



Master of Business Administration



Mi cuenta

Usuario Activo:
Enrique.Dans@ie.edu
Si este no es su Email...
[Click Aquí](#)

- GUÍA DE EDUCACIÓN EJECUTIVA** NUEVO
- SUSCRIPCIÓN EN LÍNEA**
- CANAL MBA**
- CANAL DE EMPLEOS**

Auspiciado por



- NOTICIAS DEL DIA**
- ENTREVISTAS**
- CURSOS EJECUTIVOS**
- NEGOCIADO&FIRMADO**
- CULTURA**
- INDICES MACRO**
- INDICADORES**
- SALA DE PRENSA**

- América** intelligence
- RANKING MBA**
 - 500 MAYORES EMPRESAS**
 - MEJORES CIUDADES**
 - SALARIOS EJECUTIVOS**



- Ranking de MBA
- Artículos
- Noticias
- Cursos ejecutivos
- 25 MBA recomendados

SERVICIOS

- [Directorio de MBA](#)
- [Créditos y becas](#)
- [Links oportunos](#)

Columna

Burbujas y péndulos



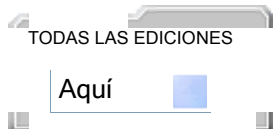
Enrique Dans,
profesor del Instituto de Empresa, Madrid.

Internet ha dejado de ser una burbuja incierta para convertirse en una realidad empresarial con enorme potencial de futuro, una vía que en la actualidad se consolida como un auténtico negocio.

¿De qué se habla hoy en día en el mundillo tecnológico? Terminada la época de la burbuja, en la que se hablaba de todo y muy alto, se pasó a una época en la que se demonizó completamente todo lo que empezase por e. El e-business era una cosa pasada, una fiebre que habíamos contraído de manera colectiva, pero que, gracias al cielo, había pasado. Ya no tendríamos que aguantar jovencitos pretenciosos con ideas inventadas en garajes y dispuestos a comerse el mundo, musitando acrónimos indescifrables y poniendo nerviosos a los ejecutivos "de toda la vida"... Es el fenómeno del péndulo. Lo que en una época fue panacea, fuente de riqueza inaudita, fenómeno paralelo al de la fiebre del oro californiana, pasaba a ser Siberia, el sitio frío que todos sabían dónde estaba, pero donde nadie quería ir.

En Europa, el fenómeno tuvo una connotación todavía más negativa: contrariamente a la mentalidad estadounidense, que no estigmatiza el fracaso, sino que intenta beneficiarse de las lecciones aprendidas en él





(Bill Gates es conocido, de una manera expresa, por buscar gente en sus procesos de selección que ha fracasado previamente en un proyecto anterior), la cultura europea hizo que muchos pioneros de la época de la burbuja, avergonzados por su pretendido fracaso, “escondieran” esa valiosa experiencia, esas líneas de currículo, para no ser considerados parte de aquella “extravagancia pasajera”.

Después de tantos movimientos pendulares, no estaría de más pararnos a pensar dónde estamos ahora. Sí, es verdad. Muchos han caído por el camino. Muchos buenos, que tenían propuestas interesantes que, posiblemente, fallaron en su definición o llegaron demasiado pronto a un mercado incipiente. Otros malos, malísimos, como los analistas bursátiles y los vendedores de informes, que se dedicaron a inflar las expectativas de compañías y a realizar investigaciones sesgadas y poco rigurosas que llevaron a otros a tomar decisiones erróneas sobre sus inversiones personales y corporativas.

Pioneros y flechas

Posiblemente, ya que estamos con frases célebres, podamos utilizar para definir el proceso ésta de Michael Mark, editor de Fast Company, una de las revistas clave en la revolución “punto-com”: “Dejemos ya de patear los cadáveres de las “punto-com” caídas...Ellos son los pioneros, los héroes del frente, de cuyo optimismo e inocencia comerán un día nuestros hijos”. La frase tiene mucho de verdad. En todas las revoluciones, e Internet indudablemente lo ha sido, hay pioneros a los que matan los indios, que acaban con la espalda cubierta de flechas, pero ¿qué sería del mundo sin ellos?

La cuestión importante ahora es saber cómo estamos. A día de hoy, podemos rescatar otra frase, ésta de Jeff Bezos, fundador de Amazon.com, en 1999: “Nuestra ventaja competitiva es que sabemos más de e-commerce que nadie en el mundo, y que eso no es ni el 2% de lo que sabremos dentro de cinco años”. En efecto, una empresa como Amazon, después de irrumpir en un mercado completamente maduro y con líderes consolidados como el del comercio de libros, ha conseguido remodelarlo, cambiar la estructura de márgenes del sector y, desde hace cinco trimestres, tener beneficios operativos positivos. Más aún, no sólo gana dinero, sino que además recibe premios a la calidad, como el otorgado por el American Customer Satisfaction Index (ACSI), en el que recibió un 88, la más alta puntuación registrada nunca, no sólo en el sector del comercio, no sólo con relación a empresas on-line, simplemente, la puntuación más alta otorgada en la historia del índice.

siguiente ▶





Master of Business Administration

América

economía.com

Español [Portugués](#)

?

AMERICA ECONOMIA

I-BIZ

NOTICIAS

AMERICA ECONOMIA INTELLIGENCE

AMERICA IMAGEN

LATIN INVESTITOR

QUIENES SOMOS

INSCRIBASE

SUSCRIBASE

PUBLICIDAD

MAPA DEL SITIO

CONTACTENOS

MIS DATOS

PAGINA PRINCIPAL

[Mi cuenta](#)

Usuario Activo:
 Enrique.Dans@ie.edu
 Si este no es su Email...
[Click Aqui](#)

[GUÍA DE EDUCACIÓN EJECUTIVA](#)
NUEVO
[SUSCRIPCIÓN EN LÍNEA](#)
[CANAL MBA](#)
[CANAL DE EMPLEOS](#)

Auspiciado por


[NOTICIAS DEL DÍA](#)
[ENTREVISTAS](#)
[CURSOS EJECUTIVOS](#)
[NEGOCIADO & FIRMADO](#)
[CULTURA](#)
[INDICES MACRO](#)
[INDICADORES](#)
[SALA DE PRENSA](#)
América intelligence

[RANKING MBA](#)
[500 MAYORES EMPRESAS](#)
[MEJORES CIUDADES](#)
[SALARIOS EJECUTIVOS](#)

AUSPICIADO POR
MBA-UC
 Una visión diferente

[Ranking de MBA](#)
[Artículos](#)
[Noticias](#)
[Cursos ejecutivos](#)
[25 MBA recomendados](#)

SERVICIOS

[Directorio de MBA](#)
[Créditos y becas](#)
[Links oportunos](#)

Que no le "amazoneen" el negocio

Sin embargo, lo importante de Amazon es el cambio de reglas que supone, tanto en su sector como en general. Los clientes de Amazon tienen a bien compartir con Jeff Bezos toda una pléyade de información explícita y no explícita: datos personales, preferencias, recibir recomendaciones –y hacerles caso–, emitir juicios sobre libros que han leído... Tienen, en esencia, una relación con Amazon, una relación que ya quisiera para sí la mayoría de las empresas tradicionales.

¿Más datos? Simplemente, eche un vistazo a los resultados de eBay, que lleva generando beneficios desde que comenzó sus actividades en la Red. O, si le parece un ejemplo "demasiado on-line", a las cuentas que publica el banco americano Wells Fargo sobre sus actividades en Internet. O a las cuentas de Google, Restaurant.com, e-Trade Expedia, Hotels.com, Priceline, Travelocity, Monster, Overture, Yahoo!, 1-800-Flowers, Alloy, Intuit, McAfee... Todas ellas ganan dinero y son referencia en sus respectivos sectores. ¿Casualidades? ¿Espejismos? No lo parecen. Parece más bien una tendencia, una realidad, una evidencia de que el llamado e-business se ha hecho mayor y ahora es simplemente business, "business as usual".

Si usted y su negocio no han llegado a esa fase, si aún cree que eso de la Red es muy peligroso porque hay un hacker colgado de cada poste –o, peor aún, si no sabe lo que es un hacker–, que Internet nunca será importante en su sector o que todo eso son tonterías que no merecen la pena, preocúpese. En algún momento, una de esas "advenedizas punto-com"

Universidad de Chile
MBA

aparecerá en su camino y puede que, utilizando el término acuñado por Barnes & Noble, le “amazonee”. Si no quiere ser “amazoneeado”, ya sabe: fórmese, contrate gente con experiencia en estas lides; en resumen, póngase las pilas. Lo que un día fue una burbuja, hoy es una realidad.

- [RANKING DE BANCOS](#)
- [EXPORTADORES](#)
- [COMPETITIVAS GLOBALES](#)
- [MANAGEMENT SURVEY](#)
- [ESTILO DE VIDA](#)

Rayo-X
Financiero de Empresas

ECONOMATICA
Tools for Investment Analysis

Conéctese con nuestros **avisadores**

LATINVESTOR
BUSCAR EMPRESAS

Estados Financieros Corporativos

Busqueda

powered by **SHIBUI MARKETS**

TODAS LAS EDICIONES

Aquí

SOLUTION BY **NEORIS**

Anterior

Todo lo que necesito saber cuando quiero. www.cnnenespanol.com

[AméricaEconomía](#) | [I-biz](#) | [AméricaEconomía Intelligence](#) | [AméricaImagen](#) | [Latinvestor](#) | [Noticias](#) | [Quiénes Somos](#) | [Inscribase](#) | [Suscribase](#) | [Publicidad](#) | [Mapa del Sitio](#) | [Contáctenos](#) | [Mis Datos](#) | [Página Principal](#)

© AméricaEconomía 2001-2003 - Todos los derechos reservados
Este material no puede ser publicado, reescrito, redistribuido y/o reenviado sin la previa autorización de AméricaEconomía.
Resolución mínima de 800x600, optimizado para Internet Explorer y Netscape en sus versiones 4.0 o superiores.