



MEMORIA DE ACTIVIDADES

CURSO 2003 - 2004

INDICE

1. Resumen Memoria 2003-2004 (página 3)
2. Investigación 2003-2004 (página 4)
3. Formación 2003-2004
 - 3.1 Ciclo de continuidades (página 11)
 - 3.2 III Encuentro de e-business (página 12)
 - 3.3 Otros programas (página 14)
4. Comunicación 2003-2004
 - 4.1 Prensa (página 15)
 - 4.2 Newsletter (página 23)

1. RESUMEN MEMORIA CURSO 2003 - 2004

Investigación

- 8 Dossieres
- 2 Libros
- 3 Casos
- 2 Notas Técnicas
- 2 Documentos de Investigación

Formación

- 4 Sesiones de Continuidad
- Encuentro de e-business
- Participación en Internet Global Congress IGC/INET 2004
- Participación en Barcelona Internacional Marketing Meeting BIMM 2004

Comunicación

- 18 artículos publicados en Expansión Digital
- 20 artículos publicados en la revista Computing
- 18 artículos publicados en otros medios, nacionales e internacionales
- 10 artículos publicados en la Web de la editorial jurídica vLex.com
- Aparición en más de 25 artículos con motivo del III Encuentro de e-business, el Estudio sobre usos y actitud de los jóvenes hacia Internet y la telefonía móvil, el dossier sobre Linux y otras actividades del Centro
- 6 notas de prensa
- Página Web del Centro: www.ebcenter.org y Newsletter en español e inglés (3.246 suscriptores en español y 190 en inglés).

2. INVESTIGACIÓN 2003-2004

DOSSIERES

A partir de la investigación del Centro se ha elaborado una colección de **8 dossieres** que sintetizan lo aprendido en las áreas de investigación:

- Dossier "Linux y la revolución del software de código abierto. Reflexiones para decidir su implementación en la empresa"
- Estudio "Uso y actitud de los jóvenes hacia Internet y la telefonía móvil"
- Dossier "Medios de pago electrónicos. Hacia la desintermediación bancaria"
- Estudio "Sector español del automóvil, ¿preparado para el e-SCM?"
- Dossier "Más allá de la empresa extendida"
- Dossier "CRM: tres estrategias de éxito"
- Dossier "¿Hay B2C en España?" 2004
- Dossier "Competitividad y supervivencia de las empresas de telecomunicaciones"

1. Linux y la revolución del software de código abierto. Reflexiones para decidir su implementación en la empresa

Francesc Miralles, Sandra Sieber y Josep Valor

Linux se está convirtiendo en una poderosa alternativa a los sistemas operativos propietarios, capaz de reportar un ahorro de 17 millones de dólares al gigante del comercio electrónico Amazon.com o de permitir a la división de ventas de la filial estadounidense Toyota Motors invertir 650.000 dólares menos en su sistema de gestión de la relación con los clientes. ¿Significa eso que al utilizar sistemas propietarios se está malgastando dinero? No necesariamente, pero es importante analizar con detalle las ventajas e inconvenientes de una y otra alternativa. Este dossier ofrece una guía con los criterios a aplicar para decidir si conviene o no implantar Linux en una empresa.

2. Uso y actitud de los jóvenes hacia Internet y la telefonía móvil

Josep Valor y Sandra Sieber

En España los jóvenes han sido los primeros en interesarse y apostar por Internet. De hecho, ellos han sido los principales impulsores de la adopción de la banda ancha en los hogares y son también los principales prescriptores de las compras domésticas de tecnología. Sin embargo, influir en las decisiones de compra de los jóvenes internautas españoles no parece tarea fácil: apenas un 3% piensa que la publicidad interfiere en la adquisición de su teléfono móvil. Los datos proceden del estudio del e-business Center "Uso y actitud de los jóvenes hacia Internet y la telefonía móvil", en el que los profesores del IESE Josep Valor y Sandra Sieber resumen las implicaciones para el sector de esta relación entre jóvenes y nuevas tecnologías.

3. Medios de pago electrónicos. Hacia la desintermediación bancaria

Javier Santomá

Tradicionalmente, las entidades bancarias han ejercido el papel de únicas intermediarias en los procesos de pago. Pero los nuevos medios de pago electrónicos -funcionen a través de Internet, móvil o redes de cajeros no vinculadas a un banco- amenazan la relación privilegiada que hasta ahora tenían los bancos con sus clientes. Se trata de un cambio que puede tener un gran impacto en la manera de hacer banca. Con el fin de analizar cómo podría afectar esta reconfiguración del sector a las finanzas, el profesor del IESE Javier Santomà -con el soporte del e-business Center PwC&IESE- ha elaborado un dossier que, bajo el título "Medios de pago electrónicos. Hacia la desintermediación bancaria", identifica, describe y evalúa los distintos modelos de medios de pago aparecidos al amparo de las nuevas tecnologías.

4. Sector español del automóvil ¿preparado para el e-SCM?

Marc Sachon

La industria del automóvil ha experimentado una profunda transformación en los últimos diez años. Por un lado, ha aumentado la presión de los consumidores sobre los fabricantes para que lancen nuevos modelos más personalizados. Por otro, la continua rebaja de los márgenes –que en ocasiones apenas rozan el 5%– ha llevado a los grandes fabricantes de automóviles a subcontratar muchos de sus servicios con el fin de reducir costes. Esta tendencia ha multiplicado el número de proveedores con los que trabajan los fabricantes del sector.

El estudio, basado en encuestas a 72 pymes, pretende averiguar el nivel de desarrollo de la gestión virtual de la cadena de suministro (e-SCM) para los proveedores del sector de la automoción en España.

5. Más allá de la empresa extendida

Sandra Sieber

Históricamente, el objetivo de los SI y de las TIC ha sido integrar en un único sistema la información procedente de las distintas áreas de la empresa. En la actualidad, sin embargo, esta integración se extiende también a la información generada por el resto de los participantes en la cadena de suministros, desde clientes hasta proveedores.

Las TIC han permitido la automatización de diferentes tipos de interacción (uno a uno, uno a muchos, o muchos a muchos). Esto no sólo afecta a los costes de los procesos de gestión internos o entre empresas, sino que puede llegar a suponer la transparencia de mercados o cadenas de suministro, lo que a la postre es el gran objetivo. Es lo que conocemos como la *extended enterprise*.

Este dossier repasa las diferentes maneras en que las TIC han afectado a las relaciones –tanto internas como externas– de las empresas, demostrando que la aparición de Internet y de las denominadas iniciativas B2B (*Business to Business*) son tan sólo un paso más de una larga evolución.

6. CRM: tres estrategias de éxito

Lluís Renart y Francesc Parés

Este documento presenta los principales conceptos relacionados con el marketing relacional o *Customer Relationship Management* (CRM): qué es un CRM, cuáles son sus beneficios potenciales, por qué fallan muchos de estos proyectos o cómo evaluar *a priori* su viabilidad potencial. La exposición de los conceptos teóricos se complementa con la presentación de tres casos prácticos, estudiados a fondo y publicados por los autores, de aplicaciones del concepto CRM: Spainsko, Hewlett-Packard Designjet Online y la cadena de jugueterías Imaginarium. Estos tres casos de éxito de CRM ilustran unas estrategias de marketing relacional caracterizadas por su buen diseño y funcionamiento y demuestran que un plan de CRM es algo más que una tarjeta de fidelización o un programa de puntos a canjear por regalos y descuentos.

7. ¿Hay B2C en España? 2004

José Luís Nueno

Este documento estudia la situación actual del comercio electrónico en España y, particularmente, del que tiene lugar entre empresa y consumidores (B2C). Se pretende analizar, en primer lugar, la situación del B2C desde una perspectiva global, en Estados Unidos y Europa. En segundo lugar, se describe el mercado del B2C en España, tanto desde el lado de la demanda como desde el de la oferta. El análisis de la oferta del mercado incluye, además, una breve relación de algunas empresas punto.com españolas que han desaparecido a lo largo de estos años y de otras que han logrado mantenerse a flote hasta llegar a alcanzar, en algunos casos, beneficios. A continuación, se estudia en profundidad el fenómeno de deslocalización de la oferta en la Red, dado que más de la mitad del B2C que se realiza en España se efectúa a través de Webs extranjeras. Se analizan el mercado del Reino Unido, que concentra actualmente el mayor número de operaciones de B2C desde España, y los resultados de las divisiones internacionales de los gigantes online norteamericanos (Amazon, eBay, Yahoo, Google, Monster y Expedia), cuyos datos muestran también que Europa se ha convertido en su mercado más dinámico. El informe concluye con una descripción del proceso de consolidación de estas compañías en los mercados europeo y español.

8. Competitividad y supervivencia de las empresas de telecomunicaciones

Josep Valor y Sandra Sieber

Este proyecto investiga qué condiciones deberían darse en el sector de las telecomunicaciones español para que se desarrollara un mercado de competencia y, al mismo tiempo, capaz de mantener la rentabilidad del conjunto de empresas que operen en él. Con este propósito, se analizan las variables económico-financieras que rigen el sector, se valida la hipótesis de que el mercado por sí mismo no garantiza la sustitución de determinadas tecnologías por otras nuevas y se establecen las líneas estratégicas para afrontar los retos del sector en los próximos años.

LIBROS

Durante este año académico han visto la luz dos libros:

- *Sources of Information Value: Strategic Framing and the Transformation of the Information Industries*
- Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico en Internet

1. “**Sources of Information Value: Strategic Framing and the Transformation of the Information Industries**”

Joan Enric Ricart, Josep Valor y Brian Subirana
Ed. Palgrave Macmillan

Internet ha demostrado una gran capacidad para la creación de valor a través de la reducción de los costes de transacción, los costes de búsqueda o la mejora de las oportunidades de personalización. Sin embargo, la creciente rivalidad y la constante entrada de nuevos competidores, así como el incremento de la transparencia en el mercado, constituyen barreras a la apropiación de valor por parte de las empresas. La cuestión es: ¿cuáles son los modelos de negocio capaces de capturar valor en este nuevo entorno? ¿Dónde reside el valor en las industrias basadas en información? El libro "*Sources of Information Value: Strategic Framing and the Transformation of the Information Industries*", de los profesores del IESE Joan E. Ricart, Brian Subirana y Josep Valor, responde a estas preguntas.

2. “**Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico en Internet**”

Javier Ribas
Ed. Aranzadi

Quien no haya usado aún Internet para hacer negocios, que tire la primera tarjeta de crédito. No obstante, en un mundo cada vez más online, todavía surgen muchos interrogantes: ¿Qué elementos de una página Web son susceptibles de ser protegidos? ¿Qué dice la Ley al respecto? ¿Cómo se "firma" un contrato online? ¿Qué hay que hacer para prevenir los delitos informáticos? Las respuestas a éstas y otras cuestiones se hallan en la segunda edición del libro de Javier Ribas Alejandro "Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico en Internet", que ha editado Thomson y Aranzadi en colaboración con el e-business Center PwC&IESE

CASOS

En este curso académico se han publicado 3 casos:

- Imaginarium (M-1173)
- Hewlett-Packard Designjet Online (M-1175)
- Phillips Bets on Recordable DVD: Conflicting Technologies (M-1179)

1. Imaginarium (M-1173)

Laureano Berasategui, Lluís Renart y Francesc Parés

A primeros de marzo de 2001, el presidente de Imaginarium se plantea las decisiones a tomar sobre la estrategia comercial de su empresa. Los principales dilemas de estrategia comercial parecen centrados sobre: 1) el proceso de internacionalización y desarrollo de la cadena de tiendas; 2) el lanzamiento de una nueva página Web que ofrezca la posibilidad de compraventa online; y 3) el subsiguiente mayor desarrollo del Club Imaginarium. La empresa tiene registradas entonces a casi 400.000 familias como socias del Club, pero no dispone de ninguna tarjeta de fidelización que permita saber con razonable certeza el importe de las compras anuales de juguetes de cada familia-socio. La empresa se plantea la conveniencia de lanzar una tarjeta de fidelización y si la misma debe ser propia y exclusiva de la empresa o no.

2. Hewlett-Packard Designjet Online (M-1175)

Lluís Renart y Francesc Parés

En enero de 1998, tras diversos dilemas y dudas, la Inkjet Commercial Division (ICD) puso en marcha Designjet Online, un programa de marketing relacional que tenía como eje principal una página Web de información y soporte a los ya propietarios de impresoras de gran formato del parque mundial existente de HP. Tras más de cinco años de esfuerzos, los resultados alcanzados habían sido calificados de brillantes. Sin embargo, existían diversos problemas que inquietaban a los responsables del programa y les hacían dudar sobre los pasos a seguir a corto plazo.

3. Phillips Bets on Recordable DVD: Conflicting Technologies (M-1179)

José Luis Nueno y Julián Villanueva

En agosto de 2001 el DVD ya representaba el mayor éxito reciente de la electrónica de consumo. Sin embargo, muchos consumidores echaban de menos poder grabar como lo hacían con el vídeo. Además, parecían dispuestos a pagar una prima por poder registrar/grabar. ¿Era entonces el momento adecuado para lanzar la primera Grabadora de DVD en Europa? Clare Bayes, Marketing Manager de Digital Video Recording Europe, tuvo que decidir si lanzar la grabadora de DVD en ese momento o esperar a que fuera un estándar.

NOTAS TÉCNICAS

Durante este curso se han publicado 2 notas técnicas:

- Criterios de evaluación para la toma de decisiones en la adopción de tecnologías: caso del software de código abierto (SIN 49)
- Análisis del mercado de software de código abierto (SIN 50)

1. Criterios de evaluación para la toma de decisiones en la adopción de tecnologías: caso del software de código abierto (SIN 49)

Josep Valor y Francesc Miralles

El objetivo de esta nota es ofrecer un marco de análisis que ayude, primero, a discernir aquellos criterios que son relevantes para evaluar una solución informática y, segundo, para aplicar estos criterios de forma confiable. La creciente complejidad de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), los elevados costes de inversión a que se ven sometidas las empresas para gestionar sus sistemas de información, y el elevado nivel de interdependencia que existe entre las diferentes TIC, y entre ellas y la sociedad, justifican la existencia de marcos de evaluación formales como el propuesto. Ese modelo de análisis se aplica al caso concreto de la evaluación de una solución informática basada en software de código abierto.

2. Análisis del mercado de software de código abierto (SIN 50)

Josep Valor y Francesc Miralles

El objetivo de esta nota es analizar el mercado que se ha generado alrededor del software de código abierto. La falta de homogeneidad, tanto por parte de la oferta como por parte de la demanda, obliga a disponer de marcos adicionales que faciliten el análisis. En este trabajo se ha utilizado el modelo de la cadena de valor online. Con la aplicación de ese marco de análisis se intenta explicar la posición de las empresas en este nuevo contexto, sus estrategias de posicionamiento y la forma en que estos movimientos afectan a la demanda del software.

DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Durante este curso se han publicado 2 documentos de investigación:

- E-learning: designing new business education (D-533)
- HP Designjet Online: Un éxito espectacular. (OP-04-1)

E-learning: designing new business education (D-533)

Cristina Cáliz

Las escuelas de negocios están bajo una intensa presión competitiva, y una manera de diferenciarse es adoptar las nuevas tecnologías. Sin embargo, incorporar las TIC en las escuelas de negocio no es trivial. Esta investigación intenta proporcionar una guía sobre el efecto que estas nuevas tecnologías pueden tener en el campo de la educación de ejecutivos, y proporciona un marco conceptual de los factores clave para diseñar un curso eficiente y efectivo.

HP Designjet Online: Un éxito espectacular. (OP-04-1)

Lluís Renart y Francesc Parés

A pesar de las dudas que parece estar generando la efectividad del marketing relacional, o *Customer Relationship Management* (CRM), existen ejemplos de

éxito que merece la pena conocer. Este es el caso del programa de marketing relacional de Hewlett-Packard (HP) para su división de impresoras de gran formato.

3. FORMACIÓN 2003-2004

3.1 Ciclo de Continuidad

Se han realizado cuatro programas de continuidad con una asistencia muy elevada.

FECHA	PROGRAMA	PONENTES	Nº PAX
6 Oct 03 Madrid	“El software libre desde la perspectiva de valor de la empresa” 1. El software libre como alternativa en el mercado de los sistemas operativos: ¿cuándo es una opción para su organización? 2. Panel de experiencias en software libre - Experiencia práctica. Adopción de software libre en Banco Zaragozano para banca por Internet - Software libre (Linux) como línea de negocio en IBM	- Prof. Josep Valor, IESE - Profª. Sandra Sieber, IESE - D. Francesc Miralles, Investigador eb-Center - D. Miguel de Reyna, Responsable de Banca por Internet, Banco Zaragozano - D. Antonio E. Martínez, Miembro del Technical Expert Council de IBM España y Portugal, Consulting I/T Architect	96
26 Feb 04 Barcelona	Cómo sincronizar la estrategia con los sistemas de información y crear sinergias	- Profª. Sandra Sieber, IESE - D. Antonio Macià Creus, DGI, Grupo Penteo	89
11 May 04 Madrid	Retos en la seguridad de la información y las relaciones electrónicas con clientes y proveedores (Presentación Libro)	- D. Javier Ribas, PwC-Landwell - Prof. Brian Subirana, IESE	51
24 May 04 Barcelona	Creación de valor en los sectores relacionados con la información (Presentación Libro “ <i>Sources of Information Value</i> ”)	- Prof. Josep Valor, IESE - Prof. Joan Enric Ricart, IESE - Prof. Brian Subirana, IESE - D. Joan Majó, Director General, Corporació Catalana de Ràdio i Televisió	124

3.2 III Encuentro de e-business

El pasado 4 de marzo de 2004, se celebró en el IESE de Madrid el III Encuentro de e-business bajo el lema "Información, tecnología y valor: en busca del ciclo virtuoso". El objetivo de la jornada fue reflexionar sobre la importancia de las TIC y sobre su capacidad de generar ventajas competitivas en las empresas. Al evento asistieron 66 personas de alto nivel y ponentes de reconocido prestigio internacional como:

- Prof. Peter Cochrane, Fundador de ConceptLabs y Fellow de la IEE y la IEEE
- D. Greg H. Garrison, Director de PricewaterhouseCoopers MENLO PARK EUROPE TECHNOLOGY
- Prof. Erik Brynjolfsson del MIT y Director del eBusiness Center MIT

Introducción

Hasta ahora, los anteriores encuentros del e-business PwC&IESE habían recogido la experiencia de las empresas durante la burbuja de Internet, su posterior hecatombe y la transformación de las empresas tradicionales para sacar la máxima ventaja competitiva a las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC).

Este año se produjo un controvertido debate sobre la importancia de las TIC. Algunos autores argumentan que las TIC ya no proporcionan ninguna ventaja competitiva a los negocios porque se han convertido en *utilities*, son ubicuas y están al alcance de todas las empresas. Estas hipótesis se basan en que el impacto de las tecnologías se minimiza a medida que éstas se abaratan y universalizan.

El e-business Center PwC&IESE cree que, lo que determina si las TIC son o no estratégicas, no es la tecnología *per se* (el software o el hardware) sino su uso. Es decir, en el binomio tecnología de la información, el concepto realmente importante es el segundo. Cualquiera puede comprar tecnología, pero la información es propiedad exclusiva de cada empresa. Mientras las tecnologías pueden llegar a ser una *utility*, la información permite a las empresas diferenciarse entre sí, y por tanto, puede aportar superioridad sobre la competencia

PROGRAMA

- 8:30 - 9:00 h. **Recepción de participantes y entrega de documentación**
- 9:00 - 9:30 h. **Inauguración del III Encuentro de e-business**
- *Excmo. Sr. D. Carlos López Blanco*, Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información del Ministerio de Ciencia y Tecnología
- *Prof. Juan José Toribio*, Director del Campus de Madrid del IESE
- *D. Miguel Fernández de Pinedo*, Presidente de PricewaterhouseCoopers y Co-presidente del e-business Center PwC&IESE
- 9:30 - 10:30 h. **Información, Tecnología y valor para el negocio**
Sin duda, las tecnologías de la información importan. Sin embargo, existen posiciones encontradas sobre si éstas deben gestionarse como *utilities* o como elementos diferenciadores para la competitividad de la empresa. El ponente explicará los factores que las empresas deben valorar para adoptar una de estas dos visiones.
- *Prof. Peter Cochrane*, Fundador de ConceptLabs y *Fellow* de la IEE y la IEEE
Moderador: *Prof. Josep Valor* del IESE
- 10:30 - 11:00 h. **Descanso**
- 11:00 - 12:30 h. **Empresa reducida, empresa extendida**
En un mercado de creciente complejidad en el que el margen de beneficio de las empresas es cada vez más reducido, las organizaciones se ven obligadas a rebajar el coste de sus procesos. Para lograrlo recurren, además de a la mejora de la eficiencia en la gestión, a la externalización de servicios (*outsourcing*) para centrarse en su *core business*. Paradójicamente, cuánto más 'reducida' es una empresa, más 'extendidos' deben ser sus sistemas con el fin de incluir la información generada por un número cada vez mayor de proveedores.
- *D. Rosendo Urbán*, Director de División Auna de Ericsson España
- *D. Víctor Rodríguez*, Director de Sistemas de Jazztel
- *D. Pedro Martínez*, Director de Organización del Banco Urquijo
Moderadora: *Profa. Sandra Sieber* del IESE
- 12:30 - 13:30 h. **Tendencias: Inteligencia empresarial en tiempo real**
A principios de los 90, el objetivo de la reingeniería de procesos era alcanzar el máximo nivel de productividad y rentabilidad. Al final de esa década, la explosión comercial de las aplicaciones de negocio prometió una rápida automatización de las funciones empresariales. Si bien se experimentó una mejora en esas áreas, no es menos cierto que se produjo una fragmentación de las transacciones departamentales y de los procesos de negocio en silos funcionales. Ahora, la tecnología ha madurado y se ha alineado y orientado para enlazar e integrar de nuevo las funciones empresariales. La integración a través de herramientas EAI (*Enterprise Application Integration*), la extensión de la funcionalidad en las aplicaciones de negocio y los servicios Web son elementos clave que van a marcar las tendencias en las empresas. El objetivo es la monitorización de los procesos y la toma de decisión de forma más eficaz, en tiempo real y en el tiempo adecuado.
- *D. Greg H. Garrison*, Director de PricewaterhouseCoopers MENLO PARK EUROPE TECHNOLOGY
Moderador: *Prof. Marc Sachon* del IESE
- 13:30 - 13:45 h. **Descanso**
- 13:45 - 15:00 h. **El cliente como centro de la proposición de valor de la empresa**
En la actualidad, el principal beneficiario de las TI es el cliente, que puede acceder a una mayor información y mejorar así su toma de decisiones. Además, las nuevas tecnologías le permiten transmitir sus exigencias directamente al fabricante. Para adaptarse a este nuevo paradigma, las empresas deben situar al cliente en el centro de su proposición de valor y adaptar su oferta personalizada en función de las necesidades de cada usuario.
- *D. José Antonio de Paz*, Director Comercial del ESG (Enterprise Systems Group) de HP España
- *D. Juan Antonio Castellanos*, Director General de Apple España
- *D. José Luís Marín*, Director Marketing de Integración de Barclays Bank
Moderador: *D. Jesús Díaz de la Hoz*, Socio Director de

PricewaterhouseCoopers

15:00 - 16:30 h. **Almuerzo**

16:30 - 17:15 h. **Cómo aumentar la productividad de su empresa a través de la buena gestión del las TIC (VIDEOCONFERENCIA)**

A corto plazo, la informatización de las empresas contribuye a un aumento de la productividad y crecimiento de la producción equivalentes a un retorno de la inversión en TI normal. Sin embargo, a largo plazo este crecimiento es cinco veces más grande. Esta diferencia responde a que los cálculos convencionales de la productividad no tienen en cuenta la inversión realizada en factores complementarios a las TI, tales como el capital de organización (*organizational capital*), cuya amortización sólo es apreciada a largo plazo.

- Prof. Erik Brynjolfsson del MIT y Director del eBusiness Center MIT

Moderador: Prof. Brian Subirana del IESE

17:15 - 18:15 h. **La seguridad de la información: factor clave para la reputación corporativa**

La tecnología, alineada con los objetivos de negocio, debe facilitar la toma de decisiones ofreciendo información completa, fiable y transparente. En este contexto, cada vez son mayores las exigencias legislativas relacionadas con la seguridad de la información, la disponibilidad de información financiera adecuada y la privacidad en el tratamiento de los datos personales. El nuevo marco legal confiere a la tecnología un papel clave como elemento de reputación corporativa, y da un carácter prioritario y estratégico a la generación de confianza como elemento de buen gobierno.

- D. Santiago Moral, Director de Seguridad Lógica Corporativa del Grupo BBVA

- D. Francisco Javier García Carmona, Director de Seguridad de Información y Comunicaciones de Iberdrola

- D. Bernardino Cortijo, Vicepresidente de Seguridad de Terra Networks

Moderador: D. José María Insua, Director de PricewaterhouseCoopers

18:15 - 18:45 h. **Conclusiones y Clausura del Encuentro**

- Prof. Josep Valor del IESE y Profa. Sandra Sieber del IESE **Empresa, administración y ciudadanos ¿preparados para la sociedad de la información?**

- Ilma. Sra. Dña. Concepción Guerra, Viceconsejera de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid

3.3 Otros Programas

Participación en Internet Global Congress IGC-INET 2004

Barcelona, 10-14 de mayo de 2004. Además de participar como entidad colaboradora, el ebCenter estuvo representado en el evento con las siguientes ponencias:

- “Los jóvenes ante la tecnología: cómo Internet y el teléfono móvil les influyen”, por Sandra Sieber, profesora del IESE

- “Internet: semilla para nuevos clientes de la industria musical”, Luís Vives, candidato a doctoral del IESE.

- “Designjet Online, un programa de marketing relacional de la ICD de Hewlett Packard”, por Lluís Renart, Profesor del IESE

Participación en el Barcelona Internacional Marketing Meeting BIMM 2004

Barcelona, 17-19 de marzo de 2004. Carles Cabré, asistente de investigación del ebCenter, participó en el evento con una ponencia dedicada a la fidelización de clientes a través Internet.

4. COMUNICACIÓN

4.1 Prensa

ARTÍCULOS PRODUCIDOS POR EL CENTRO

EXPANSIÓN DIGITAL

Durante este curso se han publicado 18 artículos en Expansión Digital.

FECHA	Autor	Comentario	TÍTULO
17-09-04	Carles Cabré, ebCenter	Brian Subirana, IESE Juan P. Vilaplana, PwC	Luces y sombras en el negocio de la voz sobre IP
30-07-04	Carles Cabré, ebCenter	Jaume Ribera, IESE Fco. Javier Núñez, PwC	Los gigantes de Internet se globalizan
09-07-04	Miguel Reiser, ebCenter	Jordi Gual, IESE Juan P. Vilaplana, PwC	La deslocalización crea nuevas oportunidades
25-06-04	Carles Cabré, ebCenter	Brian Subirana, IESE Aristóteles Cañero, PwC	El diálogo entre máquinas, cada vez más fluido
28-05-04	Carles Cabré, ebCenter	Josep Valor, IESE Juan M. López, PwC	El difícil despegue de los grabadores digitales
14-05-04	Marlene Schara, ebCenter	Brian Subirana, IESE Javier Vello, PwC	El código de barras electrónico gana adeptos
30-04-04	Carles Cabré, ebCenter Guillermo Armelini, ebCenter	Julián Villanueva, IESE Javier Vello, PwC	Cómo extraer valor de la base de clientes
16-04-04	Carles Cabré, ebCenter	Josep Valor, IESE Juan M. López, PwC	El acceso online a través de la red eléctrica, a paso lento
26-03-04	Guillermo Armelini, ebCenter	Josep Valor, IESE María Barceló, PwC	El desafío de consolidar las diferentes bases de datos
12-03-04	Laureano Berasategui, ebCenter	Jorge Soley, IESE Arturo Derteano, PwC	Las hipotecas, productos estrella de la banca online
27-02-04	José María Insua, PwC	Brian Subirana, IESE Elena Maestre, PwC	La protección, un valor estratégico

FECHA	Autor	Comentario	TÍTULO
09-01-04	Luís Vives, IESE	Bruno Cassiman, IESE Javier Ribas, PwC	Pros y contras de la descarga de música online
12-12-03	Daniel Albiñana, ebCenter	Marta Chamorro, PwC Josep Valor, IESE	Lento despegue de los juegos online
05-12-03	Guillermo Armelini, ebCenter	Brian Subirana, IESE Sebastián Muriel, PwC	Nuevos retos para la mensajería instantánea
14-11-03	Guillermo Armelini, ebCenter	Josep Valor, IESE Juan P. Vilaplana, PwC	Las iniciativas de código abierto ganan terreno
24-10-03	Rita Ferreira, IESE	Lluís Renart, IESE José María Insua, PwC	Los prescriptores ganan terreno en Internet
10-10-03	Lori Rockett, IESE	Josep Valor, IESE Juan P Vilaplana, PwC	Las tecnologías importan, si uno quiere
03-10-03	Neus Palomeras, ebCenter	Bruno Cassiman, IESE Javier Ribas, PwC	El software se queda sin patentes

COMPUTING

Desde el mes de junio de 2003, el centro de e-business colabora quincenalmente con la revista Computing. A lo largo del curso 2003-2004 se han publicado 20 artículos en esta revista.

FECHA	Autor	TÍTULO
22-09-04	Carles Cabré, ebCenter	La telefonía a través de Internet suena en las empresas
08-09-04	Jorge Soley y Ahmad Rahnema, profesores del IESE	Basilea II: más cerca de lo que creemos
14-07-04	Guillermo Armelini, asistente ebCenter	La paradoja de la productividad: cuando invertir en TI no incrementa la eficiencia
30-06-04	Luís Vives, candidato a doctoral del IESE	'Spain' no es 'different' para iTunes
16-06-04	Guillermo Armelini, asistente ebCenter	La informática como servicio público

02-06-04	Sandra Sieber, profesora del IESE	Juegos online masivos, ingresos reducidos
19-05-04	Carles Cabré, asistente ebCenter	Gestionar la experiencia del cliente, un paso más hacia la fidelización online
28-04-04	Sandra Sieber, profesora del IESE	TI: cuanto mejor las usas, más importan
14-04-04	Carles Cabré, asistente ebCenter	Digitalización: hacia el incremento de la productividad
24-03-04	Juan Miguel López, PwC	Internet a través de la red eléctrica, ¿una alternativa a la banda ancha?
10-03-04	Eva Armengol, asistente ebCenter	Industrias de la información: un producto y un precio para cada tipo de cliente
03-03-04	Javier Vello, Señor Manager PwC	RFID, una tecnología madura en un sector dispar
11-02-04	Guillermo Armelini, asistente ebCenter	¿Cuánto cuesta la tecnología?
28-01-04	Rama Velamuri, profesor IESE	Deslocalización de los servicios TI: todos ganan
14-01-04	Daniel Albiñana, asistente ebCenter	Empresa extendida: hacia la integración total
26-11-03	Eduardo Ballarín, profesor IESE M ^a Luisa Blázquez, investigadora asociada IESE	Electrónica de consumo: bajo el yugo de la competitividad
12-11-03	Carlos Mora, colaborador IESE	Internet y el SMS, reyes del boca a oreja

29-10-03	Brian Subirana, profesor IESE	Microsoft da un paso más en el entorno móvil
15-10-03	Guillermo Armelini, asistente ebCenter	Estándares, la base de la industria
01-10-03	Neus Palomeras, colaboradora ebCenter	Patentes de Internet: ¿competitividad u oportunidad?

PUBLICACIÓN EN OTROS MEDIOS

Colaboraciones puntuales

El e-Business Center elabora artículos puntuales para diversos medios de comunicación, como la Revista de Antiguos Alumnos de IESE, Harvard Deusto Business Review, Ideas (PwC) o el Boletín de Información Comercial Española (ICE) del Ministerio de Economía, entre otros.

FECHA	MEDIO	AUTOR	TÍTULO
Julio-Septiembre 2004	Revista de Antiguos Alumnos IESE	Gemma Tonijuan, asistente ebCenter	III Encuentro e-business En busca del ciclo virtuoso
15-05-04	Cinco Días	Josep Valor, profesor IESE	¿Voy a tener suerte con Google?
08-03-04	C&D (Argentina)	Javier Quintanilla, profesor IESE	Internet, ¿aumenta o disminuye la productividad de los empleados?
Marzo 04	Harvard Business Deusto Review	Francesc Miralles, investigador asociado ebCenter Guillermo Armelini, asistente ebCenter	“Linux” y “software” de código abierto: ¿listos para su empresa?
13-01-04	La Prensa (Nicaragua)	Brian Subirana, Profesor IESE	Linux: una cuestión de estado
Ene 04	Revista Ideas (PwC)	Josep Valor, profesor IESE	Negocios de Internet: las reglas de siempre siguen vigentes en el nuevo tablero de juego
Ene 04	Anuario Computing	Guillermo Armelini, ebCenter	Integración de servicios, eje de la competitividad en 2003
Feb 04	Boletín Información Comercial	Javier Santomá, profesor IESE	Nuevos medios de pago electrónicos: hacia la desintermediación bancaria

FECHA	MEDIO	AUTOR	TÍTULO
	Española (Ministerio de Economía)		
Octubre-Diciembre 2003	Revista Euskotek	Francesc Miralles, investigador asociado ebCenter Guillermo Armelini, asistente ebCenter	‘Software’ de código abierto, de una iniciativa altruista a una fuente de negocios

Colaboraciones periódicas

Además de este tipo de contribuciones específicas, el Centro ha establecido acuerdos de colaboración periódica con diversas revistas y periódicos latinoamericanos.

- **El Mercurio.** Esta colaboración mensual con el periódico chileno se inició a finales del año 2003

FECHA	AUTOR	TÍTULO
12-04-04	Javier Quintanilla, profesor del IESE	Internet y eficiencia
08-03-04	Rama Velamuri, profesor del IESE	Contratos de servicios TI
02-02-04	Josep Valor, profesor del IESE	A superar la brecha digital
29-12-03	Brian Subirana, profesor del IESE	Linux: tema de Estado

- **El Economista.** Esta colaboración periódica con el periódico mexicano comenzó en el mes de abril.

FECHA	Autor	TÍTULO
05-08-04	Josep Valor, profesor del IESE	Ocio online: una guerra con tres frentes

17-05-04	Josep Valor, profesor del IESE	Invierto en Google, ¿voy a tener suerte?
13-04-04	Javier Quintanilla, profesor del IESE	Internet, ¿aumenta o disminuye la productividad?

- **El Cronista.** El centro ha colaborado también esporádicamente con este periódico argentino. A lo largo de este curso se han publicado dos artículos.

FECHA	Autor	TÍTULO
20-02-04	Eduardo Ballarín, profesor del IESE	Disney y una OPA anunciada
30-01-04	Brian Subirana, profesor del IESE	El software de mañana

Colaboración con editorial jurídica vLex.com

Colaboradores del e-business Center dan su opinión en los eblogs de Vlex:

FECHA	AUTOR	TÍTULO
15-07-04	Javier Ribas, Landwell-PwC	La dirección IP como dato disociado -041
28-06-04	Assumpta Zorraquino, Landwell-PwC	El uso desleal de Google - 040
22-04-04	Javier Ribas, Landwell-PwC	Proliferación del spyware - 039
10-03-04	Joaquim Barberá, IESE	Activismo y rigor – 038
04-02-04	Javier Ribas, Landwell-PwC	Virus electorales - 037
23-12-03	Joaquim Barberá, IESE	Google rectifica (un poco) - 036
24-11-03	Joaquim Barberá, IESE	P2P: de lo perdido... - 033

FECHA	AUTOR	TITULO
05-11-03	Joaquim Barberá, IESE	Google se complica la vida – 032
28-10-03	Joaquim Barberá, IESE	La vuelta de Napster (versión legal): ¿quién se ha llevado mi canción? - 031
10-10-03	Joaquim Barberá, IESE	Cyborgs: el desafío tecnológico y jurídico que ya está aquí - 029

OTROS TIPOS DE PRESENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Aparte de su contribución con contenidos, el centro de e-business ha acaparado la atención de los medios de comunicación en distintas ocasiones:

Estudio “Uso y actitudes de los jóvenes hacia Internet y la telefonía móvil”

FECHA	PUBLICACIÓN	TÍTULO
27-06-04	El Adelanto de Salamanca	La mitad de los jóvenes internautas españoles descarga música en MP3 a través de la red
19-05-04	La Nación Line	Los jóvenes españoles utilizan la Red para chatear y bajar música
15-05-04	La República de Colombia	Mujeres usan Internet para chatear; ellos bajan música
12-05-04	La Vanguardia Digital	Ellas usan la Red para chatear, ellos se bajan música
27-04-04	Noticiasdot.com	El 90% de los jóvenes influye en las compras de tecnología de su hogar
18-03-04	Marketalia	El 89% de los jóvenes influyen en la compra de tecnología
18-03-04	El Periódico de Aragón	Los nuevos medios calan en la juventud
18-03-04	Entrebits.com	El 80% de los jóvenes afirma haber hecho amigos a través de Internet
14-03-04	La Voz de Asturias	La mitad de los jóvenes internautas descargan música en MP3 de la Red
11-03-04	Boletín MMLab	El 80% de los jóvenes ha hecho amigos por Internet
11-03-04	El Periódico de Catalunya	La mitad de los jóvenes internautas descargan música en MP3 de la Red

FECHA	PUBLICACIÓN	TÍTULO
09-03-04	La Rioja	El 80 por ciento de los jóvenes dice haber hecho amigos a través de Internet
07-03-04	La Crónica (México)	Cada día más jóvenes hacen amigos por la Red
05-03-04	Lavinia TC	La diversión y la comunicación impulsan el uso de Internet entre los jóvenes españoles
05-03-04	La Vanguardia Digital	El 80 por ciento de los jóvenes afirma haber hecho amigos a través de la Red
05-03-04	El Punt Barcelona	Un estudi conclou que un 80 per cent dels joves han fet amics per Internet
05-03-04	CDT Internet.net	El 80% de los jóvenes afirma haber hecho amigos gracias a Internet
05-03-04	El Ideal Gallego	El 80% de los jóvenes dice que hizo amigos a través de Internet
04-03-04	Yahoo! Noticias	El 80 por ciento de los jóvenes afirma haber hecho amigos a través de Internet, según un estudio
04-03-04	Europa Press	El 80 por ciento de los jóvenes afirma haber hecho amigos a través de Internet, según un estudio

III Encuentro e-business

FECHA	PUBLICACIÓN	TÍTULO
10-03-04	Computing	III Encuentro de e-business PwC&IESE
07-03-04	Yahoo! Noticias	El 41% de las empresas tecnológicas están ubicadas en Madrid, según la Comunidad (Mención)
10-02-04	Comunae	Información y tecnología: el valor de la empresa

Otros

FECHA	PUBLICACIÓN	TÍTULO
28-06-04	ICT.Net	El difícil despegue de los videos personales
27-06-04	El Espectador (Colombia)	Juegos online masivos, ingresos reducidos
05-06-04	América Economía.com	Linux y la revolución del software de código abierto

NOTAS DE PRENSA

6 Notas de prensa:

El 80% de los proveedores españoles del automóvil está preparado para compartir información online con sus suministradores, pero la mayoría desaprovecha esta posibilidad

14 noviembre 2004, Presentación del estudio "Proveedores del sector del automóvil español: ¿preparados para el e-SCM?" en el marco del XIX ENCUENTRO DE EMPRESARIOS DE AUTOMOCIÓN.

Los costes ocultos de Windows y Linux, clave para decidir su implementación

14 junio 2004, Presentación del dossier "Linux y la revolución del software de código abierto. Reflexiones para decidir su implementación en la empresa".

Joan Majó, Director General de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, presenta un libro de tres profesores del IESE sobre la creación de valor en las industrias de la información

24 mayo 2004, Sesión de continuidad "Creación de valor en los sectores relacionados con la información"

El 90 por ciento de los jóvenes influye en las compras de tecnología de su hogar

4 marzo 2004, Presentación del estudio "Uso y actitud de los jóvenes hacia Internet y la telefonía móvil"

III Encuentro de e-business: los visionarios Peter Cochrane (Conceptlabs) y Eric Brynjolfsson (MIT) analizarán la relación entre tecnología y valor para los negocios

1 marzo 2004, III Encuentro de e-business

EBCenter, finalista de los premios AUTEL

21 octubre 2003, VIII Edición Premios AUTEL

4.2 Newsletter

Se publica quincenalmente, en español y en inglés, el boletín electrónico de tendencias y análisis sobre e-business y nueva economía del Centro. Esta Newsletter se creó en junio de 2001 en castellano y su versión en inglés se lanzó en noviembre del mismo año. A noviembre de 2004, la versión española del boletín tiene 3.246 suscriptores y la versión en inglés 190.