

# E-BUSINESS, ESTRATEGIA & GENERACIÓN DE VALOR

"Publicación editada por la Especialización en Administración de Negocios por Vía Electrónica para la comunidad de profesionales interesados en los E-business."

[www.puj.edu.co/negocios.electronicos](http://www.puj.edu.co/negocios.electronicos)

## EDITORIAL.

Entre las necesidades detectadas por el equipo encargado del diseño del programa de la Especialización en Administración de Negocios por Vía Electrónica fue crear y mantener una comunidad de personas interesadas en los negocios electrónicos o e-business (E-biz). Esta publicación es la respuesta a esa necesidad de comunicar diversos temas de carácter académico y práctico. La característica fundamental será la misma del programa de especialización que la apoya: temas relacionados con la **Administración** del negocio y un alto enfoque en la **Estrategia** del mismo.

Se procurará mantener un lenguaje equilibrado entre lo cotidiano, lo académico y lo técnico para facilitar llegar a tan diverso público, pero con un interés en común: la nueva forma de hacer

negocios y generar eficiencias.

Convocaremos para que colaboren desde expertos hasta inquietos principiantes, incluso algunos emprendedores, para que nos comenten sus experiencias que se espera sean bien recibidas por todos. Los temas fundamentales serán estrategia, modelos de negocio, mercadeo, finanzas, legales, tributarios, seguridad, operaciones, procesos y un poco más relacionados con tendencias como CRM y el SCM.

Paralelamente y como complemento hemos creado las **Tertulias de E-Business**, un espacio quincenal para el análisis, discusión y reflexión de estos mismos temas.

Esperamos estas iniciativas sean de su completo interés. Contáctenos para participar activamente.

## EVENTOS Y FECHAS IMPORTANTES



**Especialización en Administración de Negocios por Vía Electrónica:**

**Inscripciones:** marzo 1 a junio 3 de 2005; **Inducción:** Junio 25 de 2005

**Grados primera promoción:** Agosto 26 de 2005

**TERTULIAS 'HABLEMOS DE E-BUSINESS'** Grupo de interesados en la discusión de temas relacionados con los negocios electrónicos orientado por expertos. Jueves cada quince días 5:30 p.m. A 7:30 p.m. en la Universidad Javeriana. **Inscripciones gratuitas:** 321-8378 o [negocios.electronicos@puj.edu.co](mailto:negocios.electronicos@puj.edu.co)

**Congreso Internet, Derecho y Política (IDP)** <http://www.uoc.edu/symposioidp>

Las transformaciones del derecho y la política en la sociedad de la información. 17 al 19 de marzo del 2005

**The 2005 eBusiness Annual Conference** <http://ebusiness.mit.edu/newsl05/conf/sponsorconf.html>

The MIT Center for eBusiness: "eBusiness 2.0: What Works, What Didn't, and What's Next" Mayo 17-18

## GRUPO EDITORIAL

El contenido de los artículos aquí publicados es responsabilidad exclusiva de sus autores. Los textos pueden reproducirse total o parcialmente citando la fuente.

**Para sus contribuciones favor dirigirse a:**

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

Especialización en Administración de Negocios por Vía Electrónica

Pontificia Universidad Javeriana-Calle 18 No. 118-250, Cali. Tel: 321-8200 Ext.: 378 y 502

[www.puj.edu.co/negocios.electronicos](http://www.puj.edu.co/negocios.electronicos)

[negocios.electronicos@puj.edu.co](mailto:negocios.electronicos@puj.edu.co)



**Año 1—No. 1**

Marzo de 2005

**OPINIÓN EXPERTA.** 2

Álvaro Andrés Díaz opina sobre el proyecto de ley de regulación sobre el uso del SPAM

**DESDE LA ACADEMIA.** 2

Diferentes iniciativas de e-business en las universidades del mundo.

**CASO EMPRESARIAL** 3

Johnny Tamayo, Ph D., presenta el desarrollo e-business que realizó para la Gobernación de Caldas.

**TENDENCIAS.** 4

La opinión de un aspirante. ¿Porqué Administración de Negocios por Vía

Electrónica?

**GLOSARIO** 4



Pontificia Universidad  
**JAVERIANA**

Cali

**Coordinación Editorial**

Luis Hernando García Pinzón.

**Comité Editorial**

Diego Fernando Ríos

Hernán Felipe Silva

Johnny Tamayo

Nancy Patricia Valero

## OPINION EXPERTA

### Proyecto de regulación sobre el uso del Spam



*Alvaro Andrés Díaz  
Abogado Tributarista  
en José Lloreda  
Camacho & Co.*

*Profesor en el tema  
de Leyes e Impuestos  
para los E-business.*

A finales de 2004 fue presentado ante el Congreso de la República el proyecto de ley con el que se pretende regular el uso del correo electrónico comercial no solicitado (SPAM), para evitar, entre otras cosas, el problema de la sobrecarga de redes y el mal gasto significativo de tiempo, dinero y recursos tanto de los usuarios de correo electrónico como de los proveedores del servicio. Se trata pues de establecer ciertas reglas que permitan dar herramientas jurídicas tanto a los usuarios como a los proveedores del servicio frente al uso indiscriminado del correo electrónico comercial no solicitado.

#### Aspectos a destacar.

- El correo electrónico comercial deberá cumplir ciertos requisitos para no ser considerado ilegal. Cada mensaje electrónico deberá contener la palabra "publicidad" o "publicidad para adultos", la identificación y dirección de quien emite el mensaje y

la posibilidad técnica de que el receptor pueda manifestar su voluntad de no recibir más este tipo de información."

- La ilegalidad del correo electrónico comercial surge también cuando el mensaje contenga información falsa bien sea respecto a su emisor o su contenido o cuando sea emitido mediante el uso de un nombre de dominio de un tercero sin su consentimiento, o cuando se transmita pasados 10 días desde que el receptor haya solicitado su no envío.
- Se establecen los derechos de los destinatarios de tal manera que sea posible revocar su consentimiento respecto a la recepción de comunicaciones.
- El proyecto de ley establece reglas de responsabilidad claras respecto para las personas que envíen correos electrónicos, otorgando la posibilidad al receptor de los mismos de ejercer acciones legales contra los primeros, pudiendo obtener la indemnización de por los daños causados. De igual manera, la indemnización se hace extensible a los ISP (proveedores del servicio de acceso a Internet) en caso de haber sufrido un perjuicio con ocasión del envío de correo electrónico comercial ilegal.



- Como alternativa a la indemnización de perjuicios, se le otorga la facultad al receptor de correo de recibir de la persona que a enviado el correo ilegal, 30 SMLMV por cada uno de los correos emitidos.
- Se señala como autoridad competente para conocer de las acciones derivadas de la ilegalidad del correo comercial no solicitado a los jueces. Sin embargo, adicionalmente se faculta a la Superintendencia de Industria y Comercio para dictar medidas administrativas complementarias.

#### Algunos Vacíos.

En efecto basta preguntarse respecto al alcance de las regulaciones relativas a la responsabilidad teniendo en cuenta el carácter territorial de la ley y el alcance internacional del comercio electrónico. Así mismo, deberá analizarse lo relativo a la valoración probatoria que determinaría la causación de perjuicios originados en la transmisión de SPAM ilegal.

#### Relevancia.

Con todo se espera que en el seno del Congreso se le dé la importancia necesaria a la discusión de este tipo de temas, que de alguna manera da un paso legislativo frente al creciente e innegable desarrollo del comercio electrónico.

## DESDE LA ACADEMIA

Se destacan algunos sitios de universidades que han creado centros de desarrollo de los Negocios por Vía Electrónica o e-business.

- ☑ Center for eBusiness, MIT Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.  
<http://ebusiness.mit.edu/>
- ☑ Ebusiness Research Center, Smeal College of Business, Penn State University  
<http://www.smeal.psu.edu/ebrc/>
- ☑ E-commerce Learning Center, North Carolina State University  
<http://ecommerce.ncsu.edu/>
- ☑ Wharton e-business Initiative. Wharton Business School, Pennsylvania University.  
<http://webi.wharton.upenn.edu/>
- ☑ Ebcenter, IESE Business Scholl, Universidad de Navarra.  
<http://www.ebcenter.org.com>
- ☑ IN3- Internet Interdisciplinary Institute, Universitat Oberta de Catalunya UOC.  
<http://www.uoc.edu/in3/esp/index.html>



La iniciativa del ebcenter es impulsada por el IESE Business School de la Universidad de Navarra y la firma consultora PricewaterhouseCoopers en España.

## CASO EMPRESARIAL

**Solución de mercados virtuales basada en una plataforma Open Source para la comercialización de productos agrícolas en Caldas.**

[www.agrocaldas.com](http://www.agrocaldas.com)



**Johnny Tamayo Ph. D.**

Consultor e-business, diseñador e implantador de la solución. Profesor de la Especialización en Administración de Negocios por Vía Electrónica en

Administración de Proyectos de Tecnología y Procesos para e-business.

### En Contexto

La Gobernación de Caldas a través de la Secretaría de Agricultura pensaba en la manera de dinamizar el mercado agroindustrial, sector que genera buena porción del PIB del Departamento. Los requerimientos de la solución eran mantener un mercado visible, con información actualizada permanentemente y que el proyecto tuviera una excelente relación de beneficio/costo.

Explorando alternativas se planteó la posibilidad de crear un mercado virtual con base a una plataforma de código abierto (*Open Source*) lo que significa que el costo de este insumo (software) es gratuito y adaptable de acuerdo a las necesidades planteadas.

### El modelo de negocio, un marketplace

Un mercado virtual o *marketplace* es un mercado real, en donde confluyen o se encuentran las empresas, socios y colaboradores (proveedores, distribuidores y clientes) permitiéndose cerrar transacciones.

Como todo mercado, un mercado virtual constituye además de la comunidad formal, una comunidad informal dentro de la industria en la

que participa. Un *marketplace* debe proveer los ámbitos necesarios para que los participantes, los expertos, los consultores, la prensa especializada y en general todos los que tienen algo para decir, puedan compartir libremente esa información. El libre juego entre la estructura formal e informal hace a la esencia del funcionamiento de cualquier mercado.

### La solución.

Conociendo estas características del modelo de negocio y su finalidad, la solución desarrollada se basó en un portal vertical (sitio web que convoca a actores de la misma industria) en donde se generó una serie de relaciones comerciales para la venta de diferentes tipos de productos agroindustriales.



Una vez identificada la plataforma a utilizar se desarrollaron una serie de etapas consistentes en la adaptación del software a las necesidades particulares, estas etapas son:

- Diseño y elaboración del modelo de negocio en *marketplace*
- Diseño de las estrategias para la puesta en marcha.
- Definir las herramientas de marketing para la promoción.
- Definir los servicios de pago.
- Diseño de un modelo financiero y auto sostenible.
- Definir los criterios de pago y

puntos de masa crítica.

- Adaptación de la plataforma informática Oscommerce.

### Los conceptos de organización

El desarrollo y ejecución de cada una de las etapas estuvo basado en la incorporación de conceptos de *Virtual Organizations*, dichos conceptos se fundamentan en la integración de estos nuevos modelos, en el que hacer de la organización. A continuación los modelos integrados:

- Estructura horizontales.
- Modelo de Negocio virtuales.
- Cadena de Valor virtual
- Integración de los Sistemas corporativos de gestión (SCM-ERP-CRM).
- Cooperación de las organizaciones virtuales.
- Adecuación de la Plataforma Tecnológica.

### Resultados.

El portal [agrocaldas.com](http://agrocaldas.com) durante sus tres meses de funcionamiento ha contado con 30,000 visitas, y la exportación de dos contenedores de plátanos, uno a Miami EEUU y otro a Amberes Bélgica.

### Glosario.

Consulte los términos utilizados en este escrito en la hoja No. 4

**Las plazas de mercado han sido el sitio donde conversan personas que buscan a otras con los mismos intereses, es decir compradores y vendedores se reúnen a hablar sobre su trabajo. Hoy los límites geográficos no son un problema, han nacido las e-marketplaces**

## TENDENCIAS

### ¿Porqué negocios por vía electrónica?

Por Mauricio Daza Becerra  
Gerente General Hosting de Colombia  
www.hostingdecolombia.net

Hace 3 años decidí formar una empresa que fuera la mano derecha de otras en el dinámico mundo de la Internet, porque considero que ahí se encuentra el presente de la supervivencia de las empresas nacionales. Además, porque trabajo en una entidad financiera.

En las noches ocupaba mi tiempo en mejorar continuamente el diseño de los sitios Web de mis clientes, pensaba que un excelente diseño era el elemento principal de éxito para las empresas que iniciaban una nueva etapa en la Internet. La búsqueda de códigos, *scripts*, ejemplos y todo aquello que consideraba que podría ser útil para el negocio de mis clientes era una labor diaria.

Aunque adquirí un gran conocimiento técnico en el

desarrollo de sitios Web, los resultados para mis clientes no eran lo que yo esperaba y eso me preocupaba porque sabía que faltaba una pieza importante ¿Qué era? ..no lo sabía aún.

Un día decidí buscar en Internet algún programa de postgrado que me ofreciera que me ofreciera la posibilidad de complementar mis conocimientos para poder satisfacer a mis clientes en sus negocios en la Web, ya que me sentía responsable por sus resultados

Encontré un título que me llamó la atención “Administración de Negocios por Vía Electrónica” en la Pontificia Universidad Javeriana, su contenido era interesante pero me generaba algunas dudas entre ellas, y quizás la más importante en mi caso, ¿porque esta especialización pertenece a la Facultad de Ciencias de la Administración y no a la Facultad de Ingeniería?

La respuesta a esta inquietud me ayudó a encontrar esa pieza de conocimiento que hace falta para que mi empresa pueda ofrecer a mis clientes mejores

resultados.

Soy un ingeniero de sistemas y como tal proyectaba mi empresa y la de mis clientes en la Web girando alrededor del diseño y desarrollo técnico.

Parte de la respuesta que encontré es que la tecnología de punta o los excelentes diseños de los sitios Web no son los elementos fundamentales en el éxito de las empresas que se lanzan en Internet.

“Estrategia” es la clave en la que me hizo énfasis el director de la Especialización, Dr. Luís Hernando García, para que las empresas puedan desempeñarse con éxito, “estrategia” es la esencia a la que apunta la especialización.

Decidí inscribirme en la especialización Administración de Negocios por Vía Electrónica porque encuentro el complemento ideal de conocimiento que se debe tener para llevar al éxito las empresa que tarde o temprano estarán en el dinámico mundo electrónico.

## GLOSARIO

En esta oportunidad presentamos conceptos básicos y algunos otros usados en los textos de este boletín:

- ◆ **E-business:** De manera sencilla un negocio electrónico es cualquier iniciativa empresarial que se apoye en tecnologías de información y comunicación para su operación con terceros, en la toma de decisiones gerenciales y como apoyo a la venta competitiva estratégica.
- ◆ **E-commerce:** Es una iniciativa que pretende la comercialización de productos, servicios y/o contenidos a través de medios electrónicos. Solicitud de cotización, toma de pedidos, catálogos en línea, listas de correo, *banners*, carrito de compras y otras, están en esta categoría. No es necesario que ocurra la transacción por vía electrónica para considerar que existe e-commerce.
- ◆ **Software:** Una serie de instrucciones o código en un lenguaje que las computadoras entienden.
- ◆ **Plataforma:** Se refiere a algún sistema, generalmente un software sobre el cual se desarrollan soluciones.
- ◆ **Open Source:** El código abierto se refiere a software libre de distribución gratuita. Es una iniciativa de la Fundación para el Software Libre (FSF), que preserva, protege y promueve los derechos de los usuarios, y la libertad de usar, estudiar, copiar, modificar y redistribuir software. Mayor información en <http://www.gnu.org>
- ◆ **SCM:** *Supply Chain Management*. Se refiere a las actividades de gestión de la cadena de abastecimiento
- ◆ **ERP:** *Enterprise Resources Planning*. Es software de aplicación específica que usualmente incluye módulos contables, financieros, de recursos humanos y manufactura.
- ◆ **CRM:** *Customer Relationship Management*. En general es la filosofía empresarial que gira alrededor del cliente y promueve las relaciones duraderas con él. Rentabilizar y fidelizar es el objetivo.
- ◆ **SPAM:** Correo comercial no solicitado. Ineficiente práctica de mercadeo invasivo o viral.



El e-commerce se refiere solo a las actividades empresariales dirigidas a conseguir y ejecutar ventas, más no necesariamente a hacer la transacción por vía electrónica