** asegura un mal **resultado** y/o un fracaso en toda regla. Un buen análisis es la base para que la **solución** funcione. Creo que casi nadie se atreve a negar estas afirmaciones. Y entonces, ¿Por qué nos cuesta tanto convencer a los clientes que inviertan en el análisis?

Nadie pone en duda que poner en funcionamiento una solución para gestionar cualquier tipo de información siempre requiere de una **fase de análisis**. Sin embargo, gran parte de mi vida profesional se dedica a intentar convencer a los que quieren implementar soluciones para la **gestión de la información, los documentos o los contenidos** de que el tiempo y los recursos que se dedican a la fase de análisis no es tiempo perdido.

Dándolo vueltas a las causas de esta actitud tan común se me ocurren algunos tópicos erróneos de los cuales es imposible sustraerse:

- **Tópico 1:** *"Pero esto no hará falta analizarlo, ya lo hará la herramienta"*. En la sociedad de lo inmediato y de la primacía de las **tecnologías de la información** el objetivo es siempre bastante simple: dar a una tecla y obtener la información precisa y oportuna que necesito en ese momento. Para el usuario medio esto ha dejado de pertenecer al mundo mágico para ser algo cotidiano. Las tecnologías que usamos son tan amigables que es difícil comprender todo el trabajo de análisis que hay detrás de las mismas. Por lo tanto, la creencia de que la tecnología lo resuelve todo lejos de disminuir parece que se acrecienta.

- **Tópico 2:** *"Seguro que el análisis lo puedes hacer en menos tiempo"*. La presión de las estructuras empresariales, o políticas en el caso de las administraciones públicas, camina cada vez más a obtener **resultados a corto plazo.** Una manera drástica de adelantar los hitos de un proyecto cuando se planifica es acortar la fase de análisis.

- **Tópico 3:** *"Si por mucho análisis que se haga luego va a haber que cambiarlo todo"*. Hay

una fundada sensación de que todos los proyectos de TIC se desvían, retrasan y se reinventan varias veces antes de ponerse en marcha. Yo no puedo negarlo, porque lo he visto muchas veces, y es cierto que muchas veces lo que hay detrás es un análisis que no ha servido para mucho. Y casi siempre coincide con que el devaluado análisis se ha encargado a la **persona o equipo incorrecto**. Con todos mis respetos por las habilidades del personal TIC, en los análisis tienen que participar personas que saben del negocio. Si mientras analizo aprendo del negocio me sale mal seguro.

Y contra los tópicos hay algo que contraponer? Probablemente sólo **capacidad de persuasión y mostrar ejemplos** exitosos de otros; pero no nos engañemos cuando las cosas salen bien pocos se acuerdan de la fase de análisis.