

Telefonica

M movistar



The WALT DISNEY Company (Latin America)

NOKIA

Primer Centro de estudios sobre la industria de medios y entretenimiento en Latinoamérica

La iniciativa pondrá el foco en los desafíos más importantes que enfrentará este sector en los próximos años en la región.

Buenos Aires, martes 29 de abril de 2008. El IAE Business School, junto con las empresas The Walt Disney Company, Telefónica, Movistar y Nokia, crearon el primer Centro de Investigaciones para la Industria de Medios & Entretenimiento en Latinoamérica (CIMEL) con el objetivo de detectar, promover y generar conocimiento respecto de este dinámico sector de la economía en la región.

“Con las investigaciones del CIMEL podremos comprender mejor la relación que las personas mantienen con los medios y el entretenimiento, y de esta manera, ayudar a las compañías que operan en la industria a encontrar caminos para impactar positivamente en la comunidad, facilitando el acceso a opciones de entretenimiento y desarrollando nuevos modos de relacionarse con ella”, señala Roberto Vassolo, Director del CIMEL y profesor del Área de Política de Empresa del IAE.

Por su parte, Hernán Estrada, Vicepresidente, Estrategia y Desarrollo de Negocios, The Walt Disney Company Latin America señaló que "la fundación del CIMEL es resultado del compromiso que Disney ha asumido con la expansión de su rol en la comunidad, más allá de la gestión de negocios. Como institución, tenemos el objetivo de involucrarnos en múltiples áreas, entre las cuales se incluye el acercamiento al mundo académico. Nuestra relación con el IAE, y con otras compañías que suscriben estas mismas ideas, no sólo resulta en grandes aportes de información y conocimiento para la comunidad, sino que también nos aporta enorme valor a la hora de entender mejor la realidad de las personas para quienes desarrollamos nuestros productos."

“Para Nokia la creación de este Centro no es casual, hace tiempo que venimos indagando sobre la relación de los consumidores con la tecnología, pero fundamentalmente en la creación de experiencias. La experiencia es lo que guía a nuestros usuarios y el entretenimiento también es, en definitiva, experiencia” afirmó Mariela Arce Directora de Marketing de Nokia para Cono Sur.

Contacto de prensa: Lucas Méndez Trongé – lmendez@iae.edu.ar – 011-48095000 interno 1114 / 1037 – Cel. 155-4878469 - www.iae.edu.ar

Telefonica

M movistar



The Walt Disney Company (Latin America)

NOKIA

Finalmente, Darío Fainguersch, Director de Marketing de Movistar Argentina, señaló que “el teléfono móvil se ha convertido en un aspecto clave del entretenimiento y es hoy una de las interfases favoritas, sobre todo a partir de las crecientes posibilidades multimedia de nuestro servicio y de la incorporación de la banda ancha móvil que permite conectarse a Internet desde situaciones en movilidad. En muchos casos el móvil es el medio vinculante con la tecnología. Muchos de nuestros clientes no tienen acceso a una computadora pero si a un teléfono, a partir del cual se relacionan con la música, lo lúdico y la pertenencia a una comunidad, adoptando nuevas formas distintas a la voz. Nuestra participación en CIMEL apunta a profundizar en este fenómeno y traducirlo en innovación.”

Los objetivos que persigue el CIMEL son:

- generar una comunidad de aprendizaje,
- reconocer las mejores prácticas en la industria,
- mantener una perspectiva global con foco en lo regional
- adoptar un marco de análisis multidisciplinar.

El núcleo del CIMEL lo formarán profesores del IAE Business School, pero también participarán de modo adscripto profesores expertos del exterior y de universidades locales. El Comité Ejecutivo del CIMEL está integrado por Roberto S. Vassolo, Profesor del Área de Política de Empresa y Director del Área de Investigación y Desarrollo del IAE Business School; Hernán Estrada, VP de Estrategia y Desarrollo de Nuevos Negocios de The Walt Disney Company Latin America; Mariela Arce, Directora de Marketing de Nokia para el Cono Sur, y Darío Fainguersch, Director de Marketing de Movistar Argentina. Asociada al centro, participará la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral.

Investigación bandera 2007

Durante el año 2007, el CIMEL llevó a cabo una investigación cualitativa para explorar la relación que los consumidores de ingresos medios y bajos en Buenos Aires y San Pablo mantienen con las tecnologías y contenidos de medios y entretenimiento. Se exploraron también los deseos y las aspiraciones de estos consumidores, más allá de restricciones de tiempo, dinero e información. El resumen ejecutivo profundiza sobre los objetivos y los resultados de la investigación.

Telefonica

 **MOVISTAR**



The **WALT DISNEY** Company (Latin America)

NOKIA

Otras producciones

El CIMEL generó durante el 2007 distintos textos de análisis sobre la industria del entretenimiento, algunos corresponden a las siguientes temáticas:

- Producción de casos de estudio: “Disney Latinoamérica”, que pone el foco en la transformación de la compañía en el nuevo milenio; iBasis, que traza el desarrollo de un original modelo de negocios para nuestra región, y Kodak Regresa, que analiza las instancias de desarrollo y pérdida de capacidades del gigante de la fotografía.
- Publicación del artículo “Coherencia sistémica: el enfoque estratégico de Disney en América Latina” en Harvard Business Review Latinoamérica (marzo 2007), escrito por los profesores del IAE Roberto Vassolo y Andrés Hatum y Luciana Silvestri, investigadora del CIMEL.
- Producción de notas técnicas sobre distintos aspectos de la estrategia (capacidades organizacionales, análisis industrial, análisis de portafolios de negocios, crecimiento), con foco en los dilemas de las empresas de medios y entretenimiento.
- Publicación de un capítulo en el “Handbook of Spanish Language Media”, editado por el profesor Alan Albarran, North Texas University (a publicarse en 2009).