

COMPAQ

Mejores respuestas. ^{MR}

NUEVOS PRODUCTOS

Compaq Aero 2130
Su oficina en una mano

ENTREVISTA

Habla el nuevo Director
de Marketing de Compaq Chile

SOFTTEL' 99

Conozca las nuevas soluciones de Compaq

COLUMNA

Sergio Melnick reflexiona sobre
el consumo, la materia y el ciberespacio

NonStop eBusiness:

La apuesta de Compaq para liderar el comercio electrónico



SOFTEL '99

5

PRODUCCION
Marketing Relacional Ltda.
Av. San Sebastián 2807 of. 314
Las Condes

DIRECTOR RESPONSABLE
Hernán Orellana



COLUMNA

6

DISEÑO
Zegers DDB

DIAGRAMACION
Ximena Izquierdo
Elizabeth Alarcón



NUEVOS PRODUCTOS

8

PERIODISTA
Carolina Robino

FOTOGRAFO
Ricardo Pasten



NOTICIAS

9

DIRECCION
Av. 11 de Septiembre 1901 piso 11
Providencia
Fono: 2008100 Fax: 2520540

IMPRESION
Ograma S.A.



ENTREVISTA

10



EVENTOS

11

Estimados amigos:

En los últimos 30 años hemos visto como las tecnologías de información han ayudado a las empresas a ser más eficientes, mejorando sus procesos tradicionales. Sin embargo, y pese a todos los adelantos, si observamos detenidamente los procesos de intercambio, constatamos que el papel sigue siendo la principal plataforma de comunicación entre compradores y vendedores. Por ahora. A meses del fin de siglo, es posible afirmar que Internet está cambiando veloz y radicalmente la forma de hacer negocios. Es urgente que las empresas entiendan la importancia de esta transformación antes de que sus modelos comerciales queden obsoletos. Porque eso ya está sucediendo.

Esta revolución informática se aplica también a los países. Singapur, Nueva Zelanda y Finlandia, por ejemplo, han basado su desarrollo en el uso intensivo de Internet. Como ellos, aquellos países que adopten Internet como estrategia de desarrollo y competencia internacional, tendrán una ventaja competitiva fundamental sobre los que no lo hagan. Chile, por lo tanto, requiere de políticas claras y de fuertes inversiones en tecnologías de información para no quedar atrás.

Los invito a conocer en Softel '99 una completa muestra de las soluciones de Compaq orientadas a Internet. Para empresas y para el hogar. Porque el futuro está en la información digital. En todos los ámbitos.

Hernán Orellana
Gerente General

INDICE

COMPAQ ESTÁ TRABAJANDO CON ESTA PREMISA: SOLAMENTE LAS EMPRESAS QUE ENTREN Y EXPLOTEN INTERNET EN EL FUTURO INMEDIATO PODRÁN UBICARSE ENTRE LOS LÍDERES DEL FUTURO.

Y EL RELOJ ESTÁ EN MARCHA.

Las cartas están echadas. Si a la radio le costó 38 años masificarse y a la televisión, trece; el cable demoró diez e Internet, apenas cinco. Estos grados decrecientes de velocidad no son un tema baladí: en el siglo XXI nada será como es ahora en la industria de la informática. La información digital promete cambiar todos los parámetros existentes en la actualidad. De hecho, ya lo está haciendo.

Con más de 100 millones de usuarios a nivel mundial, Internet será el nuevo paradigma de las comunicaciones. Y aunque esto se reflejará en todos los ámbitos, es quizás en el comercio donde su influencia se notará con mayor intensidad. El fenómeno conocido como eBusiness tiene proyecciones impresionantes: si en 1999 sólo el segmento empresa-empresa (business-to-business) moverá por vía electrónica 49,1 billones de dólares, se calcula que en el año 2003 esa cifra alcanzará los 1.328,9 billones, es decir, aumentará en menos de un quinquenio más de 26 veces.

En una escala menor en lo que a números se refiere, pero igualmente impactante a nivel cotidiano, el área business to consumers (como se llama al comercio electrónico entre empresas y personas) también se reme-

cerá con la institucionalización de Internet como canal de venta. Un ejemplo basta: amazon.com, una empresa que hace cuatro años ni siquiera existía, tiene hoy un valor de mercado superior al de Kmart y JCPenney juntos. Con cerca de tres millones de clientes en el mundo entero, esta compañía virtual facturará este año más de un billón de dólares. Su éxito está asegurado. Amazon.com utiliza en su ejercicio equipos Compaq AlphaServer y el sistema operativo Compaq Tru64 UNIX.

La pregunta es, entonces, la siguiente: ¿Cuántos de los libros que los chilenos compran por medio de amazon.com podrían haberse comprado en una librería de corte tradicional del país? La respuesta de Compaq es tajante: solamente las empresas que entren y exploten Internet en el futuro inmediato podrán ubicarse entre los líderes del futuro. Y el tiempo está corriendo. No se trata de una amenaza; es, simplemente, una realidad: no por nada, en Estados Unidos son cada vez más los insumos que se ofrecen en la inmensa vitrina que es Internet.

Un dato para tomar en cuenta: hoy, el 75 por ciento de las transacciones de comercio electrónico business to consumers que se originan en América Latina se concreta en Estados Unidos.

Compaq Chile no está dispuesta a quedar atrás en esta carrera. En septiembre inaugurará su primer e-store para ofrecer a sus clientes más vanguardistas en el uso de Internet, así

como a los que se vayan sumando a este nuevo *modus operandi* del comercio mundial, configuraciones específicas de sus computadores Presario. Eso en una etapa inicial, porque la idea de la filial nacional es ir perfeccionando su tienda cibernética hasta convertirla en un nexo con sus clientes tan válido como cualquier otro canal de venta.

Ese es el contexto.

LA OFERTA DE COMPAQ

El universo Internet es algo tan concreto como un pedazo de pan y la industria informática está lista para proveer los servicios y soportes que se necesitan para navegar en él.

La estrategia de Compaq para competir y triunfar en este desafío se llama Compaq NonStop eBusiness. Compuesta por un conjunto integral de soluciones e infraestructura, su objetivo es permitir que los clientes de la empresa puedan estar activos en el difícil arte del comercio vía Internet las 24 horas de los 365 días del año. ¿Cómo? Entregándoles las mejores herramientas para que construyan su base comercial electrónica en forma sencilla y segura y con el menor costo del mercado.

Compaq ha estudiado el tema minuciosamente. NonStop eBusiness toma en cuenta todos los conceptos que el comercio a través de una fórmula digital ha puesto en boga: la competencia a un *click* de distancia, el marketing one-to-one y la elimina-

ción de las protecciones geográficas, entre los principales.

De manera muy resumida, se puede decir que el esquema de Compaq para que sus clientes se integren al comercio vía Internet incluye cuatro aspectos básicos: un portal web, la administración del conocimiento, el manejo relacional de clientes y la mantención de sus lealtades y el desarrollo de cadenas globales de valor, como la ideada, por ejemplo, por flowers.com, una compañía capaz de satisfacer los requerimientos de flores de sus clientes de todo el mundo en un tiempo mínimo, con enormes ganancias económicas y administrativas. Todo gracias al excepcional manejo de una completísima base de datos.



La iniciativa Compaq NonStop eBusiness fue creada pensando en todos los niveles de las organizaciones: sus equipos NonStop Himalaya ofrecen disponibilidad continua; los Alpha-Server, alta disponibilidad y máximo rendimiento y los Compaq ProLiant brindan un alto rendimiento en una plataforma abierta. En ellos corren los sistemas operativos y los software que aseguran un óptimo funcionamiento de las redes de cada empresa.

En cuanto a las soluciones, Compaq trabaja con importantes socios, como se puede apreciar a continuación: en e-commerce opera con Microsoft, Site Server, Internet Info Server, Netscape Enterprise Server, Directory Server, Apache Web Server,

Allaire Coldfusion, Axent, CheckPoint y AltaVista para firewalls y VPN; en Mensajería y Colaboración, con Microsoft Exchange, Lotus Domino y Novell GroupWise; en Aplicaciones para Empresas (ERP), con Baan, PeopleSoft y SAP R/3 y en Inteligencia del Negocio, con Microsoft, Oracle, SAS y SAP, entre otros.

La simbiosis entre la infraestructura y las soluciones arriba descritas permitirá a los clientes de Compaq entrar de lleno al mundo del comercio electrónico. Por su política corporati-

va, la compañía está poniendo un énfasis especial en las industrias de los sectores financiero, de telecomunicaciones, de manufacturas y en el sector público. Todas ellas contarán con el inestimable respaldo de un programa en línea que Compaq pone a su disposición en forma gratuita: ActiveAnswers (www.compaq.com/activeanswers).

ActiveAnswers es una gran base de datos que se alimenta constantemente con el aporte de profesionales de Compaq, pero también de asociados y clientes. De esta manera, la experiencia de unos en la planificación, instalación y operación de soluciones basadas en estándares de la industria redundan en beneficio de otros, asegurando la consistencia de la elección, reduciendo los costos, el tiempo y los riesgos de la implantación y aumentando la eficiencia.

Para terminar, un broche. Compaq diseñó para la empresa norteamericana Autobytel, un sistema de ventas a través de Internet, construido sobre la base de servidores ProLiant y arquitectura DISA (Distributed Internet Server Array). Funciona así: en la página web autobytel.com aparecen las ofertas de autos disponibles en todo el país. Con fotos y detalles del producto. El usuario busca, según criterios como la marca, el modelo y el color, y selecciona aquello que le interesa. Autobytel envía el requerimiento al concesionario que corresponde, quien contacta al cliente.

El proceso es mucho más rápido, eficiente y mejor informado.



En la última versión del siglo de Softel, Compaq Chile presentará variadas y completas soluciones, incluyendo productos para el área de empresas y, por supuesto, para el hogar. He aquí un resumen.

AREA EMPRESAS

-Tecnología NonStop e-Business, orientada a soluciones de comercio electrónico (Adexus).

-Tecnología StorageWorks y AlphaServer de 64 bits, con sistema operativo Compaq Tru64 UNIX (Sonda).

-Terminal Server Citrix. Solución orientada a maximizar la productividad y bajar el costo total de propiedad, a través de aplicaciones Citrix Metaframe (ST Computación).

-CyberMarket. Solución de comercio electrónico. CyberMarket es el primer mall virtual de Latinoamérica. Cuenta con catálogo electrónico y múltiples tiendas (North Supply).

-Telebright. Solución integral para telemarketing, corriendo sobre SQL Server, Windows NT y Access 97, en servidores Compaq ProLiant (Bright Systems).

-Seguridad de redes IP (Internet/Extranet/Intranet). Solución orientada a la seguridad de acceso (firewall), a la seguridad de transporte y encriptación de la información y a la autenticación de redes virtuales seguras sobre tecnología IP (Coasin).

-Multicast y Conferencia Telefónica. Solución de audio y video sobre Intranet (Coasin).

-Solución para la administración y control

empresarial con Solomon Software (System).

-Tecnología Compaq 8-Way, que permite a los servidores basados en plataforma Intel incorporar ocho procesadores trabajando simétricamente.

AREA EJECUTIVOS

Soluciones portátiles:

-Computadores de mano: Compaq Aero 2130.

-Computadores de bolsillo: Compaq C-Series.

-Notebooks y subnotebooks: Compaq Armada 3500, 7400 y Compaq Aero 8000.

-Proyector portátil: Compaq MP1600, que se puede conectar a computadores de escritorio, portátiles o minicomputadores (para lo que requiere VGA PC Card) o, por medio de un adaptador de video, a reproductores de video, DVD o cámaras.

AREA HOGAR

Todos los nuevos miembros de la familia de computadores personales Compaq Presario -diseñados para brindar la mejor experiencia en Internet y multimedia- serán exhibidos en Softel Hogar '99, a través de los stands de ABC, Radio Shack y Ripley. La nueva familia incluye cuatro modelos de escritorio y cuatro portátiles, entre los que destacan el computador de escritorio Compaq Presario 5333 y el notebook Compaq Presario 1245.

SEMINARIOS

Durante Softel 99, Compaq participará en dos seminarios:

“Soluciones en Plataforma Compaq”.

Tratará cada una de las soluciones que se exhibirán en el stand y contará con la participación de los *partners* invitados por Compaq a Softel Empresas '99.

“Negocios en Internet”.

Organizado por el periódico tecnológico Infoweek, la presentación estará a cargo de George Favalaro, Director Corporativo de NonStop eBusiness Solutions de Compaq Computer Corporation, quien se referirá al tema de las soluciones de comercio electrónico que ofrece la empresa.

NOTEBOOKS ARMADA:SERIES 3500 Y 7400

SU OFICINA SIEMPRE A MANO

Las series de Armada 3500 y 7400 ofrecen nuevas y útiles características a personas que necesitan un máximo de movilidad sin perder las características de un computador de escritorio.

Con un peso que no supera los 2,7 kilos y un cómodo y seguro chasis de aluminio, los Armada 7400 están cargados con procesadores Intel Pentium II de hasta 366 MHz, poseen excelentes capacidades gráficas y de video, disco duro de 6,4 GB SMART, memoria de 64 MB SDRAM expandibles a 256, baterías que

duran más de 2,6 horas y confiables dispositivos de seguridad.

En la oficina, basta con insertar el notebook en el premiado Armada Station II o en la mini estación Armada E para convertir su Armada 7400 en un poderoso computador de escritorio con todas sus utilidades. Según el modelo, esta serie incluye Windows NT 4.0 o Windows 95. Por su parte, los Armada 3500, con un peso de sólo 1,9 kilos, ofrecen máxima movilidad y máximo rendimiento. Su procesador es el Intel Mobile Pentium II

de hasta 366 MHz y tienen una memoria de 64 MB SDRAM expandibles a 192. Su batería Li-Ion permite un uso de dos horas, que pueden aumentar a tres con un upgrade opcional. En la oficina son compatibles con Convenience Base II, el mismo módulo de las series 1500 y 1700.

Ambos modelos tienen garantía mundial de tres años.

LAS NUEVAS TENDENCIAS DE CONSUMO, OPORTUNIDADES Y ORGANIZACION EMPRESARIAL

Entre los muchos cambios que estamos presenciando en el mundo económico y empresarial, tres nuevas variables empiezan a aparecer en forma novel: el consumo viudo, la eficiencia de oportunidades y la organización desechable. Todas son notables. Veamos qué significan:

EL CONSUMO VIUDO

Llamo consumo viudo a todos los productos que se quedan solos después de ser adquiridos. O del “casamiento”. Lo que sostengo es que este tipo de producto, como también algunos servicios, aumenta en forma galopante en el mundo económico actual.

Pongamos un ejemplo simple: hace algunas décadas, se estilaba tener un reloj de por vida. Más aún: a veces hasta se heredaban de generación en generación. Hoy, el reloj es desechable e intercambiable y es bastante común tener varios o coleccionarlos. Pues bien, todos aquellos que no se están usando, han quedado, por así decir, viudos. Lo mismo ocurre con las estilográficas, los anteojos, las cámaras de fotos, los equipos de música, y sigue y suma.

Pero no sólo quedan viudos productos de esta clase. Hay otra gama enorme de cosas que se compran y en realidad no se usan, aunque parece obvio que se necesitan. Pensemos en los productos que se venden masivamente por la televisión. Millones han sido comprados por la calidad de la publicidad, que los hace, además de irresistibles, convenientes. Pero muy pocos se utilizan. Ni hablar de aquellos para hacer deportes, o de las herramientas. En fin. Sin duda, algún porcentaje de esas ventas logra un matrimonio feliz, pero, creo, la mayoría enviuda muy rápidamente. También está la enorme vitrina de productos del estilo “todo por un dólar” o su modalidad chilena “todo por luka”. No hay prácticamente nadie que resista una entrada a esos locales sin adquirir algo o más de algo. La mayor parte de esos productos llegará a una rápida viudez.

Este fenómeno es diferente al consumismo, que no es tema de esta nota, y que tiene connotaciones muy distintas a las que quiero expresar aquí, muy a menudo bastante cargadas de ideologismos, y como parte de un discurso más o menos viejón.

Ahora bien, ¿es mala esta nueva tendencia al consumo viudo? ¡Claro que no! Simplemente, es, y debe ser por algo no trivial. Entender eso es el desafío real.

Yo creo que este consumo es parte de una tendencia clave en la cultura del tercer milenio y de los nuevos pasos “evolutivos” del hombre. La relación del hombre con la materia, una de cuyas manifestaciones más elocuentes es el consumo, debe ser compatible con el inminente ciberespacio y las realidades virtuales. Es claro que en el nuevo milenio la materia será cada vez menos importante, pero ha sido crítica o central en los últimos miles de años. ¿Cómo, entonces, cambiar su relación con el hombre? El consumo viudo es justamente un camino.

LA EFICIENCIA DE OPORTUNIDADES

El consumo que enviuda, y que parece ser un superfluo, en realidad no lo es. Cosas que hace unas décadas hubiesen sido consideradas tesoros, hoy son parte de la economía viuda y casi toda la población puede acceder a ellas. Un reloj digital puede costar 300 pe-



*por Sergio Melnick
Ingeniero Comercial de la
Universidad de Chile, Master
of Arts en Estudios
Interdisciplinarios de la
UCLA, PhD en Planificación
de la UCLA. En la
actualidad, se desempeña
como Director del Banco de
A. Edwards y Gerente
General de HellerNet Sud
S.A.*

tos y hasta menos; una radio AM/FM, unos pocos dólares; un par de anteojos ahumados, menos de 1000 pesos y lapiceras por trillones, gorras, poleras, vasos, cámaras fotográficas, cuchillos, monitos de plástico para niños, jeans, zapatillas, etc... se encuentran por precios mínimos.

Son los últimos estertores de la materia física en la vida del ser humano y "tenerlos" *per se* satisface una necesidad, quizás romántica, del hombre. Es como la fiesta de despedida de la materia y sí tiene un sentido.

En la realidad virtual ya inminente, el contacto directo con la materia física desaparecerá.

LA ORGANIZACION DESECHABLE

Todo lo anterior nos lleva a una nueva realidad de las organizaciones, ahora basadas en relaciones de diverso tipo más que en jerarquías, y establecidas dentro de un marco virtual. Es decir, la organización en sí dejará de ser un activo, como lo era el reloj de 17 rubíes, y pasará a ser un producto desechable, intercambiable y al servicio de la "moda" o, en este caso, el objetivo.

La organización será una herramienta del lenguaje post simbólico -en la forma de mapas de navegación por realidades complejas- que se agota en cada "viaje" tras un objetivo. Es una de las manifestaciones de la edad de la información en que definitivamente nos alejamos de la materia física hasta llegar al ciberespacio.

Todo esto suena demasiado abstracto, pero en realidad no lo es. Basta un poco de concentración en las huellas que el futuro ha dejado en este presente, para verlo.

Y QUE PODEMOS O DEBEMOS HACER EN LA PRACTICA

Lo primero es saber hacia dónde vamos y hacia dónde queremos ir. Si uno no sabe donde quiere ir, todos los caminos son iguales porque nunca se llega.

El consumo viudo es un espejismo que entretiene mientras nos absorbe inexorablemente la realidad virtual. No vale la pena seguirlo, pero es muy funcional a la actual transición. La eficiencia de oportunidades apunta a tener la habilidad de ser los primeros en entrar al ciberespacio, y no los últimos en el consumo viudo. Aquí hay que recordar a Castañeda y entender la diferencia entre ver y mirar.

Finalmente, la organización desechable es la clave de los negocios exitosos del siglo XXI y quien la quiera ver y empezar a diseñar, tendrá una indudable ventaja estratégica.

¿Se puede hablar más claro de todo esto?... Claro que no, porque entonces pasaría a ser conocimiento viudo, y por ende, irrelevante. Pero da para pensar.

Después de seis exitosos años en el mercado, el sistema operativo Digital UNIX está cambiando de imagen. Tras la compra de Digital por parte de Compaq, esta empresa decidió relanzar este producto con el nombre de Compaq Tru64 UNIX.

Compaq Tru64 UNIX permite satisfacer las más altas exigencias de negocios de cualquier industria. Recomendado para clientes que requieren sistemas fáciles de manejar, con necesidades crecientes de transacciones web, encriptaciones, codificaciones/decodificaciones e importantes volúmenes de mensajes electrónicos con texto e imagen, segmentos como la salud, las telecomunicaciones, las finanzas, las manufacturas, el gobierno y la educación pueden beneficiarse especialmente con las bondades de este sistema operativo.

El sistema también provee una alta disponibilidad de aplicaciones, que incluyen soluciones TruCluster para situaciones críticas, integración con Windows NT, seguridad y escalabilidad, un rendimiento Internet/Intranet superior y un sistema sencillo de



administración. Además, sustenta las bases de los mayores estándares de la

industria para sistemas abiertos, protegiendo las inversiones existentes y asegurando estabilidad para futuros crecimientos.

En los últimos cinco años, Compaq Tru64 UNIX (antes conocido como Digital UNIX) ha sido ranqueado como número uno o dos entre todos los sistemas operativos UNIX de la industria. Y en marzo de 1998, la revista *Byte Magazine* lo eligió el mejor sistema operativo para servicios web.

Entre los clientes que ya utilizan el premiado sistema de Compaq se encuentran los siguientes: en el área de inteligencia de negocios, Boeing, Citibank y Lucent Technologies; en Telco e Internet, amazon.com y Lycos; en aplicaciones corporativas, Glaxco, Sears, Nasdaq/mci y Reuters; y en computación de alto performance, Ford, Ferrari y Peugeot.

Computador de bolsillo

COMPAQ AERO 2130

Con 13,4 centímetros de altura, 8,5 de ancho y 2 de profundidad, el Compaq Aero 2130 es uno de los computadores de bolsillo más atractivos del mercado, ideal para aumentar la productividad móvil de sus usuarios. Es, nada menos y nada más que una oficina móvil a todo color, fácil de usar y de llevar hasta donde usted vaya.

Su pantalla, de alta resolución y sensible al tacto, es un lujo: ostenta 256 colores, brinda imágenes claras y bien definidas, permite visualizar gran cantidad de información, reduce la fatiga ocular y da una visibilidad óptima en casi cualquier ambiente, desde la oscuridad total hasta la plena luz del sol. Funciona con pluma electrónica y posee botones de fácil acceso que transportan al



usuario a la información importante, rápida y convenientemente.

Las virtudes de su sistema de audio tampoco son menores. Usted puede convertir su Compaq Aero 2130 en el más avanzado reproductor de audio, con Audible Player. Basta con bajar de Internet sus paquetes de

audio favoritos y escucharlos con los audífonos que este computador incluye. En www.audible.com hay más de 4.000 títulos para elegir, entre ellos interesantes publicaciones sobre negocios (como *The Wall Street Journal* o *The New York Times*), exitosos libros de ciencia ficción y guías de inversión.

Cargado con Microsoft Windows CE Palm Size con tecnología ActiveSync, el Compaq Aero 2130 tiene una ranura CompactFlash para tarjetas, que permite añadir al computador un modem de 56K o memoria adicional para incrementar sus capacidades según requerimientos específicos. Recibe energía de una batería de iones de litio que proporciona gran cantidad de tiempo útil y se recarga de manera muy sencilla.

Sala SkiPortillo.com por Compaq. Así se llama la iniciativa que el centro invernal Portillo inaugurará, con motivo de la celebración de sus 50 años, con el apoyo y auspicio de Compaq, para brindarle a sus pasajeros y clientes un servicio acorde a las necesidades del viajero de hoy.

El famoso y tradicional hotel Portillo ofrecerá cinco estaciones de trabajo Compaq Presario, todas con configuraciones de gran poder listas para satisfacer las necesidades de comuni-

cación, información y entretenimiento de los esquiadores y sus acompañantes.

Entre los beneficios que los usuarios de la sala SkiPortillo.com por Compaq encontrarán destacan el acceso rápido a Internet, e-mail y un moderno sistema de postales digitales, que permite obtener fotografías a través de una cámara digital y enviarlas usando correo electrónico a cualquier parte del mundo. Para compartir los paisajes de Chile con los parientes y amigos.



Tras la firma del convenio,
Henry Purcell, del Hotel Portillo y
Rodrigo Herrera, de Compaq Chile.

COMPAQ CHILE LIDERA INDUSTRIA NACIONAL

Un 43,3 por ciento del mercado chileno de PCs es dominio de Compaq Chile: así se deduce de la encuesta hecha por la consultora IDC para el período comprendido entre enero y marzo de 1999. Con este porcentaje, Compaq reafirmó una vez más su posición de líder de la industria informática nacional.

En las otras líneas de productos, la posición de Compaq es igualmente insuperable. La compañía ocupa el primer lugar en el segmento de computadores multiusuarios (es decir, Server ProLiant, AlphaServer y Compaq NonStop Himalaya), con un 29,9 por ciento; de desktops, con un 44,9 por ciento; de notebooks, con un 39,1 por ciento; y de servidores con procesador Intel, con un 42 por ciento.

Nada más que decir. Las cifras hablan por sí mismas.

SERVIDORES ALPHA SERVER

Compaq ofrece tres nuevos modelos de servidores AlphaServer, poniendo al alcance de sus clientes todos los beneficios de la potente tecnología de 64 bits.

El Compaq AlphaServer DS10 es un servidor de alto rendimiento que funciona dos o tres veces más rápido que sus similares de la competencia y puede ser utilizado como desktop o en una configuración rackmount. De elegante diseño, fue pensado para empresas grandes y pequeñas que requieren una plataforma de bajo costo para correr aplicaciones de ne-

gocios Oracle, bases de datos Oracle, Informix y Sybase, Internet/Intranet y correo electrónico Netscape, Apache y Microsoft IIS y otras herramientas técnicas específicas.

El modelo ES40 es el servidor ideal en la categoría de precio intermedio. Entre sus múltiples fortalezas destacan su capacidad para ser la mejor ventana al World Wide Web, su excelente rendimiento en el uso de aplicaciones de misión crítica y de bases de datos como SAP, PeopleSoft, SAS, Baan y herramientas Oracle, y el hecho de que ofrece la

posibilidad de elegir entre cuatro sistemas operativos (Compaq Tru64 UNIX, Compaq OpenVMS, Microsoft Windows NT o Linux).

Por último, el AlphaServer DS20, considerado líder en rendimiento según las pruebas SPECint, SPECweb, SPECfp y OLTP, brinda una extraordinaria capacidad de almacenamiento interno -128GB-, condiciones extremas de seguridad (con tecnología de clustering avanzada) y servicio de administración remoto. Diseñado como un paquete dual, es toda una joya en el segmento de servidores.



“Cada empleado de Compaq debe empezar a respirar Internet”.

lograr cierta independencia en cuanto a los canales de distribución elegidos para nuestros productos. Pongo un ejemplo: Presario. Si bien estos computadores se asocian naturalmente al retail, no tienen porqué ser exclusivos de este canal. Porque los Presario también pueden ser vendidos como soluciones para la pequeña empresa a través del reseller tradicional.

“Lo mismo pasa con el Aero, el PC de bolsillo de Compaq, que es cross segmento: le sirve a los clientes corporativos, a las empresas medianas y pequeñas y al consumidor individual”.

-O sea que se busca optimizar los canales de distribución.

-Exacto. Lo que nosotros pretendemos es que el product manager tenga una visibilidad amplia del negocio y pueda decidir si tal o cual producto llega mejor al cliente final a través de los canales existentes o bien definir nuevos canales. El será el responsable de la totalidad del negocio.

-¿De qué manera se benefician los clientes con la nueva organización de Marketing?

- Nada más fundamental que cumplir la expectativa del cliente en la entrega del producto y el valor agregado requeridos en cada ocasión.

-¿Esta es una política mundial o sólo se aplica en Compaq Chile?

-Es un cambio que se está haciendo en todas las regiones, pero desconozco el grado de implementación espe-

cífico en otros países.

-¿Aquí está funcionando en un 100 por ciento?

-Sí, la nueva estructura está operando desde hace dos meses, pero la idea es seguir mejorándola y haciéndola más eficiente, al servicio de nuestros canales y clientes finales.

-¿Cuál es el plan en lo que se refiere a certificación y entrenamiento de clientes?

-Lo que buscamos como empresa es contribuir a que nuestros clientes estén seguros de que sus plataformas y aplicaciones están siendo aprovechadas en forma óptima, especialmente en el segmento corporativo, donde muchos clientes ya tienen una base instalada Compaq importante y son usuarios intensivos específicamente en la línea de servidores. Nuestro plan es entrenar y certificar a los ingenieros de estos clientes y, de hecho, estamos haciendo una campaña para que ellos entiendan la importancia de este proceso. Es lo mismo que hacemos con el canal de distribución, pero orientado al cliente final.

-¿Cuáles son las principales proyecciones de la Dirección que usted lidera?

-Bueno, además de los temas que ya he mencionado, hay otros dos objetivos que nos parecen prioritarios. Uno es incrementar y mejorar el desarrollo de lo que se conoce como el negocio de opciones, para lo que estamos incorporando un product manager que se dedicará específicamente a este segmento.

“Y el otro es el foco en programas relacionados con Internet. En los próximos meses el mercado va a notar de parte de Compaq un esfuerzo importante en todo lo que son programas de comercio electrónico y asociaciones con otras empresas tendientes a fortalecer este punto. Cada empleado de Compaq debe empezar a “respirar Internet” porque nosotros creemos que ahí está la base de nuestro desarrollo actual y futuro”.

Ingeniero Industrial de la Universidad Católica, Rodrigo Herrera llegó el 10 de mayo a Compaq para asumir como número 1 de la recién creada Dirección de Marketing de la empresa. Su experiencia es vasta: trabajó seis años en IBM de Chile, luego se desempeñó en el área comercial de CTC Corp., fue Gerente de Marketing de Apple y más tarde volvió a IBM, contratado para hacerse cargo del manejo de canales de distribución a nivel latinoamericano en los headquarters del coloso. De regreso a Chile, y antes de que Compaq pusiera sus ojos en él, pasó una temporada en Ripley.

-¿En qué consiste la recién creada Dirección de Marketing?

-La nueva organización de Marketing de Compaq consta de tres áreas principales: Productos, con Gerentes de Línea responsables de cada unidad de negocios; Comunicaciones, que abarca lo que es publicidad, relaciones públicas y eventos de apoyo a la gestión; Certificación y Entrenamiento, que para nosotros es una función fundamental, ya que queremos capacitar no solamente al canal de distribución, sino también a nuestros clientes finales.

-Estas áreas ya existían. ¿A qué obedece la decisión de reagruparlas?

-Agrupar estas funciones en la Dirección de Marketing tiene como fin

“NUESTRA IDEA ES ENTRENAR Y CAPACITAR A LOS INGENIEROS DE LOS CLIENTES CORPORATIVOS, CON EL FIN DE ASEGURARLES QUE SUS PLATAFORMAS Y SOLUCIONES COMPAQ ESTÁN SIENDO APROVECHADAS AL CIENTO POR CIENTO”.



SOLUCIONES DE TELECOMUNICACIONES

Los días 2, 3 y 4 de junio se realizó en Miami la quinta versión del foro TeMIP (Telecommunications Management Information Platform), organizado por Compaq para dar a conocer las últimas soluciones de supervisión de manejo de redes de empresas de telecomunicaciones.

Más de 550 personas de 44 países se reunieron en este evento que incluyó en su agenda charlas de connotados especialistas, presentaciones, estudios de casos, testimonios de implementaciones TeMIP, así como una feria con demostraciones en vivo.

Representando a Chile viajaron hasta Miami Rodrigo García, Gerente de Cuentas Area Telecomunicaciones de Compaq, y algunos invitados de la empresa: Jorge Bennett, de Bellsouth, Germán Marín, de Entel y cuatro representantes de AMR Telecom, partner de Compaq Chile, uno de los cuales, Ernesto Santibáñez, realizó una exposición en la que abarcó el tema del retorno sobre la inversión (ROI).



DESAYUNOS TOP ACCOUNT

En el marco de su programa de comunicaciones Top Accounts, Compaq invitó al Secretario Ejecutivo del Comité de Modernización de la Gestión Pública del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, Claudio Orrego, a exponer la visión del gobierno chileno sobre el tema “El rol del Estado en el desarrollo de Internet en Chile” en un desayuno que se efectuó el 19 de marzo en el Hotel

Radisson. Durante su exposición, Orrego destacó el objetivo del Poder Ejecutivo de “incorporar el uso de las tecnologías de información y comunicaciones en la Administración Pública, como una herramienta estratégica para mejorar la eficiencia en la gestión, la colaboración interinstitucional y la transparencia y rendición de cuentas del Estado para con los ciudadanos”.



Claudio Orrego hablando de la modernización del Estado.



Konrad Burchardt y Hernán Orellana, al inicio del evento.

En el mismo contexto, el miércoles 2 de junio los clientes estratégicos de Compaq Chile tuvieron el agrado de asistir a un desayuno en el que Konrad Burchardt, Gerente Comercial de Entel S.A., se refirió al tema “Estrategias I/P de Entel y el desarrollo de Internet en Chile”. En la fotografía, Burchardt aparece junto a Hernán Orellana, Gerente General de Compaq Chile.



CLIENTES PREMIADOS



Durante el desarrollo del exclusivo evento Innovate Forum 99, desarrollado por Compaq los días 13 y 14 de abril pasados, en Houston, Texas, la compañía sorteó muchos productos entre sus selectos asistentes.

Los clientes de Compaq Chile tuvieron suerte. Dos de ellos fueron favorecidos en el sorteo de los computadores de bolsillo Compaq Aero 2130, una verdadera oficina móvil a todo color, que permite a sus usuarios llevar consigo toda la información que necesitan a cualquier lugar.

En la fotografía aparecen recibiendo su premio de manos de Hernán Orellana, Gerente General de Compaq Chile, los señores Rodolfo Mahn, Subgerente de Operaciones de Bellsouth y Marcelo Mandujano, Gerente de Informática de Cigna.

COMPAQ