

Negocios electrónicos modernizan empresas

Mediante los Foros ISIS y otras acciones como las recién establecidas visitas de estudiantes al Silicon Valley en Estados Unidos, el DISC pretende despertar entusiasmo por la innovación e impulsar el comercio digital.

Con los tratados de libre comercio, la globalización, la competencia y la masificación de los dispositivos móviles, los ingenieros de sistemas y computación están obligados a pensar en cómo modernizar las empresas con las tecnologías informáticas. Es decir, deben interesarse por el *e-business*, un universo de negocios en internet que cada vez toma más fuerza en el mundo.

Colombia no es la excepción y el Departamento de Ingeniería de Sistemas y Computación (DISC) de la Universidad de los Andes empezó a ponerse a tono con esos avances desde el año 2000, cuando abrió la Especialización en Comercio Electrónico, y desde entonces ha dado pasos firmes para consolidar esa visión.



Comprar boletas de cine es una de las muchas actividades que cada vez ganan más fuerza en internet.

El interés de Francisco Rueda por los negocios electrónicos surgió de su afán por lograr que los conocimientos de los ingenieros tengan aplicación en las empresas.

Detrás de la apuesta está el ingeniero de sistemas y computación Francisco Rueda cuyo interés por los negocios electrónicos surgió de su afán por aplicar los conocimientos ingenieriles a casos reales (ver ‘Francisco Rueda, obsesionado con la innovación’, pág. 54). Para él, aunque el nombre del programa quedó mal puesto, porque sus objetivos trascienden las compras y las ventas en la Red, lo importante es que da a los estudiantes una visión más amplia para que, con su conocimiento, ayuden a las compañías en actividades como mercadear productos o diseñar la logística de ventas.

“Una característica del comercio electrónico es que, en general, no se necesitan grandes recursos para comenzar”.

“El 90 % de la modernización de las empresas se basa en herramientas electrónicas —dice el ingeniero—. Internet es la más importante, pero también están otras como los móviles y las tecnologías analíticas para hacer inteligencia de negocios, las cuales permiten entender el comportamiento de los clientes”.

De ahí que el énfasis de la especialización sea mostrarles a los estudiantes espacios para innovar. Lo hacen de la mano de profesores de la Facultad de Administración, quienes les enseñan bases de mercadeo, cómo hacer planes de negocios o cómo ser emprendedores. Los proyectos finales de la especialización

Estudiantes y profesores del DISC, en compañía de otras personas, durante su visita a la Universidad de Stanford, en el primer viaje al Silicon Valley en el 2011. De pie, de izquierda a derecha: Rodrigo García, Víctor Garzón, Andrés Palacio, Mauricio Pérez, Lina Benavides, Sergio Barahona, Isaac Majerovicz, Eduardo del Valle, María Isabel Rodríguez, Luis David Muñoz, Francisco Rueda, Andrés Zuluaga, Andrés González y Carlos Rodríguez. En primera fila, de izquierda a derecha: Ingrid González, Jorge Rincón, Víctor Toro y John Santa.



“ En el Silicon Valley, los estudiantes abren los ojos para ver cómo se combina la tecnología con los negocios”.



Fernando Hurtado, José Jaramillo, María Camila Rodríguez y José Striedinger, estudiantes de pregrado en su visita al Silicon Valley a mediados de este año.

se basan en diseñar una idea de negocio innovadora.

Estas acciones se refuerzan con una visita académica al Silicon Valley, en California (Estados Unidos) donde se asientan varias de las más importantes empresas de tecnología del mundo, como Google, Apple, Cisco, Twitter, Facebook, Zinga y Salesforce, y centros académicos líderes en innovación como la Universidad de Stanford. El primer viaje tuvo lugar el año pasado por iniciativa de un estudiante de la especialización en Comercio Electrónico, y a mediados de este año se extendió a pregrado. Los alumnos no solo asisten a

charlas sobre cómo incubar empresas de TI sino que visitan algunas de ellas. “Lo más importante no son las cosas nuevas que aprenden, sino el abrir los ojos para ver cómo se combina la tecnología con los negocios y entender que sí puede haber innovación desde la Ingeniería de Sistemas”, dice el profesor Rueda, quien, junto con el profesor José Tiberio Hernández, ha impulsado activamente esos encuentros, y agrega: “Una característica del comercio electrónico es que, en general, no necesitamos grandes recursos para comenzar. Esa es la recomendación que hacen en el Silicon Valley: no empiece por algo com-

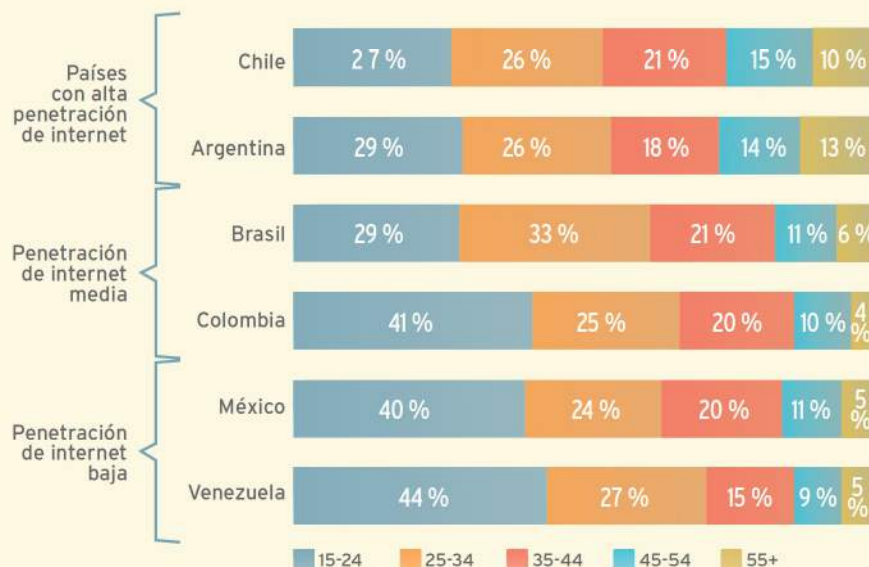
plejo porque no se sabe cómo se va a comportar el mercado; usted se está inventando una nueva idea de negocios; pruebe con algo sencillo, que sea viable”.

Para concretar estas visitas, la Universidad ha contado con el apoyo decidido de Constanza Nieto, una ingeniera industrial uniandina, cuya compañía, Globaltech Bridge, abre oportunidades para las *start ups* o empresas nacientes en Latinoamérica. Ella además, ha tendido el puente para que profesores de la Universidad de Stanford e inversionistas de capital vengan a Los Andes y, al mismo tiempo, se abran oportunidades de asesoría al Ministerio de las TIC en temas de innovación.

El DISC también se ha aliado con YouNoodle, compañía que organiza un curso de innovación para alumnos de pregrado, en cuya agenda se incluyen sesiones de clase con docentes de Stanford y visitas a empresas innovadoras. Para complementar lo anterior, ahora los ojos se han puesto en la costa este de Estados Unidos y ya se han hecho contactos con el Massachusetts Institute of Technology (MIT).

Estas actividades responden a la convicción del Departamento de que, aunque en comparación con otros países Colombia está atrasada en el comercio electrónico, precisamente por ello, hay un espacio enorme para la innovación. La apuesta es, entonces, modernizar las compañías y cambiar la mentalidad de los empresarios y los jóvenes para que surjan nuevas ideas de negocios. ■

Composición demográfica de la audiencia de internet en Latinoamérica



Fuente: comScore Metrix, mayo de 2011.