

Rincón de Internet

Durante los pasados 7 a 9 de febrero se celebró en Madrid el encuentro anual "Mundo Internet", importante punto de encuentro del sector donde se dan cita los actores más significativos. La crisis actual fue la gran protagonista. Pero al menos parece hay unanimidad en cuanto a sus causas, previsiones y lo más importante, la forma de afrontarla. Y es que si el año pasado se respiraba un ambiente eufórico, en esta edición el tono era más conservador, pero positivo en cualquier caso

Crisis.- Mutación importante en el desarrollo de otros procesos, ya de orden físico, ya históricos o espirituales

Diccionario de la RAE.

¿Hay vida después de la crisis?

INAUGURACION

La ceremonia de inauguración, fue presidida por S.A. el Príncipe de Asturias, don Felipe de Borbón y contó con la presencia de la Ministra de Educación y Cultura Pilar del Castillo, la Ministra de Ciencia y Tecnología, Anna Birulés, el Alcalde de Madrid, José María Álvarez del Manzano, y el Presidente de la Asociación de Usuarios de Internet (AUI), Miguel Pérez Subías.

Miguel Pérez señaló que si bien el año 2000 había supuesto el acercamiento de los mundos virtual y real, el 2001 iba a ser un

año crucial en la definición del mundo de las aplicaciones y los servicios. También destacó las propuestas concretas de la AUI a la Administración en diversos temas.

A continuación se entregaron los premios anuales de la AUI, que distinguen a empresas, trabajos y proyectos que más han contribuido al desarrollo de Internet y que recayeron en:

Mejor página personal: **Joan Martí Mas**.

Mejor web de ocio y entretenimiento: **Barcelona Virtual**.

Periodista que más ha contri-

buido a la difusión de Internet en el 2000: **Isabel Durán** del programa de La 2 "Enrédate". Empresa que mejor ha integrado Internet en su desarrollo estratégico: **Agencia Efe**.

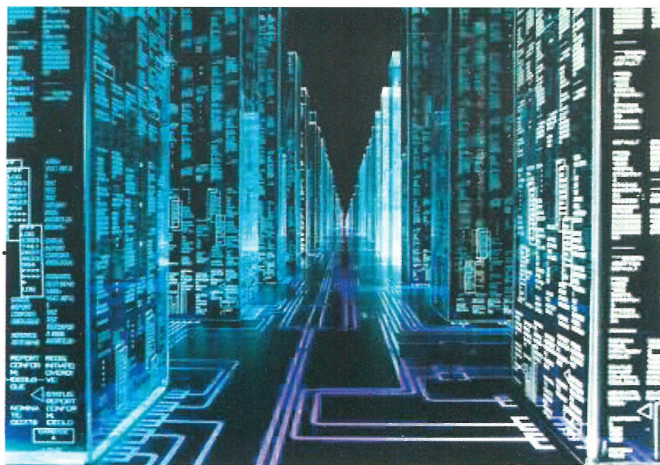
Mejor web: **GeoPlaneta**.

Premio especial de la AUI: **Juan Antonio Esteban**.

El alcalde de Madrid, José María Álvarez del Manzano en su intervención subrayó que la técnica debe alentar el renacimiento del Humanismo en el siglo XXI. También destacó la importancia del canal web municipal para la realización de gestiones administrativas, recibiendo más de 480.000 consultas al mes, el 60% de las cuales provienen del extranjero.

La Ministra de Ciencia y Tecnología, Anna Birulés enfatizó cómo la Red está cambiando las diferentes formas de relación en el trinomio Ciudadanos-Administración-Empresas y comentó el Plan de Acción Info XXI del Gobierno cuya pretensión es que el concepto de la Sociedad de la Información para todos sea una realidad en España.

La Ministra de Educación, Cultura y Deporte, Pilar del Castillo hizo una recapitulación, a su vez de las múltiples iniciativas que se están lanzando desde su Ministerio y entre las que se encuentran el portal educativo del Ministerio, formación a más de 30.000 profesores, el proyecto "Aldea Digital" con más de 2.500 aldeas conectadas, la iniciativa "Aulas hospitalarias" en la que se han creado 32 aulas de videoconferencia para conectar a través de Internet a los niños ingresados en hospitales con sus centros educativos, y otras que no hacen sino rea-



• Juan J. Sánchez Aguila-Collantes

juan-jose.sanchez-aguila@ree.ericsson.se



firmarlo que es un objetivo estratégico prioritario del Ministerio.

S.A.R Don Felipe de Borbón habló desde su doble perfil de heredero de la Corona y usuario de Internet. Fue el primero en establecer una metáfora que se repitió en varias ponencias. Comparó acertadamente Internet con la red de ferrocarriles pues al igual que hace un siglo la segunda, Internet hoy está contribuyendo a convertir España en un espacio económico integrado y ambas representan el inicio de una revolución. Asimismo destacó el papel de Internet como espacio de libertad que permite nuevas formas de expresión y nos introduce en un mundo de gran complejidad no exento de nuevos riesgos. En este cambio de la sociedad industrial a la sociedad de la información, resaltó el papel protagonista del individuo. También dedicó palabras al mercado como foro de iniciativas y la eliminación de barreras que dificultan el acceso de los ciudadanos a la Sociedad de la Información.

POLITICA

Federico Mayor Zaragoza más allá de la estrategia centró su intervención desde un nivel político. En este plano habló de la irreversibilidad potencial de algunos aspectos de la vida de hoy (ej: la capa de ozono, el fenómeno inmigratorio), que hace necesario tomar a tiempo determinadas decisiones aún a riesgo de no tener todos los

datos - *el diagnóstico perfecto es la autopsia* -, afirmó antes de llegar a un punto de no retorno. Internet nos da la posibilidad de generar saltos cuali-

El 60% de usuarios del planeta nunca han hecho una llamada telefónica

tativos, pues nos permite una capacidad de interacción y de conocimiento de los datos en tiempo real. También habló del acceso, con datos que ciertamente nos despiertan del sueño de la razón: "El 60% de usuarios del planeta nunca han hecho una llamada telefónica", "todos los teléfonos del continente africano no llegan a la mitad de los teléfonos de Tokyo", "sólo el 15% de la Humanidad tiene acceso a Internet". Esta última es un poco más positiva si se tiene en cuenta que hace tres años Vint Cerf dijo que este número era cercano al 0%. Con respecto a los contenidos, Mayor Zaragoza aboga por una regulación, especialmente teniendo en cuenta que la publicación de determinados tipos de contenido puede llevar asociado un delito. Con respecto a la asimetría en el reparto de riquezas, ve a Internet como un medio que puede servir para lograr la cohesión de la Humanidad. Respecto a la Administración, hizo una mención especial y muy certera a la necesaria implicación de Internet en la Justicia, pues podría ser de una ayu-

da incalculable. En relación con los niveles de interlocución, en esta sociedad en la que el poder es una nebulosa entre los ámbitos político, económico, financiero y cultural que se encuentra muy por encima en el escalafón, Internet nos devuelve esta capacidad rebajando dicho escalón. Para finalizar una

frase inteligente sobre la que reflexionar: *La tecnología es consecuencia del conocimiento. No hay ciencias aplicadas si no hay ciencias que aplicar.*

LA NUEVA ECONOMIA

Joaquim Agut, presidente de Terra-Lycos nos habló de las empresas de Internet en el mundo de la globalización. La explicación de Agut a la crisis actual es que dentro del ciclo de vida de estas empresas nos encontramos en la fase de introducción, una fase caracterizada por la toma del mercado, por la creación de marca, el posicionamiento..., acciones que requieren una alta inversión en marketing. En esta etapa, los múltiplos de la nueva economía se han basado en los ingresos y no en el beneficio, para así reconocer el posicionamiento global que es el que permite generar los beneficios esperados de un modo sostenido. Para Agut, hoy existen en Internet dos tipos de empresas: las compañías tradicionales de la "old economy" que han decidido utilizarla para adaptarse al cambio y las nuevas compañías dedi-

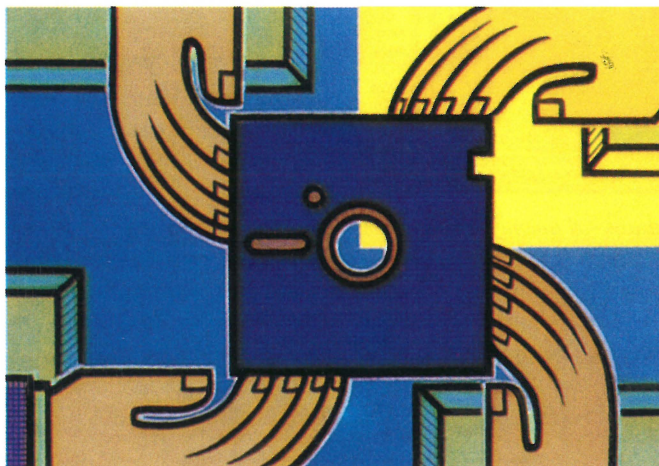
cadadas exclusivamente a Internet, las que a su vez clasificó en tres: las compañías que ofrecen acceso a través de plataformas múltiples, las que dan contenidos múltiples y las que se dedican al e-commerce. Y por último aquellas pocas, que como Terra-Lycos se dedican a los tres modelos de negocio anteriores. Pronosticó que *desaparecerán más del 98% de las empresas vendotodo.com, para quedar sólo las más competitivas como ha pasado siempre* y de Terra-Lycos comentó que se trataba de *la mejor alternativa de un futuro con idea clara de rentabilidad*. Francisco Román, presidente de Microsoft Ibérica, también habló la economía digital. Para Roman tras una primera fase de publicación y portales en la que el objetivo era la presencia y una segunda de transacciones simples (fundamentalmente B2C cuyo modelo es el de Amazon) con el objetivo en los ingresos viene la tercera fase de auténtica economía digital y cuyo objetivo en este caso es la rentabilidad.

José Vicente Ruiz consejero ejecutivo de Anuntis presentó el contexto actual de crisis y sus condiciones de contorno: las .com al borde del precipicio, reestructuración laboral, e-commerce recuperándose del fatídico año 2.000, número de usuarios en España aumentando lo que conlleva una popularización y desmitificación del medio, el B2B imparable pero con cautela tras la crisis del B2C, nuevas acepciones de moda para estos términos: B2B-Back to Banking, B2C-Back to Consulting que explican la nueva situación de los emprendedores de Internet ya de vuelta de las startup. Pero el mensaje es

positivo, estamos en un proceso de limpieza, no de desaparición del sector, pues aquí lo único que ha desaparecido es la magia. Siguiendo un análisis macroeconómico tradicional el fracaso es debido a las mismas razones de siempre, es decir, costes elevados y gran estructura, falta de publicidad, escasez de negocio, excesivo endeudamiento, erróneas políticas de compras que pasan factura, dispersión de objetivos, sobredimensionamiento de plantilla, falta de ingresos, retraso en llegar a la rentabilidad. Nada nuevo, en definitiva sino la criba propia de los inicios de cualquier revolución tecnológica. Así pues, la nueva economía ya no es magia, sino una nueva forma de gestionar dentro y fuera de la empresa, pero bajo los mismos criterios de siempre, es decir, se ha de gastar menos de lo que se ingresa.

Adolfo Castilla, presidente de FLAG Telecom habló también de la burbuja financiera y de la crisis de las .com. quitando hierro al tema y con el mismo mensaje de que aquí no está pasando nada nuevo. Parece ser que en los primeros 20 años del siglo pasado había más de 3.000 *startups*. Por lo cual auguró que no será difícil salir del bache. Para Castilla, tras el B2B y el B2C llegamos finalmente al B2F o *Back to Finance*, es decir, no se acaba el capital riesgo, pero las pautas financieras vuelven a ser las tradicionales.

TENDENCIAS/ESTRATEGIA
Rodolfo Carpintier presentó algunas recomendaciones de cara a los nuevos modelos de negocio en Internet. Brevemente: Generar Red. Ofrecer información transparente y permitir el autoservicio. *Interneti-*



Todos los teléfonos del continente africano no llegan a la mitad de los teléfonos de Tokyo

zar la propia empresa, pues la gestión del conocimiento es clave y los conceptos de Internet deben formar parte de la gestión diaria. Tener relaciones globales. Internet como moda empresarial pasará, lo importante seguirá siendo la inversión y la capacidad de gestión. Por último nos habló de como la empresa del siglo XXI debe apoyarse en el concepto de red con un cambio lento al principio, que se acelera pronto y consigue movilizar a toda la empresa hacia una nueva forma de comunicación que produce resultados crecientes.

James Mac Aonghus, analista de Jupiter habló de como la estrategia ideal ha de integrar lo *online* y *offline* (*clicks & bricks* que se dice ahora). Así las empresas tradicionales han de estar necesariamente en el *online*, aunque no ganen dinero directamente a través de este canal, pero posee su influencia sobre el mundo físico. Al mismo tiempo

po las empresas *online* obtienen sus beneficios a través de las ventas directas, la publicidad y también del envío de usuarios al mundo físico.

José Vicente Ruiz habló también de *clicks & bricks* y es que reforzando lo comentado anteriormente, el 90% de los internautas utilizan internet como facilitador de la transacción, pero la compra es finalmente física. La necesidad de una estrategia conjunta que contemple ambas áreas se hace patente. Así las cosas, aventuró unas previsiones para tres modelos de negocio en la Red: Para las empresas del mundo real que han entrado además en Internet un corto plazo difícil pero viable y un medio plazo esperanzador. Para las .com, un corto plazo con mucho riesgo y un medio plazo de tranquilidad. Y para las empresas que dan servicio a empresas de Internet un corto plazo competitivo y de riesgo y un medio plazo interesante.

INTERNET MOVIL

Val Rahmani, directora general de *Wireless Solutions* de IBM dio un repaso global a la situación *wireless* en los diferentes mercados. Así en Europa y pese a los problemas de WAP hay un gran interés por la 3ª generación. Por cierto, que es en Europa donde afirmó haber encontrado la aplicación más absurda del WAP, que es la posibilidad de gestionar subscripciones a eventos ocurridos en el programa "Gran Hermano" (por ejemplo, la ducha del "personajillo de turno") mediante notificaciones de mensajes en tiempo real.

En Japón NTT DoCoMo continúa siendo la referencia mundial en lo que 3ª generación se refiere y en las Américas los operadores móviles están evolucionando rápidamente, las redes de datos son fuertes y el GSM se va desplegando.

Resaltó la importancia del negocio móvil en los diversos entornos: B2E (intranet), B2B (extranet) y B2C (internet). Beatriz Lara, directora de marketing estratégico de Ericsson España habló de la nueva visión de las redes basadas en una integración horizontal, la nueva cadena de valor que con los nuevos actores no es ya lineal sino una constelación lo que conlleva nuevas fuentes de ingresos y beneficios.

GESTION DEL CONOCIMIENTO

Glen Kelly, director de marketing de la unidad de negocio de gestión del conocimiento en Lotus comenzó dando la fórmula del conocimiento, a saber: *conocimiento = (datos + contexto) x cognición*, para pasar a hablar de la paradoja de la infor-

Direcciones de interés

Agencia Efe
Ayuntamiento de Madrid
Barcelona Virtual
GeoPlaneta
IberMarkets (B2B)
ICANN
Joan Martí Mas
Los Mayores.com
Plan de Acción Info XXI
Proyecto CERES
WIPO

<http://www.efc.es>
<http://www.munimadrid.es>
<http://www.terramiticapark.com>
<http://www.geoplaneta.com>
<http://www.ibermarkets.com>
<http://www.icann.org>
<http://www.mundofree.com/joanmmas>
<http://losmayores.com>
http://www.sgc.mfom.es/info_XXI/INFOXXI_2.htm
<http://www.cert.fnmt.es/>
<http://www.wipo.org>

mación. En un entorno en el que *si almacenáramos en diskettes toda la información generada en el año 2.000, y los pusiéramos uno encima de otro, podríamos ir a la Luna y volver... 12 veces*. Y es que los trabajadores tienen más acceso a los datos del que nunca han tenido, pero sin embargo sólo tienen disponibilidad del 12% de la información que necesitan en sus trabajos. Hay un techo en la utilidad de la búsqueda. Este déficit de conocimiento le supone a las empresas un coste de \$5.000 al año por empleado. Definió gestión del conocimiento como encontrar las respuestas correctas eficientemente, lo que se logra mediante la creación de una *mente colectiva que permita el acceso a la experiencia, sacando el máximo provecho de todo el equipo y convirtiendo en definitiva el conocimiento en un activo*. El mismo Joaquim Agut destacó muy especialmente en su ponencia, Internet como herramienta para mejorar la productividad de los procesos, hecho que calificó como oportunidad grandiosa. Así puso el ejemplo de como en su compañía mediante Internet un proceso típico de 52 pasos quedó reducido a solamente 6.

CRM

José María Carrete de Netjuice habló de los sistemas de Ges-

Sólo el 15% de la Humanidad tiene acceso a Internet

ción de Relaciones con Clientes (Customer Relationship Management) con sus diversas funcionalidades. En cuanto a la situación en España de este tipo de sistemas, en el 34% de las empresas se encuentra en fase de implementación mientras que el 43% tan sólo están al corriente de su existencia. Las soluciones de tipo *outsourcing* todavía no han cuajado como en América. Las empresas que están actuando como punta de lanza son las de banca y telecomunicaciones y se estima un retraso con respecto a Europa de dos años.

B2B

Francisco Sandulli presentó la cátedra de administración de negocios en Internet de la Universidad Complutense de Madrid y un estudio de mercado que han realizado sobre el B2B en España. Según sus conclusiones un mercado electrónico B2B debe aprovechar las posibilidades de la personalización, crear valor a través de mecanismos de coordinación, analizar las estrategias de consolidación de la industria y ser integrador de información y tecnología.

Manuel Zarauza, director de *eBusiness* y Marketing estratégico de Siemens comentó como una experiencia de *eProcurement* en su compañía supuso en 5 meses una reducción de un 30% de costes de compra, un 90% de reducción en costes de gestión y una reducción del tiempo de proceso de semanas a días. También apuntó algunos factores clave, como la diferenciación, transparencia en la información, alianzas (incluso con los competidores más directos) y la importancia a nivel estratégico de las decisiones de lanzar este tipo de entornos.

RRHH

Pedro Riera de la consultora de *headhunting* Seeliger y Conde habló de los recursos humanos en la era de las telecomunicaciones. La situación actual es de un mercado laboral de fuerte demanda en el que se espera un déficit 1.600.000 profesionales para el 2003 en la Unión Europea. Surgen asimismo nuevos puestos de trabajo y otros dejan de tener sentido. En un entorno vertiginoso en el que no hay tiempo para pensar, hay un reconocimiento creciente del factor huma-

no y el conocimiento sustituye al capital como factor clave de éxito. Las tendencias del mercado laboral son reducción del tiempo de permanencia en la empresa, disminución de la población laboral y aumento de la oferta, reorientación de las carreras profesionales, indicios de rechazo de las TI a la hora de escoger carrera para entrar en la Universidad. También habló de los perfiles profesionales más demandados y apuntó las soluciones a esta situación que a largo plazo pasan por la concienciación, el forjado de una clara relación entre TI y mejora de calidad de vida y formación a todos los niveles. En el medio plazo la estandarización de soluciones, compartición de recursos y optimización en el encaje y en el corto plazo, la importación y la inflación salarial. En cualquier caso, la retención de los empleados por parte de las empresas cobra una importancia capital para lo cual factores como incentivos a largo plazo, retribución emocional, políticas de recursos humanos competitivas y ambiente de trabajo atractivo son claves.

TECNOLOGIA

John Hart, socio de 3Com, nos habló de *networking* y simplicidad. Y es que en el entorno doméstico, donde la red es la ICT y el CIO el cabeza de familia (personalizado en su presentación en la figura de Homer Simpson) sólo las soluciones equilibradas, que aporten riqueza y simplicidad serán las que triunfen, como se ha demostrado a lo largo de la historia. De cara a la arquitectura de la próxima generación apostó por un enfoque de conexión en cualquier sitio y a cualquier

hora en una clara tendencia de conectividad directa usuario a usuario (P2P) que no se debe subestimar. Para que esta arquitectura sea equilibrada habrá de contar con la sencillez del WWW enriquecido con QoS, más la posibilidad de acceso móvil. En palabras suyas: *Si nos olvidamos del usuario, lo demás no sirve para nada.*

Francisco Román de Microsoft presentó los servicios web como paradigma de la revolución de las TI. Servicios web o software como servicio con XML como elemento de interoperatividad y con modelos de negocio basados en suscripción.

DOMINIOS

Luis H. de Larramendi árbitro de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI-WIPO), habló del procedimiento arbitral de gestión de dominios. Podrán realizar una reclamación aquellas personas o entidades que sean titulares de un derecho de marca idéntico o similar al que está en litigio con anterioridad a la propiedad de su titular. El titular, a su vez, debe carecer de derechos anteriores a su solicitud o intereses legítimos sobre el dominio en cuestión. El dominio, por otro lado debe estar siendo utilizado de mala fe. También comentó los nuevos trabajos de la OMPI. Para finalizar afirmó que el grado de desarrollo de un país es directamente proporcional al grado de importancia que se otorga a los derechos de la propiedad intelectual.

Amadeu Abril, miembro de la ejecutiva de ICANN presentó la respuesta de diversidad de ICANN ante la galopante "punto comización" (con perdón) que está acabando con la jerarquía

Si almacenáramos en diskettes toda la información generada en el año 2.000, y los pusiéramos uno encima de otro, podríamos ir a la Luna y volver... 12 veces

de ordenación de la Red. Siete nuevos dominios genéricos, junto con la apertura de nuevos caracteres como la ñ, la ampliación del número de caracteres a 64 (www.juancarlosprimeroreydeespana.com) es el regalo que un internauta desea hacer a nuestro monarca) y el sistema de resolución de conflictos comentado anteriormente se establecen como primeras medidas para dar batalla al negocio más especulativo del siglo XX: la ciberocupación. Hablando ya de los nuevos dominios, estos son:

.biz. Dominio abierto de carácter genérico para cuya petición se pide una declaración de estar realizando una actividad comercial (su motivación reside en que en caso de conflicto, la ciberocupación no es válida como tal). Al mismo tiempo si a alguien se le ocurriera registrar *esta-empresa-es-un-desastre.com*, se enviaría una notificación a *esta-empresa*.

.info. Dominio abierto de carácter genérico para todo tipo de usos. Antes de su apertura se hará un prerregistro (90 días) de forma que los poseedores de marcas puedan reservar estas.

.name. Dominio abierto de carácter personal que consta de tres niveles: *nombre.apellidos.nombre*, de forma que el segundo (*ape-*

llidos) puede ser compartido, no así el tercero (*nombre*) que es de uso exclusivo de quien lo registra.

.pro. Dominio parcialmente restringido de carácter profesional que cuenta con tres niveles también, el segundo de los cuales ha de ser *.med* (para médicos), *.law* (para abogados) y *.cpa* (para consultores). El tercer nivel es abierto para quien lo registre (del tipo *nombre*). Se ha de justificar de alguna forma que se pertenece a cada uno de los colectivos. En caso de conflicto se contrastará esta información con los respectivos colegios profesionales. Personalmente echo en falta un segundo nivel *.engo* *.ing* para identificar a los ingenieros y más cuando este colectivo es internacionalmente reconocido en diversos ámbitos, sugerencia que me he permitido trasladar a ICANN.

.coop. Dominio restringido para cooperativas para cuya solicitud hay que acreditarse tal condición.

.museum. Dominio restringido de carácter específico para los museos para cuya solicitud se ha de acreditar tal condición. Se está estudiando la posibilidad de abrir un segundo nivel para las entidades de este tipo que solo tienen presencia en Internet, del tipo *virtual.museum*

.aero. Dominio restringido de carácter específico destinado a la industria de servicios aéreos. Se ha de acreditar la condición de aeropuerto, aerolínea o empresa aeronáutica o de servicios aéreos. ¿A que no saben porque ICANN ha seleccionado *aero* en lugar de *air*? Pues porque el aire (*air*) no es monopolio de la industria aérea. Se sabe que este tipo de medidas no van a eliminar los conflictos, pero al menos se espera que la ciberocupación descienda drásticamente.

OTROS

Entre otros temas también se habló ampliamente de seguridad, marketing, formación, televisión interactiva, los medios... De resaltar la iniciativa de la AUI en colaboración con los mayores.com de tener en cuenta a un colectivo de internautas que no están recibiendo toda la consideración merecida: el de nuestros mayores. Esperamos que sigan apareciendo iniciativas de este tipo que tan necesarias son en nuestra sociedad.

En resumen, tranquilidad para los mercados. En esta Nueva Economía, lo nuevo es que los periodos de implantación se han acortado, pero los conceptos no han cambiado, lo importante sigue siendo la inversión, la capacidad de gestión y como siempre, los beneficios. Es decir, crisis sí, pero según la acepción ya enunciada de la RAE. 

Juan José Sánchez Aguila-Collantes

• Ingeniero de Telecomunicación por la UPM
--e-Relationship Programme Manager. División Airtel. Ericsson España, S.A.