

# eBusiness

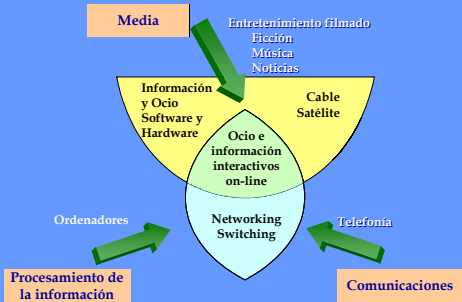
## Negocios Interactivos y Comercio Electrónico

Presentación Julio/99

# eBusiness - Nuevo modelo de negocio



Crecimiento = Expansión de la intersección de las tres mayores industrias

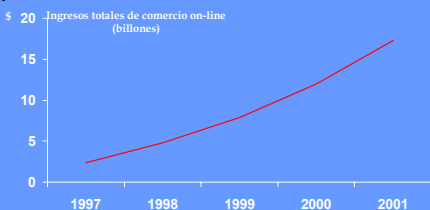


# Comparación de previsiones de ingresos en Internet (2001)

	Europe	U.S.
Total Internet revenues (billions)	\$64.4	\$206.8
Business trade (billions)	\$56.7	\$183.0
Consumer retail (billions)	\$4.6	\$17.4
Content (billions)	\$3.1	\$6.4
Internet revenue as percent of GDP	0.9%	2.7%
On-line population (millions)	53.2	98.0
On-line population as percent of total	13.0%	34.0%
Internet revenue per capita	\$1,217	\$2,101

- a) Business-To Business establece el ritmo básico de crecimiento on-line  
 b) On-line banking crecerá significativamente más que el mercado on-line general

Los ingresos de comercio on-line crecerán hasta \$17,4 billones en el 2001



Los ingresos por las ventas on-line crecerán a 17.400 millones de dólares en el año 2001

Dólares (en miles de millones)	1997	1998	1999	2000	2001
Hardware y software de PC	883	\$1,616	\$2,234	\$2,801	\$3,766
Viajes	654	1,523	281	4,741	7,443
Diversión	298	991	1,143	1,921	2,678
Libros y música	156	288	504	761	1,084
Regalos, flores y felicitaciones	149	264	413	591	802
Prendas de vestir y calzado	92	157	245	361	514
Comidas y bebidas	90	168	250	354	463
Joyería	38	56	78	107	140
Electrónica de consumo	19	34	60	93	143
Artículos deportivos	20	29	43	63	84
Juguetes y hobbies	13	21	32	47	71
Salud, belleza y fármacos	11	16	25	36	50
Herramientas y jardinería	10	22	31	44	59
Mobiliario casero	9	15	21	28	38
Otros (animales de compañía, fotografía, etc.)	22	28	35	42	52
<b>Total</b>	<b>\$2,444</b>	<b>\$4,828</b>	<b>\$7,924</b>	<b>\$12,090</b>	<b>\$17,387</b>

LA GENERACION DE RIQUEZA EN eBUSINESS						
QUEN	CARGO	WEBSITE	EDAD	SALARIO 1998	VALORES (BILLIONS)	TIEMPO
Jim Clark	Fundador de Healthshare, Netscape y Silicon Graphics	www.healthshare.com	55	N/A	\$2.5	17 años
Steve Case	Fundador de America Online	www.aol.com	40	\$1,179,590	\$1.8	14 años
Pierre Omidyar	Fundador de eBay	www.ebay.com	31	\$96,000	\$4.8	3 años
Jeff Skoll	Cofundador de eBay	www.ebay.com	34	\$96,000	\$3.1	3 años
Jeff Bezos	Fundador de Amazon	www.amazon.com	35	\$81,840	\$10	4 años
David S. Wetherell	Fundador de CMGI	www.cmgi.com	44	\$258,566	\$1.6	4 años
Jerry Yang	Fundador de Yahoo!	www.yahoo.com	30	N/A	\$4	6 años
David Filo	Fundador de Yahoo!	www.yahoo.com	33	N/A	\$4.2	6 años
Rob Glaser	Fundador de RealNetworks	www.real.com	37	N/A	\$3.3	4 años
Richard Braddock	Presidente de Priceline	www.priceline.com	57	\$112,500	\$1	11 meses
Jay Walker	Fundador de Priceline	-	43	\$250,000	\$4.3	11 meses
Meg Whitman	Presidenta de eBay	www.ebay.com	42	\$145,833	\$1.2	14 meses
Mark Cuban	Fundador de Broadcast.com	www.broadcast.com	40	\$250,000	\$1.7	4 años

7

## Ámbito de eBusiness

Interacción  
Colaboración Virtual

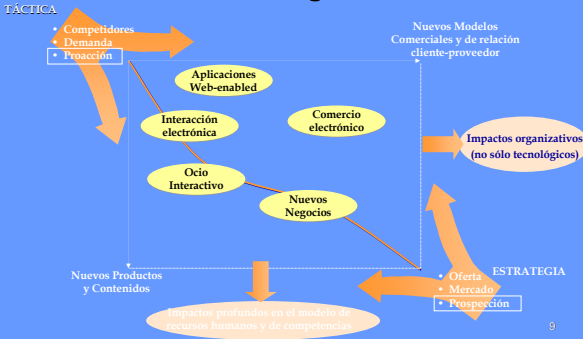
eBusiness

Valor añadido informático  
Conectividad, multimedia, ...



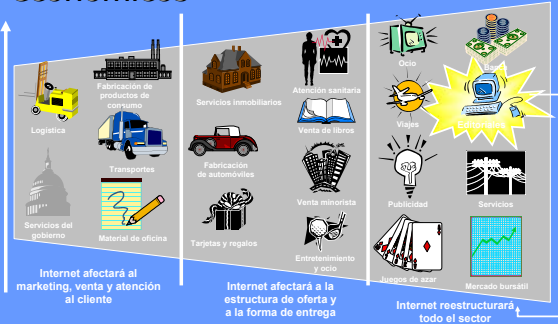
8

## Nuestra visión del negocio interactivo



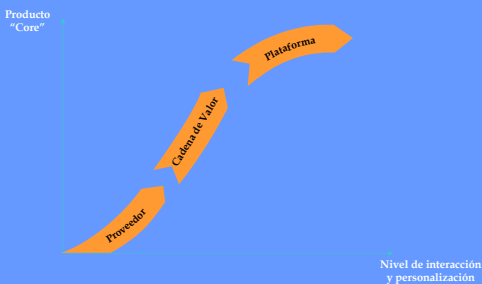
9

## El impacto en los sectores económicos



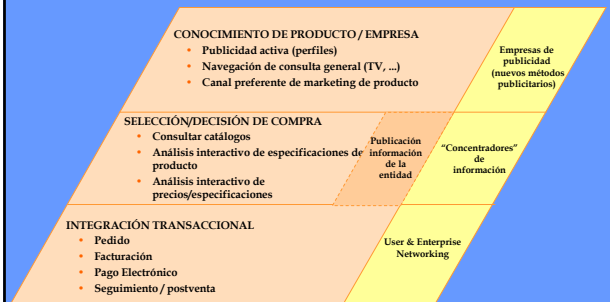
10

## Visiones del análisis estratégico eBusiness



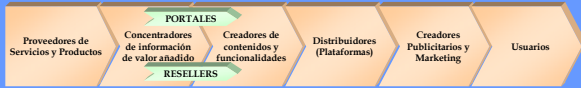
11

## Comercio Electrónico



12

# La evolución de la cadena de valor

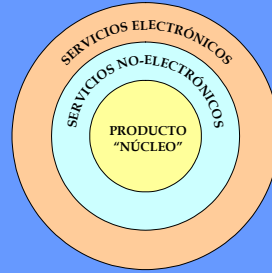


## OPORTUNIDADES

- Preparación para los productos interactivos
- Nuevos servicios y contenidos
- Nuevos competidores de "nicho interactivo"
- Cambios en las estructuras de coste
- Nueva figura de negocio
- Estrategias de posicionamiento de "marketing" (first in mind)
- Nuevos diseños de productos (y de derechos sobre contenidos)
- Nuevas técnicas de desarrollo
- Nuevos nichos de valor (acceso al cliente)
- Convergencia ocio-negocio
- Nuevas técnicas de venta
- Multiplicación del retorno de publicidad (activa)
- Nuevos perfiles de consumo
- Cambios en los hábitos de vida y pautas de consumo

13

# El negocio interactivo expande el concepto "producto"



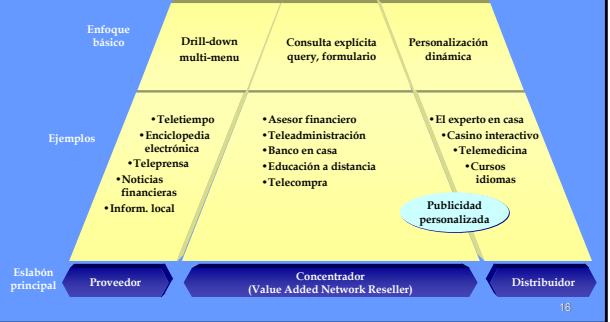
14

# Las ventajas competitivas relativas en función del producto "núcleo"



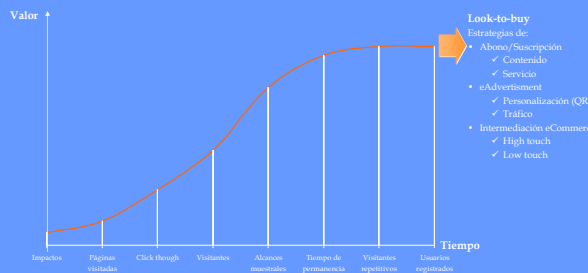
15

# Los contenidos interactivos y servicios electrónicos



16

# Métricas de éxito en la red



17

# La convergencia de las "mejores prácticas"



18

# Aplicación de las mejores prácticas

Annotations on the Amazon.com screenshot include:

- Segmentación
- Gestión de "cota de compra"
- "Wish-list"
- Gestión de cuenta
- Grupos de colaboración y (comunidad) opinión
- Función de "paseo"
- Recomendaciones, sugerencias personalizadas
- Protección
- Búsqueda ágil
- Real-time merchandising
- Servicios "push"
- Networking Alianzas y colaboraciones (Chickpeas)

# Valoración de los esfuerzos iniciales de los comerciantes y especialistas en Marketing de Marca

Nombre	¿Purgar hacia arriba o abajo?	Comentarios
REI	Thumbs up	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tableros de mensajes gestionados para soporte de actividades y productos específicos</li> <li>• Asociaciones con Outside Online, Seattle Times</li> </ul>
Minorista	Thumbs up	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ninguna herramienta comunitaria para apoyo a ventas o servicios</li> <li>• Debería patrocinar actividades de ocio de amplia base y comunidades tecnológicas</li> </ul>
Radio Shack	Thumbs up	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los tableros de charlas y mensajes soportan intercambios en tiempo real entre jugadores</li> <li>• Debería patrocinar las comunidades de adolescentes de AOL y Yahoo!igans!</li> </ul>
Nintendo	Thumbs up	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sobreénfasis tableros de mensajes de deficiente tráfico y no moderados</li> <li>• Debería patrocinar Cybergirl.com</li> </ul>
Tampax	Thumbs up	

# El comercio electrónico y la consultoría de soluciones de negocio

Área	Factores de éxito	Valor añadido de los proveedores	Oportunidades EBP	Implementación	Parametrización
Contabilidad y Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia</li> <li>• Coste</li> <li>• Capacidad de project management</li> </ul>	Reducido	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EURO</li> <li>• Año 2000</li> <li>• Adaptación plataformas tecnológicas</li> <li>• Procesos muy comunes entre sectores y países</li> </ul>	Módulos Financieros y Administrativos (F/AO)	Parametrización Interfaces (Batch)
Comercial y Ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expertise sectorial</li> <li>• Valor añadido de negocio</li> <li>• Soluciones integrales</li> </ul>	Alto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integración con demandas de explotación de datos de clientes (Data Mining)</li> <li>• Integración de front-ends abiertos y flexibles (Internet)</li> <li>• Expansión de funcionalidades y de servicios de valor añadido (comercio electrónico)</li> </ul>	Módulos comerciales (SD)	Parametrización Customización Integración (On-line)
Producción y Logística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidades y expertise en soluciones de cadena de valor</li> <li>• Mejoras en la productividad de los procesos</li> </ul>	Alto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integración electrónica con clientes/proveedores</li> <li>• Utilización de técnicas avanzadas de planificación y gestión de procesos/información</li> </ul>	Módulos de producción y logística (MM, MRP)	Parametrización Integración (Real Time)

# eBusiness - Enfoque de servicios

- Visión amplia de los impactos de eBusiness: a nivel transaccional, a nivel de presencia y posicionamiento en un mercado, a nivel de los cambios inducidos en la estructura de productos y competidores, ...
- Integración de los aspectos de mercado, procesos, organización, tecnología y personas involucrados en el proyecto de creación de valor de negocio interactivo.
- Oferta de servicio integrado desde la concepción y planeamiento estratégico hasta la implantación, lanzamiento comercial y seguimiento del ciclo de vida y de gestión de clientes
- Participación integrada de expertos en las diversas áreas de conocimiento y experiencia requeridas en los proyectos de eBusiness: Negocio sectorial y experiencia industrial, telecomunicaciones, informática, procesos electrónicos interactivos, ...
- Visión integrada de los conjuntos de plataformas de distribución y creación de negocio interactivo: Internet (tradicional, IPNG...), Televisión digital, eTV, operadores de cable, satélite y TDT, futuras oportunidades en canales LMSD y comunicaciones móviles (UMTS), etc
- Capacidad de generación y gestión de alianzas entre socios de negocio electrónico

# E-Business - Mapa de servicios

## Oportunidades de desarrollo de negocios interactivos

