

LAT
1106

ACAL
Academia de Ciencias
de América Latina

Apple Center 

 CINTERPLAN

CONICIT 

 CYGNUS C.A.

Delegación de Quebec 

 IESA

Unión Latina 

 Universidad
de Quebec - Montreal

Universidad
Nacional Abierta 

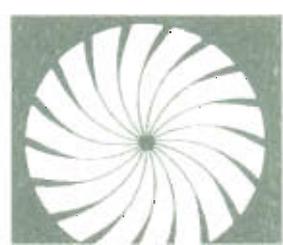
INFORMIA



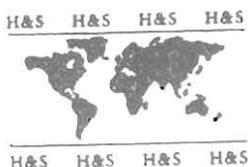
La Regionalización de la Información:

Red de Negocios para Latinoamérica

José G. Lepervanche



taller de formación
sobre mediática
y vigilia tecnológica
en información
y comunicación



TALLER SOBRE MEDIÁTICA Y VIGILIA TECNOLÓGICA
EN INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
UNESCO
Caracas, 22 al 26 de Marzo de 1993



LA REGIONALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN:
RED DE NEGOCIOS PARA LATINOAMÉRICA.

Jose G. Lepervanche Valencia
DELPHI Venezuela

INFOBILA

LA REGIONALIZACION DE LA INFORMACION: RED DE NEGOCIOS PARA LATINOAMERICA.

Jose G. Lepervanche Valencia
Director DELPHI / Venezuela

1. REDES EN LATINOAMERICA

Dentro del proceso de toma de decisiones de una empresa que busca la internacionalización de sus negocios, las redes de información telemáticas tienen vital importancia ya que brindan al instante las variables necesarias para juzgar las mejores oportunidades y escoger aquella que en función de la ventaja del tiempo, nos brinde el mayor beneficio.

Estas redes de información, diseñadas por los países con alto adelanto tecnológico y destinadas a sus mismos mercados, han servido como base para intentar, en nuestros países, un acercamiento a esta tecnología y a una forma de hacer negocios internacionales totalmente diferente a las tradicionales.

En el Proyecto Nuevas Tecnologías del Grupo H&S se hablaba de aprovechar los recursos de los mercados latinoamericanos mediante el intercambio de información basada en la alta tecnología e iniciaba su acción mediante la creación de una Red Integral de Información Comercial por medios telemáticos (BALART, 1988). Esta preocupación por poner en funcionamiento una red continental de transmisión de datos entre empresas fue el que motivo evaluar las redes telemáticas existentes y escoger a DELPHI.

La red de información y comunicaciones DELPHI en Español ha sido orientada para brindar al usuario latinoamericano un medio para difundir internacionalmente las bases de datos desarrolladas en sus respectivos países, obtener simultáneamente la información originada en otros países y facilitar las comunicaciones entre nuestros países. Esto se ha definido como la "Regionalización de la Información". Este concepto encuentra en DELPHI un medio adecuado al ser su característica fundamental el intentar ser algo más que un servicio o una utilidad en información (DVORAK, 1992), al incorporar además, facilidades diseñadas para cubrir la desinformación existente y las dificultades de comunicaciones que por largos años han sido normales en Latinoamérica.

2. INFORMACION VS COMUNICACIONES

Estas dificultades de comunicaciones y la falta de información han contribuido a que nuestros países agoten todos los esfuerzos por alcanzar y conocer las nuevas tecnologías que permiten obtener oportunidades de negocios internacionales. Estos esfuerzos se apoyan en comunicaciones complicadas, costosas e ineficientes al no lograr la información necesaria en el tiempo oportuno. Las privatizaciones y aperturas en telecomunicaciones en Latinoamérica han contribuido notablemente a solucionar estos problemas. Sin embargo, la desconfianza en las

mejoras en comunicaciones y enlaces han sido obstáculo para la difusión del empleo de esta tecnología (DVORAK, 1992) ya que al usuario latinoamericano le cuesta creer o identificar sus soluciones en las redes telemáticas (LIENDO, 1992).

Además, al estudiar el comportamiento del usuario latinoamericano de servicios telemáticos, observamos que hay algunos sectores que favorecen el empleo del español en las bases de datos y el uso de traductores electrónicos por el temor usual de una persona a intentar comunicarse en un idioma que no domina (LIENDO, 1992). Esta situación ha favorecido la incorporación de bases en español. Sin embargo, la globalización de los negocios favorece simultáneamente el empleo del inglés por lo que la opción también debe manejarse.

El empleo de redes telemáticas como DELPHI en Español ofrece al usuario latinoamericano la oportunidad de definir exactamente cual es la información necesaria y cual es el medio de comunicaciones para recibirla. De esta manera podemos identificar y eliminar los drenajes de dinero ocasionados por llamadas internacionales costosas, y sustituirlas por llamadas locales que permitan usar medios electrónicos de envío de mensajes o recepción de información, limitando las llamadas sólo a lo indispensable.

Por otro lado, los costos de obtener información también pueden reducirse al regionalizar la información.

3. LA REGIONALIZACION DE LA INFORMACION

La globalización de las comunicaciones y la aceleración de las nuevas tecnologías ha motivado el aumento inmesurado de la información mundial cuyas estadísticas revelan que se duplica cada seis años. Esta situación obliga a pensar en redes telemáticas que permitan clasificar, categorizar y dividir por países la información de tal manera que se evite al usuario perderse en un océano de miles de millones páginas de información (DVORAK, 1992). De aquí surge la necesidad de regionalizar la información de manera que al usuario se le facilite la búsqueda y ubicación exacta de lo que requiere reduciendo así los tiempos y costos de conexión.

En la ruta hacia de la regionalización, DELPHI, desde sus inicios, dió importantes pasos al mezclar servicios internacionales con servicios regionales de interés específico para usuarios de ciudades en los EE.UU y países latinoamericanos (BANKS, 1990).

Las facilidades de DELPHI que permiten la regionalización se le presentan al usuario y proveedores de información de diferentes formas:

3.1. Diversidad de accesos locales a nivel mundial.

Los DELPHI regionales, al iniciar sus operaciones comerciales, brindan facilidades propias de acceso a los otros DELPHI e interconexión a las redes de datos locales e internacionales. De esta forma, los usuarios accesan localmente con una considerable disminución en los costos de comunicaciones.

3.2. Menús de acceso a información pública.

La estructura de menús de DELPHI en Español está organizada en forma similar a su homólogo en Inglés pero con una nomenclatura que facilita al usuario su interacción y navegación hacia las áreas y submenús de interés temático. De esta forma, se puede tener acceso a información de las bases de datos incorporadas a DELPHI o interconexión a computadores o redes que permitan a su vez el acceso a múltiples bases de datos a nivel nacional e internacional.

Esta estructura de menús permite utilizar a DELPHI de forma eficiente al obtener información variada y actualizada al instante que sirva al usuario para orientar acciones y tomar decisiones a distintos niveles de su organización, con una disminución considerable de costos de conexión.

3.3. Proveedores de Información Nacional e Internacional.

Uno de los objetivos fundamentales de DELPHI a nivel latinoamericano es la búsqueda y selección de bases de datos y desarrollo de menús de aquella información nacional de interés para expandir la red de información de negocios. Estas incluyen: agencias de noticias locales, indicadores económicos y estadísticos, revistas y periódicos, bolsa de valores, información financiera y bancaria, sitios de interés y facilidades turísticas, aduaneras y de carga, ofertas y demandas de productos, universidades, directorios de exportadores, importadores, industriales, comerciantes, banqueros, de teléfonos, fax, relaciones públicas, publicidad, etc.

Una vez seleccionada la base de datos y llegado a un acuerdo con el proveedor de información, se diseña el respectivo menú y se estudia la mejor manera de acceso, bien sea por acceso directo a su computador o por carga en línea de los datos en los computadores de DELPHI. De esta forma se garantiza que el acceso por parte del usuario y la actualización sea permanente, ya que este se responsabiliza por la calidad de su información.

3.4. Comunicaciones electrónicas.

A fin de que el usuario tenga un servicio integral en la punta de sus dedos, DELPHI ofrece las siguientes facilidades de comunicaciones en línea:

- a. Correo Electrónico entre usuarios de la Red y, a través de Internet, con usuarios de otros servicios tales como Compuserve, MCI Mail, AT&T Mail, Sprint, America Online, etc. Las típicas facilidades de transferencias de archivos, re-envío, respuesta, almacenamiento y envío múltiple se encuentran en el correo electrónico con la ventaja de la simplicidad de comandos y procedimientos.
- b. Fax y Superfax que permiten las típicas facilidades del envío de fax desde un computador con las ventajas de el condensado de los textos, el envío múltiple y la confirmación o cancelación vía correo electrónico.

- c. Telex y Supertelex. De forma análoga al fax, brinda las mismas facilidades mencionadas más una opción de telex en tiempo real que transforma el computador del usuario en una máquina de telex. Este servicio fue incorporado a raíz de una escasez de estos equipos en Argentina hace varios años y a pesar del auge del fax, el telex sigue siendo un instrumento legal para muchas operaciones comerciales internacionales.
- d. Conferencia. "Conversación" electrónica entre usuarios a través de los teclados. Todo queda registrado para futura referencia como minuta de la "reunión" efectuada. La conferencia permite un sustancial ahorro de tiempo y logística.
- e. Combinación de los medios anteriores con el teléfono, fax o couriers: Phone-Mail, Mail-to-Fax, Delphigrama.

3.5. Integración entre información y comunicaciones.

Cualquier proceso de toma de decisiones va estrechamente ligado a la integración del medio de comunicaciones con la información recibida. En este sentido, los menús de DELPHI están organizados para facilitar esta integración. Es así que, tanto el Usuario como el Proveedor de Información, obtienen un beneficio inmediato que les permite actualizar datos, retirar archivos, llenar en línea solicitudes de compras, datos personales que, a través de la transferencia de datos y correo electrónico sirven de retroalimentación a las bases existentes obteniendo como resultado agilidad en trámites, reducción de costos, actualización constante, información disponible de inmediato para la correcta toma de decisiones, así como una interacción directa y constante entre el usuario y el proveedor de información.

3.6. Desarrollo de servicios privados de información y comunicaciones.

Todo lo mencionado anteriormente está totalmente disponible para los usuarios que se conecten a DELPHI desde cualquier lugar del mundo. Sin embargo, existen organizaciones que necesitan estas soluciones de información y comunicaciones específicas para ellas. Por tal motivo, DELPHI dió origen al GroupLink o Enlaces en Grupo.

El GroupLink utiliza los módulos ya probados y actualmente en funcionamiento en más de 15 países del software de DELPHI, para adaptarlos a las necesidades específicas actuales de las organizaciones, mediante el diseño de los menús necesarios y la colocación a disposición de ellas en un tiempo relativamente rápido.

El GroupLink ya diseñado se incorpora a una de las computadoras centrales de DELPHI, y el acceso se realiza desde las oficinas y sucursales del cliente utilizando sus propios microcomputadores ya existentes, un modem y una llamada telefónica local a la red de datos de Venexpaq, Saicyt, Sprint o al número local de DELPHI. A los empleados o miembros del GroupLink se les asigna un número de acceso especial y un password secreto, así como una cuenta especial para la carga y actualización de sus datos en el mismo. De esta forma, se pueden conectar departamentos, sucursales, filiales, distribuidores, oficinas del interior, del exterior, etc.

Las principales ventajas del GroupLink son: no hay software que comprar, ni desarrollar. Utiliza recursos de hardware del cliente ya existentes. Microcomputadores y un modem es lo único que se necesita. No hay computadores centrales que adquirir ni costosos equipos de comunicaciones. El GroupLink cubre las necesidades inmediatas de comunicación con llamadas telefónicas locales.

El desarrollo de servicios privados telemáticos lo que busca, además de solucionar problemas de comunicaciones e información, incorpora a las empresas a un proceso de uso de tecnologías de punta para agilizar operaciones y transacciones comerciales.

Por otro lado, la interconexión a redes internacionales, así como las facilidades para difundir la información local y las comunicaciones electrónicas permiten dar a conocer que productos y servicios de Latinoamérica podemos ofrecer en los mercados internacionales.

4. OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS PARA LATINOAMERICA.

El conocimiento de la oferta exportable de cada país, así como de las necesidades de importación, permite a nuestros empresarios, ubicar oportunidades de negocios, fijar precios competitivos y estar a la par de los mercados internacionales.

El empleo de una Red de Información y Comunicaciones afecta notablemente la forma tradicional de hacer negocios. Estas redes requieren desarrollar hábitos de comunicación permanentes que aseguren la marcha de los negocios iniciados (LARA, 1991). De esta forma, El empresario se ve obligado a modificar su forma de trabajar, abriendo nuevas posibilidades y logrando mayor eficiencia y productividad en el trabajo (SILVIO, 1992).

Si paralelamente a esta labor comunicativa se ubican a los proveedores de servicios y productos y a los clientes y se enlazan mediante el empleo conjunto con una Red de Empresas de Trading en países clave, se completa el esquema de una Red de Negocios. Esta unión, entre la tecnología, el medio y las habilidades negociadoras del usuario permite estructurar una Red de Redes capaz de aprovechar al máximo estas oportunidades de negocios y situarse adelante en un mundo cada vez más competitivo y consciente de que los adelantos tecnológicos solo son medios para tomar mejores decisiones.

REFERENCIAS

ALE, Rafael y CUELLAR, Fernando, Teleinformática, Mc Graw Hill, 1988.

BALART, José, Proyecto Nuevas Tecnologías, Grupo H&S, 1988.

BANKS, Michael, DELPHI. The Official Guide, General Videotext Corporation, 1990.

BANKS, Michael, The Modem Reference, Brady, 1988.

DVORAK, John y ANIS, Nick, Telecomunicaciones para PC, McGraw Hill, 1992.

LARA, Lorenzo, Esquema de Asociación en Redes de Negocios. Informe Final. 1990.

LIENDO, Pablo, La cebolla cuadrada: un modelo conceptual para el análisis del mercado potencial de los servicios telemáticos en: Calidad, tecnología y globalización en la educación superior latinoamericana. Publicaciones del CRESALC-UNESCO. Caracas, Venezuela, 1992.

SILVIO, Jose, Dimensión tecnológica de la calidad en la educación superior, en: Calidad, tecnología y globalización en la educación superior latinoamericana. Publicaciones del CRESALC-UNESCO. Caracas, Venezuela, 1992.

Marzo 1993