

Proyecto BIT. Cuestionario.

Por favor, rellene y envíe este cuestionario vía FAX al 93 253 43 43

Att. Andrea Ramírez.

o envíelo por e-mail a: BIT@iese.edu

También puede contestar el cuestionario en su versión online, registrándose en:

<http://www.iesedti.com/bit/bit.htm>

Para cualquier duda, por favor llame al 93 602 4099



Universidad de Navarra

Estimado participante,

El e-Business Center PwC&IESE quiere darle la bienvenida al cuestionario del Proyecto **BIT (Business Information Technologies)**, sobre el uso de las tecnologías de la información.

El cuestionario está dividido en 7 partes y el tiempo estimado necesario para responderlo es aproximadamente de 25 minutos. *Le rogamos que intente responder a todas las preguntas excepto aquellas que no correspondan al perfil de su empresa.*

Para contestar a las preguntas, le rogamos que tenga en cuenta que cada vez que aparece el término “su organización” en el cuestionario puede referirse a una organización entera o a una sub-organización que:

- Tenga su propio director de sistemas de información
- Controle su propia tecnología de la información y su política de información
- Tome sus propias decisiones técnicas
- Tenga sus propios mercados, clientes y proveedores
- Tenga su propio grupo de línea de producto
- Tenga o no su propia cuenta de explotación

Le agradeceríamos que envíe el cuestionario tan pronto como le sea posible. Por supuesto, **toda la información recibida se tratará en su conjunto, y su nombre y el de su empresa se tratarán con la más estricta confidencialidad conforme a la ley de protección de datos.** El nombre de su empresa sólo será utilizado para llevar el control y seguimiento de los cuestionarios respondidos, así como para hacerle llegar los resultados de la investigación.

Le agradecemos de antemano su tiempo y ayuda en el estudio.

Parte I. Adopción de la tecnología / Infraestructura

Esta primera parte está destinada a averiguar de qué soluciones tecnológicas dispone su organización, así como el proceso de toma de decisión llevado a cabo para adoptarlas.

1. Para cada una de las soluciones tecnológicas de la tabla siguiente. **Marque con una X la opción que más se ajusta a la situación de su organización.**

Productos de software y hardware	Actualmente dispone del producto	No dispone del producto pero prevé comprarlo en los próximos 3 años	No prevé comprarlo en los próximos 3 años	No corresponde
Integración de aplicaciones empresariales (EAI) y <i>middleware</i>				
Almacenamiento en red (SAN) o vinculado a la red (NAS)				
Sistema operativo Linux				
Recibos digitales				
Identificación por radio frecuencia (RFID)				
Biométricas				
Autenticación y verificación de terceras partes (Verisign, etc.)				
Sistemas de vigilancia				
Hardware y Software de conectividad de redes inalámbricas (Wi-Fi, LAN inalámbricas, etc.)				
Herramientas de trabajo en grupo y herramientas de productividad (Lotus Notes, etc.)				
Herramientas de colaboración y portales (gestión de documentos, colaboración, etc.)				
Sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP)				
Página web y comercio electrónico				
Herramientas de inteligencia empresarial (Business Intelligence)				
Herramientas de modelaje de procesos (Business Process Modelling)				
Gestión de contenidos				
e-Learning				
Mensajería Instantánea Empresarial (IM)				
Gestión de la cadena de suministro (SCM)				

2 Respecto a cada una de las siguientes aplicaciones de hardware y software. **Indique con una X la tendencia que ha experimentado el presupuesto de su organización durante los últimos 3 años.**

	Reducción significativa	Reducción	No ha variado	Incremento	Incremento significativo	No corresponde
Hardware: almacenamiento						
Hardware: seguridad						
Software: sistemas operativos y conectividad						
Software: aplicaciones						
Software: seguridad						
Intranets y extranets						
Contratos de servicio ASP, co-ubicación, co-almacenamiento, integración aplicaciones, etc.						
Outsourcing a terceros países (offshore)						
Infraestructura						
Software y hardware inalámbrico						
Servicios informáticos bajo demanda (On demand computing)						
Recuperación de desastres y continuidad del negocio desde el 11 de septiembre						

2.b Indique el grado de importancia que los siguientes aspectos tienen en la toma de decisiones para la adopción de soluciones tecnológicas en Tecnologías de la Información en su organización.

Criterio en la adopción de tecnología	Ninguna importancia	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante
La opinión o preferencia de los usuarios					
La experiencia o habilidad actual de los empleados de TIC					
La racionalidad basada en costes (TCO)					
Las habilidades de los usuarios					
Evitar cambios radicales en las rutinas de trabajo					
Aumentar la independencia frente a los proveedores					
Las características técnicas propias de la tecnología en cuestión					
La opinión de los colegas o grupos afines					
La existencia de soporte externo por parte del proveedor o similar					
La estandarización de la solución que se desea adoptar					
La opinión o preferencia de la alta dirección, si la manifiesta					
La reputación del proveedor					
La irreversibilidad de la solución adoptada					
La creencia de que la solución en cuestión se adopte de forma mayoritaria en el sector					
El riesgo de fracaso al tomar la decisión					

Parte II. Interacción con el cliente

Gestionar las relaciones con los clientes es fundamental para muchas organizaciones. Las preguntas de esta sección están enfocadas a saber de que forma se lleva a cabo este proceso en su organización.

3. ¿Cuáles de estos canales utiliza su organización como punto de contacto con el cliente (tanto para ventas como otros propósitos)? **Por favor, señale TODOS los canales que utiliza.**

- Contacto cara a cara (en el punto de venta, oficina, distribuidor)
- Correo ordinario (cartas, postales)
- Referencias de otros clientes
- Fax
- Correo electrónico
- Teléfono
- Mensajes de texto telefónicos
- Sistema Telefónico de Audio-respuestas (IVR)
- Teléfono – Integración informática de telefonía (CTI)
- Web de la empresa – Catálogo online
- Web de la empresa – Transacciones con pago de factura, recibos online, etc
- Pantalla emergente (*pop up*)
- Intermediarios online o terceros
- Impresos/volantes/catálogos
- Radio/TV
- Kioscos
- Extranet
- Ninguna de las anteriores**

4. Para cada una de las funciones de gestión de relación con el cliente en la tabla siguiente. **Marque con una X el grado de automatización que más se ajuste a su organización.**

Funciones	Función no automatizada	Función parcialmente automatizada	Función altamente automatizada	No corresponde
Help Desk				
Integración con sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP) y de gestión de la cadena de suministros (SCM)				
Marketing (target marketing, customer targeting, etc.)				
Automatización de las llamadas de ventas				
Gestión del contenido de páginas web				
Realización de pedidos				
Pedidos: seguimiento y entrega				
Gestión de las reclamaciones de los clientes				

5. ¿Utiliza su organización los siguientes mecanismos de segmentación de clientes? **Por favor, señale TODOS los que empleen.**

- Personalización de su sede web según tipo de cliente
- Precios dinámicos / personalizados
- Segmentación geográfica de clientes
- Segmentación de clientes según el acceso a la tecnología online
- Portales para clientes
- Pertenencia a comunidades de usuarios (en términos de gestión de canal).
- Venta cruzada automatizada (p. e. Cajeros automáticos)
- Segmentos de mercado
- Valoración ponderada de solvencia/ historia previa
- Ninguna de las anteriores**

6. ¿Utiliza su organización cualquiera de las siguientes tecnologías para el análisis de los datos de clientes? **Por favor, señale TODAS las tecnologías que utiliza.**

- Perfil del cliente
- Data Marts y Data Warehouse
- Minería de datos: estadísticas
- Minería de datos: redes neuronales
- Recogida de información proactiva
- Detección de fraude
- Previsión de la demanda
- Identificación de tendencias
- Ninguna de las anteriores**

7. Estime el presupuesto anual que su organización dedicará a la publicidad online en los próximos años, indicándolo como el porcentaje del presupuesto total que su organización dedica a publicidad. **Por favor, recuerde que les garantizamos que todos sus datos serán tratados de forma confidencial.**

Año	Presupuesto anual de publicidad										
	0 %	< 0 , 5 %	0,5%-0,9%	1%-1,9%	2%-4,9%	5%-9,9%	10%-19,9%	20%-49,9%	50%-79,9%	80%-99,9%	1 0 0 %
2003											
2004											
2005											
(Estimado) 2006											
(Previsto) 2007											

8. ¿Qué canales utiliza su organización para vender productos y servicios?

- Sólo online
- Sólo tradicional. **En ese caso, pase directamente a la siguiente sección, Parte III. Socios comerciales, pregunta 12.**
- Tradicional y online
- Mayoritariamente tradicional con algunos productos y servicios ofrecidos online.

9. Señale los métodos de publicidad online que utiliza su organización.

- Banners
- Ventanas emergentes (*Pop up*)
- Seminarios web (*Webinars*)
- Revistas electrónicas
- Grupos de discusión
- Anuncios o enlaces en otras sedes web para dirigir el tráfico a su sede web
- Anuncios o posicionamiento en buscadores para dirigir el tráfico a su sede web
- Incentivos en material impreso para dirigir a los clientes a su sede web
- Ninguna de las anteriores**

10. Indique si alguno de estos elementos ha cambiado al pasar del medio tradicional al medio online.

	Se mantiene igual	Nuevo o modificado para el medio online
Logo		
Eslogan		
Nombre (por ejemplo .com)		
Concepto de marca		

11. Para cada uno de los factores de la siguiente tabla, **marque con una X la casilla que indique la diferencia entre el negocio tradicional y el negocio online para su organización.**

Factores	Mucho más bajo en el online	Algo más bajo en el online	Igual online que tradicional	Algo más alto para el online	Mucho más alto para el online
Coste del producto (s)					
Precio					
Márgenes operativos					
Ingresos					
Volumen de ventas					
Productos/Servicios ofrecidos					
Captación de datos					
Tareas que los usuarios efectúan por si mismos. (Como complementar formularios online) que tradicionalmente era trabajo de los empleados.					

Parte III. Socios comerciales

A medida que aumenta el número de socios comerciales también crece la necesidad de comunicarse con ellos. la intención de las preguntas de esta sección es conocer que aplicaciones, canales y mecanismos utiliza su organización para comunicarse.

12. Indique las aplicaciones que su organización utiliza o prevé utilizar para comunicarse con sus socios comerciales.

Aplicaciones	Lleva acabo está actividad pero sin apoyo de software	Actualmente no utiliza ninguna aplicación pero prevé comprarla en los próximos tres años	Utiliza una aplicación de software.	No se lleva acabo esta actividad.
Gestión de la relación con los socios (PRM)				
Aprovisionamiento electrónico (e-procurement)				
Pago electrónico				
Previsión colaborativa				
Conformidad electrónica				
Planificación colaborativa				
Planificación de la demanda y reposición de existencias				
Gestión de provisión y suministro				
Comunicación a través de web				
EDI (Intercambio de Datos Electrónicos)				
Comunicaciones basadas en XML				

13. ¿Cuáles de los siguientes canales y mecanismos B2B utiliza su organización en el proceso de compra? **Por favor, señale TODOS los utilizados.**

- Compra directa
- Contratos de compra a largo plazo
- Catálogos
- Enlaces directos con proveedores
- Mercado electrónico con proveedores
- Mercado electrónico con clientes
- Agregadores
- Marketplaces genéricos
- Subastas / subastas online
- Compra agregada
- Ninguna de las anteriores**

Parte IV. Resultados de negocio

En esta sección las preguntas están orientadas a identificar la relación que existe entre la tecnología y los objetivos estratégicos de su organización.

14. ¿Cómo ha afectado la tecnología a su organización en términos de cada uno de los siguientes resultados económicos y operacionales?

Resultados	Reducción significativa	Reducción	Estable	Aumento	Aumento significativo
Costes I+D					
Costes de producción					
Costes de investigación de mercado					
Costes de publicidad y marketing directo					
Costes de promoción y fidelización del usuario					
Costes comerciales					
Costes de atención al cliente					
Costes de tecnología					
Costes de recursos humanos					
Costes de consultoría y colaboración					
Costes de comunicación interna					
Tiempo de llegada al mercado de nuevos productos (<i>time to market</i>)					
Riesgo de fracaso de nuevos productos					
Número de productos nuevos					
Cuota de mercado					
Ingresos					
Beneficios					
Márgenes					

15. ¿En qué áreas estratégicas de su organización ha tenido impacto la tecnología? **Marque con una X la casilla más apropiada para cada una de las áreas.**

Áreas	Reducción significativa	Reducción	Estable	Aumento	Aumento significativo
Entender el comportamiento de compra del usuario					
Entender las expectativas del usuario a futuros productos					
Entender la satisfacción del usuario con los productos y servicios actuales					
Conocimiento de los productos y servicios de la competencia					

Parte V. Globalización

La creciente globalización impacta de forma notable la gestión de las empresas. Ayúdenos a entender como ha afectado este fenómeno a su organización respondiendo a las siguientes preguntas.

16. Por favor, indique si su organización mantiene algún tipo de operación con las siguientes regiones. **Marque con una X la columna más apropiada para cada fila.**

Regiones	Actualmente mantiene negocios	Prevé iniciar operaciones en los próximos tres años	No prevé iniciar operaciones en los próximos tres años
EEUU			
Canadá y México.			
América Latina			
Europa Occidental			
Europa del Este y Central			
África			
Oriente Medio			
Sureste asiático			
Sur de Asia			
Asia Pacífico			

17. Para las siguientes afirmaciones, que indican el alcance geográfico de su organización en términos operativos. **Señale con una X, en que medida esta de acuerdo o en desacuerdo con cada una de ellas.**

	Reducción significativa	Reducción	Estable	Aumento	Aumento significativo
Número de centros de producción/ servicios					
Comercio en otros países					
Distancia media entre proveedores y fabricantes					
Número de países con centros de aprovisionamiento					
Distribuidores/ Filiales alrededor del mundo					
Número de idiomas en los que está su sede web y/o folletos					

Parte VI.a Organización interna. Asuntos relacionados con el trabajo y la dirección

18. Para cada una de las siguientes afirmaciones, relacionadas con el impacto que ha tenido la tecnología sobre la plantilla. **Indique con una X la casilla más apropiada para cada tendencia.**

Impacto de la tecnología	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
Más empleados trabajan a distancia					
Incremento del uso de teleconferencias					
Aumento de la proporción de empleados trabajando ante a una pantalla					
Reducción de la plantilla debido a la automatización de funciones					
Reducción de la plantilla debido a la subcontratación					
Necesidad de incremento de habilidades de TI en los niveles inferiores					
Incremento de la colaboración entre trabajadores debido al uso de herramientas de colaboración online (p.e. Net Meeting)					
Necesidad de reciclaje constante de los trabajadores para mantenerse al día de los cambios tecnológicos					
Creciente demanda de acceso inteligente a la información a nivel ejecutivo					
Reducción del número de mandos intermedios					
Las TI han pasado de ser una función de apoyo a una función de línea					

19. Para cada una de las siguientes afirmaciones, relacionadas con el impacto que ha tenido la tecnología sobre la estructura de su organización. **Indique con una X la casilla más apropiada para cada tendencia.**

Impacto de la tecnología	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Muy de acuerdo
El ámbito de supervisión de los ejecutivos es cada vez más amplio. (Aumenta el numero de subordinados que reportan directamente a un ejecutivo)					
La organización es cada vez más plana (Se reducen los niveles jerárquicos)					
Aumenta la monitorización de las interacciones con el cliente (como llamadas telefónicas a/del usuario)					
Aumenta la monitorización automática de la productividad de la plantilla					
Los incentivos se basan en la monitorización de la productividad					
Aumenta la dispersión geográfica de la organización					
Aumento de la disponibilidad de nuevas herramientas para la toma de decisiones y de tecnologías on-line					

Parte VI.b Organización interna – Externalización del proceso de negocio

20. ¿Cuales de las siguientes actividades de negocio ha externalizado su organización? **Seleccione la columna que más se ajuste su situación.**

Procesos de negocio	Actualmente no externalizada	Actualmente no externalizada pero prevé hacerlo en los próximos tres años	Externalizada parcialmente	Externalizada significativamente	No se lleva a cabo la actividad
Funciones de TI: programación					
Funciones de TI: Operación de centro de datos					
Funciones de TI: Gestión de red / comunicación					
Funciones de TI: Gestión de datos					
Atención al cliente (atención telefónica, helpdesk u online)					
Nóminas					
Investigación de mercado					
Contabilidad					
Finanzas					
Entrega del pedido					
RFP (Solicitud de presupuesto), ofertas y gestión de contratos					

21. Por favor, estime el presupuesto total que su organización dedica a la subcontratación, **como un porcentaje de los ingresos por ventas.**

	0%	<0,5%	0,5-1%	1,1%-2%	2,1%-5%	5,1%-10%	10,1%-20%	20,1%-50%	50,1%-80%	80,1%-99,9%	1 0 0 %
Subcontratación relacionada con TI											
Subcontratación NO relacionada con TI											
Subcontratación laboral en el extranjero (Deslocalización externalizada)											

Parte VII. Perfil de la compañía

22. Por favor, indique su posición (o cargo) y función dentro de su organización. _____

23. ¿Cuál es el cargo más alto de su organización a quién rinde cuentas?

Director General o Consejero Delegado

Director Financiero

Otro, indique cual _____

24. Describa las actividades de negocio de su organización con sus propias palabras. Por favor, asegúrese de incluir todos los principales productos y servicios.

25. Según la siguiente división, ubique a su organización en los sectores de actividades económicas a la que se dedica. Por favor señale TODAS las opciones que correspondan.

Manufacturas

Servicios

Productos físicos

Productos de información

Ventas al consumidor

Ventas a la empresa

26. Por favor, indique el número total de empleados _____ y el número de empleados de TI _____ de su organización.

27. Estime (en euros) los ingresos anuales de su organización en 2005. _____ €

28. Por favor, estime el presupuesto en TI de 2005 (incluidos capital y operaciones) como porcentaje de los ingresos totales de su organización: _____ %

29. Por favor, opine o haga cualquier tipo de observación si lo cree oportuno:

Muchas gracias por haber llegado hasta el final del cuestionario. Nos gustaría mantenerle informado sobre todos los eventos organizados por el IESE Business School relacionados con el Proyecto BIT, por lo que le agradeceríamos que nos proporcionara la siguiente información de contacto:

Nombre: _____

Correo Electrónico: _____

Cargo (Actual): _____

Compañía (Actual): _____

Dirección (Opcional): _____

Teléfono (Opcional): _____

Estoy interesado en asistir a conferencias relacionadas con el BIT,

y quiero recibir información al respecto (Si/No): _____

En cumplimiento de la LOPD 15/1999 y de la LSSI-CE 34/2002 se INFORMA al receptor del presente documento que los datos de carácter personal que él mismo facilita, incluido su correo electrónico, y que resultan necesarios para la formalización, gestión administrativa así como la ejecución y desarrollo de toda aquella actividad institucional propia del IESE, Universidad de Navarra (en adelante IESE), se incorporarán a un fichero automatizado cuya titularidad y responsabilidad viene ostentada por el IESE. Al remitir el interesado sus datos de carácter personal y de correo electrónico al IESE, expresamente AUTORIZA la utilización de dichos datos a los efectos de las comunicaciones periódicas, incluyendo expresamente las que se realicen vía correo electrónico, que el IESE o las entidades pertenecientes al ámbito docente del IESE llevan a cabo con sus alumnos, antiguos alumnos y posibles interesados informándoles de sus actividades/noticias, cursos, programas así como cualesquier ofertas de servicios y productos relacionados con la actividad institucional que se desarrolla. El interesado podrá ejercitar respecto a sus datos los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición enviando una carta a e-Business Center PwC&IESE, Avda. Pearson 21, 08034 Barcelona o al correo electrónico BIT@iese.edu solicitando, en su caso, (i) que se le remitan por la misma vía sus datos personales que obran en los ficheros del IESE a los efectos de su consulta o su posible rectificación o bien (ii) que se cancele y/o revoque la autorización para la recepción de comunicaciones, debiendo notificar el IESE la efectiva rectificación y/o cancelación de los datos de carácter personal de su fichero.

Por favor, para cualquier consulta no dude en dirigirse a: Andrea Ramírez, BIT@iese.edu tel.: 93 602 40 99 11