

COMPAQ

www.compaq.cl

NUEVOS PRODUCTOS

Proyector MP1600

La pequeña maravilla

ENTREVISTA

**Director de servicios al cliente
define estrategia de Compaq**

COLUMNA

Entrando a la realidad virtual

Nueva tienda virtual:

**Venta de equipos computacionales
en línea**

$$V(s) = \frac{C(s)}{M(s)}$$



NUEVOS PRODUCTOS

5



COLUMNA

7



NOTICIAS

9



SOLUCIONES PARA EMPRESAS

10



ENTREVISTA

11



EVENTOS

12

INDICE

Un momento de reflexión



Por segundo año consecutivo, la industria de informática (IT) en Chile decrecerá con respecto al año anterior. Una industria que venía creciendo por muchos años a ritmos de 25 a 30%, cuando la economía crecía entre 5% y 7%. Algunos dirán que son efectos de la recesión que estamos viviendo, pero no son muchos.

Miremos otros síntomas. Una penetración de Internet bajo el promedio latinoamericano, medido sobre el parque instalado de PC. 50% del acceso Internet proveniente de hogares. Sólo un 25% de empresas. Un bajo número de servidores Internet. El estudio de competitividad es claro en este aspecto. Chile baja del ranking mundial principalmente debido a su bajo puntaje en indicadores de uso de tecnología informática, concretamente, el uso de Internet.

Por otro lado, Estados Unidos continúa creciendo a un ritmo excepcional. Sin inflación. ¿Un milagro? No tanto. Se calcula que más del 40% del crecimiento viene dado por aumentos de productividad, gracias al uso intensivo de la tecnología. Aparte de la especulación accionaria de empresas Internet, hay ciertamente una gran utilización de Internet en Estados Unidos.

Un indicador ciertamente alarmante es que el 75% de las compras vía Internet de consumidores latinoamericanos se realiza en Estados Unidos. Pero el éxito de la economía norteamericana no está basado solamente en el comercio electrónico. Existe también una fuerte adopción de estrategias Internet para transformar y hacer más eficientes las empresas tradicionales.

Existen tres áreas fundamentales a desarrollar para transformar una empresa tradicional en una empresa alineada con Internet: administración del conocimiento, administración de la relación con el cliente y la cadena de valor global.

Próximamente los invitaré a una reunión para que reflexionemos en conjunto sobre estas ideas.

Hemos recibido de ustedes muy buenos comentarios sobre QNews. Les agradecemos su apoyo y esperamos continuar sirviéndoles a través de esta publicación.

Hernán Orellana
Gerente General

EL LÍDER
EN SOLUCIONES
DE COMERCIO
ELECTRÓNICO,
PREDICA
CON EL EJEMPLO.

No es ningún secreto que Internet revolucionó la manera en que el mundo se comunica y hace negocios, y el entender las oportunidades y amenazas que trae Internet al ambiente competitivo puede hacer la diferencia entre las empresas exitosas y las que van quedando en el camino.

Según la consultora especializada Internacional Data Corporation (IDC), el comercio electrónico habrá crecido en América Latina de 166 millones de dólares en 1998 a más de 8 mil millones de dólares el año 2003, al mismo tiempo que el número de usuarios de Internet aumentará de 5 millones en 1998 a más de 24 millones en el 2003.

Es así como hoy en día más y más clientes quieren acceder a productos y servicios de una manera económica y cómoda, desde cualquier lugar y a cualquier hora. Para satisfacer estas crecientes necesidades del consumidor, las empresas oferentes deben ser capaces de proveer sus productos y servicios de una manera global y sin ningún tipo de interrupción, en la manera que el cliente quiere comprarlos.

Esa es precisamente la filosofía que hay detrás de las soluciones **Compaq NonStop™ eBusiness**, las que facultan a empresas como la suya a sacar el máximo provecho de este nuevo ambiente de negocios en el que Internet está pasando a ser el protagonista. Y para Compaq, como proveedor global de soluciones informáticas, la situación no es distinta. Por ello ha dado un paso muy importante en su camino a convertirse en el mejor socio tecnológico para sus clientes, lanzando tiendas en Internet en los países de Latinoamérica.

Con este paso, Compaq hace realidad su nuevo modelo comercial **Customer Choice** (el cliente elige) el que combina la participación del canal de distribución con la venta directa. Así, desde el pasado mes de Septiembre, los clientes chilenos pueden decidir donde y a quién comprar, dependiendo del nivel de solución e integración (valor agregado) que requieran.

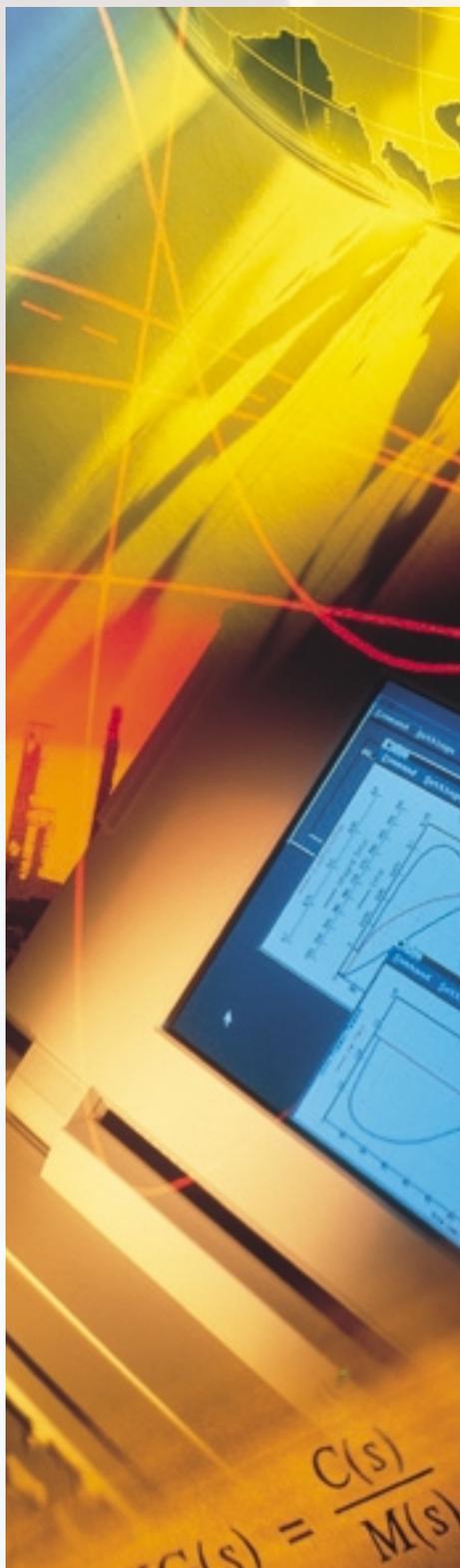
LA TIENDA

Con la nueva tienda en Internet: **www.compaq.cl/tienda**, Compaq Chile se pone a la vanguardia en la comercialización de productos computacionales a través de la mayor red de computadores del mundo.

Los clientes chilenos que desean hacer compras de computadores y equipos por Internet ahora cuentan con la posibilidad de ingresar a la tienda de la marca líder de la industria computacional: Compaq, la que está operando desde el pasado mes de Septiembre, y es el resultado de la estrategia de acercamiento a los usuarios que llevó a Compaq Latin America a abrir tiendas en Internet en los países de América Latina.

En nuestro país, el lanzamiento de la tienda fue realizado por el gerente general de Compaq Chile, Hernán Orellana y por el e-Business Manager de Compaq Chile, Eduardo Beltrán.

En la oportunidad, Hernán Orellana indicó que Compaq es la primera compañía de computadores que abre una tienda de estas características en Chile. La tienda completa está en español, los precios publicados están en pesos chilenos, las condiciones de pago fueron creadas especialmente para el público nacional. Estas son



algunas de las principales ventajas que hacen de la tienda virtual de Compaq la mejor alternativa para los clientes de la red.

En esta primera etapa, la tienda venderá equipos multimedia Compaq Presario, notebooks Compaq Armada y los computadores de bolsillo Compaq C-Series y Compaq Aero. Posteriormente se incorporará la línea de estaciones para empresas Compaq Deskpro. A futuro podrían llegar a incorporarse productos de terceras empresas que complementen la oferta computacional de Compaq (impresoras, scanners y otros).

EL VALOR AGREGADO LO ENTREGA EL CANAL

La idea de hacer una tienda en Internet surgió como una forma de mejorar la oferta a los usuarios, permitiendo a estos que decidan donde comprar dependiendo de sus preferencias y necesidades.

Cuando lanzó la iniciativa, Hernán Orellana comentó que lo primero que se hizo fue dar a conocer la tienda a los distribuidores que forman parte

de la red de valor agregado de Compaq en nuestro país, y hacerles ver que esta tienda más que una amenaza representa un complemento a su actividad.

Orellana explicó que los precios que se dan en el sitio web son los de la máquina sin ningún adicional. Por lo que cualquier mejoría, personalización o servicio de integración debe ser contratado por el cliente a los distribuidores de Compaq. Y todos estos adicionales, incluido el transporte e instalación, son pagados aparte con lo cual se legitima el valor agregado que por años ha estado entregando el canal.

De esta forma, un cliente que requiere algún tipo de valor agregado, como puede ser instalar sus equipos en red dentro de su empresa, preferirá comprar la solución a alguno de los distribuidores de valor agregado de Compaq, mientras que un usuario que no requiere ningún adicional y sólo busca un computador tendrá la alternativa de comprarlo en Internet. Finalmente, el gerente general de Compaq manifestó que el segmento de clientes de la tienda en Internet está dado por los consumidores finales y las Pymes (pequeñas y media-



nas empresas) que no requieren de servicios adicionales o de valor agregado en la solución que buscan. Según las estimaciones de la marca, hacia el año 2000 un 5% de las ventas efectuadas en el país serían realizadas a través de la tienda en Internet.

MODALIDADES DE PAGO ACORDES A LA REALIDAD NACIONAL

En Chile existen condiciones de comercialización por Internet que son particulares por la legislación vigente en nuestros país. Por ello es que la tienda ha sido potenciada con las máximas medidas de seguridad.

Eduardo Beltrán, e-Business Manager de Compaq Chile, indicó que son dos las modalidades escogidas por Compaq para la venta por Internet en nuestro país. Una de ellas es la tarjeta de crédito, respecto a la cual agrega: “la transacción se hará en un sitio seguro

pero no se cobrará por la red. La transacción será sólo para comprobar que la tarjeta tiene cupo y pertenece a quién dice ser. Luego, en combinación con los proveedores del servicio de transporte, se hará el cobro contra entrega del producto”.

Otra modalidad de pago es haciendo un depósito en una cuenta corriente el día hábil que sigue a la compra. En este caso, por el hecho de haber ido al banco, el cliente obtiene un 3% de descuento.

Beltrán comentó que una de las ventajas del software utilizado en la contabilidad de las compras es el hecho de que permite al cliente ir llevando una cuenta de lo comprado en pesos chilenos (IVA incluido). De este modo, si una persona adquiere más de un equipo sabrá exactamente cuánto le costará al serle enviado a su hogar u oficina (incluidos los gastos de transporte). Así todo queda claro al momento de hacer la compra y no hay sorpresas de último momento.

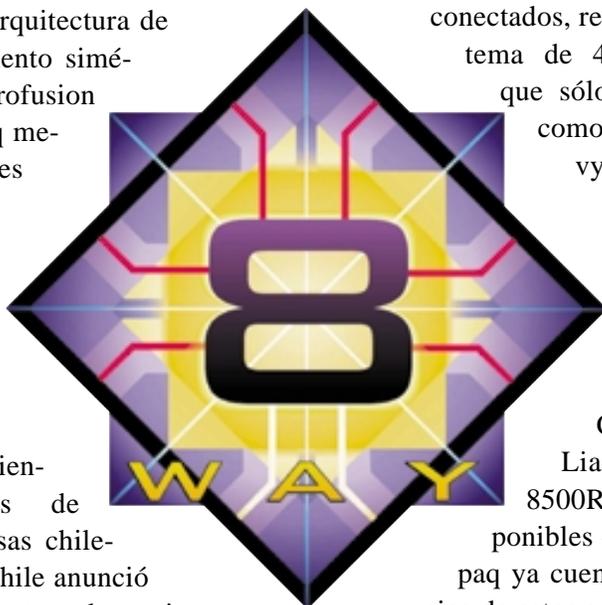
SERVERS PROLIANT 8000 Y 8500R DE COMPAQ REVOLUCIONAN LA INDUSTRIA

Con la nueva arquitectura de multiprocesamiento simétrico 8-Way Profusion (SMP) Compaq mejoró los niveles de rendimiento y escalabilidad de los servidores basados en plataforma Intel.

Ante unos doscientos ejecutivos de grandes empresas chilenas, Compaq Chile anunció la nueva arquitectura de multiprocesamiento Simétrico 8-Way Profusion. Esta arquitectura fue creada por Compaq en conjunto con Corollary, empresa de ingeniería norteamericana adquirida hace un año por Intel Corporation.

La nueva arquitectura 8-Way Profusion basada en el procesador Pentium III Xeon permite a los servidores de plataforma Intel -la línea ProLiant de Compaq- incorporar hasta ocho procesadores trabajando simétricamente, tecnología que entrega niveles de rendimiento y escalabilidad sin precedentes en la industria. Antes de 8-Way, los servidores sobre plataforma Intel podían hacer uso de hasta 4 procesadores.

Las pruebas realizadas (benchmarks) con los servidores Compaq ProLiant 8000 y 8500R, que se basan en esta tecnología, arrojaron los más altos estándares, nunca antes vistos en el mundo Intel. Es así como esta configuración entregó un aumento de un 88% en el rendimiento en comparación a un sistema de 4 procesadores, ejecutando SQL Server 7.0 y SAP R/3 4.0 sobre Windows NT Server EE 4.0. En otra prueba logró un 146% de aumento en el performance corriendo Windows Terminal Server sobre Windows NT Server 4.0, con 160 usuarios



conectados, respecto a un sistema de 4 procesadores que sólo soportaba 60 como máximo (Heavy Load Users).

Los servidores basados en la nueva tecnología 8-Way Profusion, Compaq ProLiant 8000 y 8500R ya están disponibles en Chile. Compaq ya cuenta con los precios de estos servidores y está recibiendo las órdenes de compra. Con estos dos nuevos equipos la gama de servidores de Compaq alcanza a los 14 modelos.

Compaq anunció que también será liberada esta tecnología para que otros fabricantes de servidores basados en Intel puedan utilizarla en la construcción de máquinas similares. Entre las ventajas de esta tecnología 8-Way Profusion se cuenta que provee niveles de escalabilidad a servidores de 8 procesadores ejecutando Windows NT 4.0 y Windows 2000, NetWare, SCO Unixware y Linux. Esta escalabilidad, junto con el rendimiento excepcional de la memoria y los subsistemas I/O (dispositivos de entrada y salida), permite maximizar la productividad de la mayoría de las aplicaciones corporativas de misión crítica, tales como comercio electrónico, sistemas ERP, data warehousing, servidores web y servicios de mensajería y comercio electrónico. Con esta innovación, Compaq está brindando una nueva y poderosa arquitectura de servidores ProLiant de clase 7x24, orientados a aplicaciones de misión crítica que requieren servicio constante e ininterrumpido.

TECLADO INTERNET:

INTERNET AL ALCANCE DE LA MANO



Los nuevos modelos de Presario de escritorio y minitower incluyen un nuevo teclado. La gran ventaja de éste es que cuenta con botones Internet y multimedia que permiten manejar estas tecnologías con un pequeño movimiento de la mano.

Los botones multimedia, por ejemplo, controlan el volumen de los parlantes y las funciones más frecuentes al escuchar un CD de música (avanzar, retroceder, pausa y parar).

Por su parte, el juego de botones de Internet da un fácil acceso a la red. Con sólo presionar el botón Internet se puede seleccionar automáticamente el proveedor de servicio y el programa de software que se quiere usar. Luego, el botón se programa para llevar al navegante hasta la página web de Compaq o la que el cliente defina.

Los otros botones de Internet dan fácil acceso a cinco funciones principales de Internet como son el motor de búsqueda, programa de correo electrónico, la página de tutoriales de Compaq, servicio técnico y comercio electrónico.

El teclado también se programa para abrir el software favorito del usuario. Finalmente, y por si fuera poco, el teclado cuenta con un botón que coloca el computador en una situación de descanso para el ahorro de energía, sin apagar el sistema. Al presionar el botón de nuevo, el sistema despierta rápidamente para que el usuario no tenga que esperar un encendido completo nuevamente.

Soluciones de expansión y opciones comunes que son compatibles para toda la nueva línea de computadores portátiles Armada, es parte de lo que anunció recientemente Compaq en el país. Tres son los equipos que conforman la nueva línea.

Los nuevos Compaq Armada M300 y M700 son modernos y ofrecen un diseño capaz de otorgar a los usuarios la máxima movilidad y rendimiento, pesan sólo 1,4 y 2,2 kilogramos respectivamente. Por otra parte, el nuevo Compaq Armada E700 ofrece la mayor capacidad de expansión y rendimiento. A ellos se suman tres soluciones de base de expansión: la estación EM Armada con la funcionalidad completa de un computador de escri-



torio; la Armada Convenience Base EM para los usuarios que requieren replicación de puertos y conectividad simple de red, y la Armada Port Replicator EM que brinda replicación de puertos evitando la molesta conexión de cables cada vez que el notebook debe ser usado como estación.

Descubralos en www.compaq.cl

Para lograr la nueva imagen de los equipos Armada, Compaq se asoció con la prestigiosa casa de diseño Ziba Design. La experiencia móvil de Compaq, combinada con las habilidades líderes de diseño de Ziba, dan como resultado una imagen de productos portátiles que proyectan profesionalismo y entregan consistencia a través de toda la serie. Tanto los opcionales como las bases de expansión (o docking), monitores y otros periféricos, combinan con la línea total de productos Compaq Armada.

Todos estos nuevos modelos incluyen la suite Intelligent Manageability de manejo de herramientas, líder en la industria, la que ayuda al control del costo total de propiedad (TCO) del equipo.

MICROPROYECTOR COMPAQ MP1600:

EL MÁS PEQUEÑO Y LIVIANO DEL MERCADO

Un mercado antes no explorado por Compaq es el que abre el nuevo microproyector portátil Compaq MP1600. Este producto, recientemente introducido en Chile, pesa menos de dos kilogramos, siendo un 40% más liviano que su más cercano competidor.

Por sus dimensiones, el microproyector MP1600 fue diseñado para usuarios móviles que participan en reuniones interactivas, presentaciones de grupo, presentaciones de diapositivas electrónicas o demostraciones de software. Entre los usuarios se cuentan ejecutivos comerciales, especialistas en capacitación y entrenamiento, presentadores profesionales y consultores.

El nuevo microproyector pesa sólo 1,9 kilogramos, 1,4 kilos menos que su más cercano competidor. Su volumen también es reducido alcanzando sólo los 2.867 centímetros cúbicos:



20,3 cm. de alto; 22,9 cm. de largo y 7,6 cm de ancho. El equipo de proyección está construido en un resistente material de aleación de magnesio, veinte veces más resistente que el plástico, lo que lo hace tan duradero como fácil de transportar. Su alcance de proyección es de 0,9 a 9 metros.

Su forma de torre, que coloca el foco por sobre el centro de presentación, permite proyectar la imagen sin necesidad de elementos adicionales. Asimismo, se reduce el efecto trapezoidal o de distorsión de imágenes. El Compaq MP1600 tiene, entre las características más sobresalientes,

una nueva tecnología de procesamiento de luz (Digital Light Processing o DLP) de Texas Instruments que otorga una mejor resolución y un contraste más brillante y nítido que el de otros productos con pantalla de cristal líquido (LCD). Esto permite que, a pesar de su tamaño, el Compaq MP1600 entregue 600 lumens de brillo.

Por último, el proyector tiene un procesador avanzado que ofrece compatibilidad amplia con la mayoría de los PC basados en Windows y Macintosh soportando señales desde VGA hasta SXGA. Además se puede conectar a un reproductor de DVD, cámara de video o reproductores de video a través de un adaptador opcional. Un chip realiza automáticamente los ajustes necesarios para llenar la pantalla y garantizar una imagen de alta calidad. El proceso tarda sólo unos minutos.

“NEW ECONOMY, NEW TOOLS, NEW RULES”

Kalakota/Robinson, 1999

En el proceso evolutivo de internet, se perciben, por ahora, cinco grandes estadios de recorrido, y ya se han avanzado tres. Primero fue el intercambio de información, luego se evolucionó al e-commerce, y estamos ahora entrando al e-business. El paso siguiente será el e-management y el último, directamente el cyberspace. Cada paso es un requisito del anterior y como todo proceso evolutivo, es también acumulativo. Es decir, sigue habiendo intercambio de información, hay comercio electrónico, y se están empezando a vislumbrar nuevos negocios, diferentes al inicial. Todo eso desde luego será parte de la vida en la realidad virtual, y donde habrá que realizar la práctica empresarial.

Entre las decenas de cosas que se pueden decir acerca de este fenómeno, quiero destacar en este artículo dos grandes principios que, creo, serán determinantes en el éxito empresarial de los próximos años, y que deben ser entendidos hoy. Digo esto por que, al menos en Chile, la mayor parte de los esfuerzos que se pueden apreciar por ahora en la red, están francamente atrasados. Casi todos, además de dar información de la empresa, están simplemente tratando de atender mejor a sus clientes, o traer más volumen de ventas. Por supuesto eso es importante, pero no es suficiente.

En ese contexto, el primer principio a entender o internalizar cabalmente, es que, si bien la puerta electrónica que abre la empresa a la internet fue



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 de Banco de A. Edwards
y Gerente General de HellerNet Sud S.A.*

originalmente para **atraer** más comercio, el verdadero sentido de esa puerta es para que la empresa pueda salir o entrar a la nueva realidad. Las leyes y reglas de esa nueva realidad aún no las conocemos, pero sí podemos anticipar casi con certeza, que serán radicalmente diferentes a las actuales. En otras palabras, la puerta se debe abrir pensando en ir hacia esa realidad, y, en ella, se debe repensar cuál es el nuevo negocio y en qué consiste. Ese es el tema central de e-business.

De la nueva realidad virtual, cuyo camino pasa por Internet, hay un elemento central que es relevante para el éxito empresarial. Este es el segundo punto y consiste en entender que pasaremos de un sistema basado en flujos a otro basado en stocks. Por ahora, es importante aproximarse a esta idea en forma intuitiva y después pasar a las acciones concretas. La mejor manera es a través de los ejemplos. Los medios de comunicación –actores centrales de las últimas décadas, especialmente la televisión– partieron como flujos. Un canal o

radio emite su programa al aire, y si nadie lo vió o escuchó, se esfuma en la nada. Si no tuvo publicidad, es decir ingresos, todo se perdió. Un avión o bus que sale sin pasajeros, no dejará nada que recuperar para la línea de transporte. Esa es una de las características básicas que hacen tan difícil el negocio de los servicios. Mas aún, los negocios de servicios, cuando entran en dificultades no salen adelante cortando costos y calidad de servicio, sino, al contrario, aumentando el servicio, y como es casi una contradicción, el resultado es una alta tasa de fracaso y/o cambios de dueños. Los medios de comunicación son un claro ejemplo.

La respuesta estratégica natural, a través del tiempo, ha sido tratar de pasar del flujo al stock. Por eso la televisión tiene ya un porcentaje tan grande de envasados. El TV cable es otra forma de “stockear” y lo que viene a futuro es todo stock en un sistema tipo “pay per view”, que se adapte exactamente a las necesidades del cliente.

crónos, escala y alcances, es lo que pasa con Internet. Es un tipo de realidad de archivo total, sin pérdida, donde el “flujo” se construye a través de una nueva forma de relacionarse entre el proveedor y el consumidor, en el momento mismo del consumo, y usando cualquier stock disponible, en cualquier lugar. La clave de esto será el próximo paso denominado e-management, o e-navigation.

Es claro que hacer negocios en esa realidad tipo stock, es enteramente diferente a la era de los flujos, por así llamarla, donde se trataba o bien de inventar un flujo, o bien de tratar de interceptarlo. El concepto mismo de oportunidad era en consecuencia también muy diferente al que empieza a emerger. Lo que cambia en realidad, es el concepto mismo del tiempo, entre una y otra realidad. Pensemos por ahora, que, desde un punto de vista empresarial - y también otros- el tiempo puede ser entendido como la esencia de aquello que nos separa entre donde estamos y queremos llegar. En esa “barrera” entonces, se esconden los secretos del éxito empresarial.

¿Y que se puede o debe hacer para avanzar en esa dirección?, bueno, algunas de las conclusiones centrales son las siguientes:

1. Reconozcamos que ya estamos en la etapa de e-business que es hacer nuevas cosas, y no sólo más o mejor de lo mismo. Recuerde que de e-business vamos a e-management, o e-navigating, y de allí a la realidad virtual. Trate siempre de ir en la cresta de la ola, pero, además, con la vista en la que sigue.

2. Esas nuevas cosas que se deben hacer, pensar y crear, pertenecen a una enteramente nueva realidad, por ello busque las respuestas con las leyes y principios de la nueva realidad y no de la antigua. Abra su puerta a la red, para salir, no para que solo lleguen. Uno de los aspectos mas interesantes de esta nueva reali-

de los límites. En otras palabras, el límite entre la empresa y el mundo exterior será cada vez más difusa y extraña.

3. Recuerde que el proceso hacia el mundo virtual es de tipo evolutivo, es decir, no significa dejar de hacer lo anterior, sino agregar,

4. Prepárese para una competencia no convencional, equípese con alianzas creativas, espere siempre lo inesperado,

5. Sin tecnología no hay oportunidades, sin software apropiado, las que se encuentren no se pueden aprovechar,

6. Los intangibles son la base del valor y se *tangibilizan* en la última línea. Son, básicamente, información procesada y condensada. El proceso de información de su organización, ES SU NEGOCIO,

7. Desde el punto de vista de sus consumidores, al planear su incursión al e-business, recuerde que hay que respetar una evolución, que como describe Schwartz, parte con (i) el miedo, (ii) sigue con la experimentación, (iii) después se está a gusto, (iv) de allí aparece la confianza, que se transforma en (v) fé, y así se llega a (vi) la aceptación masiva. Sólo aquí tendrá Ud. su retorno.

En la nueva realidad virtual, la masa crítica es fundamental. Mientras no llegue a esta no habrá alcanzado la frontera. Una vez allí, recuerde que si no se puede llegar con extrema facilidad a su “puerta” ud. simplemente NO EXISTE. La alta accesibilidad (HA) es un criterio fundamental de ese proceso. Por ello, la escalabilidad de su operación debe haber sido pensada desde el inicio y para el éxito, es decir masivo. En ese momento se enfrentará a los problemas de tráfico, seguridad, cuellos de botella, redundancias necesarias, e intercambio entre redes virtuales privadas (VPN).

La aventura es formidable, las oportunidades inconmensurables. Pero los peligros también.





El directorio de Compaq anunció en su sede central de Houston que votó unánimemente

para designar a Michael D. Capellas, de 44 años de edad, como presidente y CEO. La designación, que se hizo efectiva de inmediato el 22 de julio lo convierte también en miembro del Directorio. "Con su nombramiento, Compaq ahora tiene todo lo necesario para estar a la vanguardia de la revolución que crece a pasos agigantados en la industria de la informática" dijo Benjamin M. Rosen, el Director Ejecutivo de Compaq. "Michael Capellas guiará a la empresa a través de la próxima y mayor etapa de su crecimiento".

Capellas ha sido el Director Principal de Operaciones de Compaq con la responsabilidad del planeamiento estratégico global, realineamiento de la organización y todas las operaciones

desde el 2 de junio pasado. El año pasado fue contratado por Compaq en calidad de Vicepresidente Mundial de Informática (CIO) donde llegó a desarrollar e implementar la transformación de los sistemas de información de la compañía para capturar las oportunidades y satisfacer las exigencias de la era de la Internet. Con anterioridad se había desempeñado con éxito en Oracle Corporation y SAP.

Rosen comentó que Michael Capellas combina las tres poderosas cualidades: conocimiento profundo y participación de pionero en el campo de informática y del e-commerce; la perspectiva de tener un cliente sofisticado de tecnología de informática; y la habilidad de construir y motivar a los empleados en todo el mundo.

Compaq también anunció que habiendo completado su misión para la selección de un nuevo CEO y después de haber guiado a la empresa durante tal búsqueda, la Oficina de Director Principal queda desintegrada de inmediato. El personal de dicha oficina, Rosen, Frank P. Doyle y Robert Ted Enloe III permanecerán como directores de Compaq, y Rosen continuará como Director Ejecutivo.

RESULTADOS 2DO QUARTER

COMPAQ REAFIRMA SU LIDERAZGO

Un aumento de un 3% en relación a las mediciones del trimestre anterior experimentó la participación de Compaq en el país según cifras dadas a conocer por la consultora International Data Corporation (IDC) obteniendo una participación de mercado en este trimestre de un 29,9% (20.562 computadores). En esta oportunidad, IDC incluyó a los computadores armados localmente que sumaron un 45% de participación. Excluidos éstos últimos de la lista, Compaq habría podido marcar un 55% de participación.

El liderazgo de Compaq también se hizo patente en el mercado de servidores (49,6%). En el mercado de los computadores portátiles se consolidó en el primer lugar con una participación de (57,7%) y superando el porcentaje de ventas del trimestre anterior (50,2%). En el mercado de los computadores de escritorio, obtuvo participación en este segmento de un 28% (25,6% el trimestre anterior).

Hernán Orellana gerente general de Compaq Chile agregó que la compañía en el país comercializa un total del 17,7% del hardware computacional. Dijo que "los excelentes resultados obtenidos por Compaq Chile representan claramente la preferencia de nuestros clientes por la completa oferta de productos y soluciones que Compaq ofrece actualmente, así como el liderazgo en Internet".

TELECOM ITALIA ELIGE COMPAQ NONSTOP™

Uno de los más importantes proveedores de telecomunicaciones de Europa, Telecom de Italia, eligió la tecnología Compaq NonStop™ Himalaya. La elección de esta solución se consagró al tiempo que Telecom emprendió un nuevo proyecto. Gracias a la cuidada preparación y trabajo del equipo de cuentas, más la colaboración de uno de sus socios estratégicos, Telecom Italia prefirió el galardonado software de respuesta automática de voz y los componentes del call center incluidos en el proyecto de Compaq. El proyecto fue

valorado en 18 millones de dólares. Este proyecto consta de 18 servidores con 2 procesadores Compaq NonStop™ Himalaya K2000; 80 servidores Alpha 4100 de 4 procesadores; 16 servidores GS 140 de 6 procesadores; 14 servidores de 4 procesadores GS 60; 36 servidores ProLiant 5500 de 4 procesadores y 14 estaciones de trabajo DeskproWork Station NT.

El sistema de respuesta de voz automático, basado en el servidor Compaq NonStop™ Himalaya K2000 será instalado en 18 sitios a través de Italia.

SERVIDOR COMPAQ NonSTOP™ HIMALAYA DA SOLUCIÓN PARA SISTEMAS DE MISIÓN CRÍTICA DE ATENCIÓN A CLIENTES.

La implantación de una solución basada en un servidor Compaq NonStop™ Himalaya en el Banco Crédito e Inversiones, ha significado contar con una plataforma segura y de alta disponibilidad para llevar adelante el Sistema Transaccional de Atención a Clientes (STAC), sistema de misión crítica que procesa todas las transacciones financieras del Banco.



Un total de 10 CPUs tiene el servidor Himalaya que entrega el Servicio de Operación Permanente 7x24 del Banco Crédito e Inversiones. La solución instalada con Adexus, socio experto en integración de soluciones de servidores tolerantes a fallas de Compaq, realiza en días peak sobre un millón y medio de operaciones. El Bci cuenta con 140 sucursales, 300 cajeros automáticos y 450 terminales de autoservicio. También incluye la banca Internet, telefónica y tecnobancos, banco al auto y el banco por teléfono (TBanc). Este último es un nuevo servicio, único en el país, el cual permite brindar una atención integral al cliente en todas sus operaciones, exclusivamente por teléfono.

Según indica David Becker, Gerente de Tecnología del Banco Crédito e Inversiones, la larga relación entre Bci y Adexus comenzó con la implantación del Sistema Transaccional de Atención a Clientes (STAC) Server en el año 1991. En conjunto desarrollaron el primer sistema en línea y tiempo real sobre plataforma Tandem en ese tiempo (hoy Compaq). Las principales motivaciones

que hubo para implementar este sistema fue el disponer de un sistema de alto rendimiento y disponibilidad, de operación continua (7x24), tolerante a fallas y flexible para adaptarse a nuevos requerimientos de mercado y brindar servicios de excelencia a sus clientes.

La configuración actual está formada por un computador K20.010 - NSK D45 para producción y un equipo K20.006 - NSK D45 para contingencias, desarrollo y mantención.

El ejecutivo destaca que la diferencia de este sistema es que las transacciones son inmediatamente procesadas, manteniendo los saldos permanentemente actualizados y evitan procesos batch que ponen en riesgo la calidad y veracidad de la información. El desarrollo implantado en el Bci fue hecho en conjunto con Adexus y es completamente tolerante a fallas. En días de mayor tráfico transaccional (días lunes, fines de mes, anterior a un feriado largo) se procesan más de un millón y medio de transacciones. «Un desarrollo de este tipo conlleva una gran responsabilidad y refleja la confianza que tenemos en nuestros

proveedores», agrega Becker.

Los canales de transacciones del Bci incluyen las cajas de sucursales, cajeros automáticos, banca telefónica, estaciones y kioscos de autoservicio, Internet y el nuevo sistema TBanc. David Becker cuenta que nada de esta tecnología se habría implantado si el Banco no creyera en la posibilidad de ofrecer la mejor calidad de servicio para garan-

tizar la lealtad y satisfacción de los clientes. En la actualidad, el Bci es líder en cuentas corrientes en la Banca. La tecnología, además, ha permitido bajar considerablemente el costo de las transacciones.

Adicionalmente, Becker comenta que un número importante de clientes del Banco está haciendo sus transacciones por Internet. «Diariamente de dos a tres mil clientes diferentes realizan más de 10.000 transacciones por Internet». Cuando comenzaron su sitio en Internet no existía un mercado atractivo, sin embargo, "hoy existe una penetración importante". En la actualidad más del 15% de los clientes acceden regularmente a servicios Internet y visualizamos éste como un canal de distribución estratégico en el corto plazo.

En la Banca Electrónica esta infraestructura ha permitido ofrecer productos de avanzada tecnología y funcionalidad que posicionan al Bci como líder indiscutido del mercado, concentrando en la actualidad más del 40% de las transacciones electrónicas (cargos y abonos) de la Banca.



Roberto Sievers, director de servicios al cliente CSD & NSIS de Compaq Chile

LA MARCA HA TOMADO LA OPCIÓN DE UBICARSE DETRÁS DE LAS ACCIONES QUE EMPRENDE EL CANAL, RESPALDANDO LA LABOR QUE REALIZAN CON EL CLIENTE.

Lo que puede ofrecer Compaq a sus clientes es una atención especializada y de la mejor calidad. Para ello, la marca ha decidido contar con la mejor red de servicios y socios estratégicos que ofrece el mercado nacional.

¿Cómo una de las mayores empresas de computación puede ofrecer el mejor servicio? La pregunta puede parecer difícil de responder pero en Compaq han desarrollado una eficaz estrategia que garantiza que los clientes corporativos e individuales recibirán la mejor atención.

Roberto Sievers, director de servicios al cliente CSD & NSIS de Compaq Chile, indica que la marca optó por desarrollar un meca-

nismo llamado Núcleo de Control Estratégico. La función de éste es supervisar la atención que recibe un cliente que lleva su computador a reparar y evaluar la satisfacción que se logra con el trabajo que realizan en su máquina.

Cuenta que se realizan mediciones mensuales y trimestrales a los servicios técnicos controlando que cumplan con ciertos parámetros de calidad y atención. *“Medimos, dice, cómo los servicios técnicos se comportan con el cliente”.*

Los servicios técnicos que cubren las necesidades de la plataforma Intel de Compaq son los más masivos y atienden las necesidades tanto de un handheld como de un equipo ProLiant. En Santiago existen 8, varios de los cuales cuentan con sucursales a lo largo del país. También están certificados como servicios Compaq varios que funcionan localmente en una región.

Un segundo tipo de servicios técnicos son los de grandes servidores en las plataformas Alpha e Himalaya. Estos son atendidos por Sonda y Adexus, respectivamente.

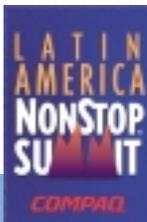
Sievers agrega que Compaq tiene un *“rol activo en el control de dichos centros. Si el cliente manifiesta algún problema, nosotros conversamos con la empresa responsable”.* La marca ha tomado la opción de ubicarse detrás de las acciones que emprende el canal, respaldando la labor que rea-

lizan con el cliente. Una de las acciones de apoyo es la Tasa de Llenado (o Fill Rate). Consiste en que la marca mantiene un stock de repuestos que permite solucionar, en promedio el 95% de los problemas de requerimientos de piezas críticas y el 90% de las piezas funcionales. *“Contamos, para ello, con dos millones de dólares en repuestos. Existe una asociación con DHL para el manejo de bodega y para traer lo que pueda faltar desde Estados Unidos”*, indica Roberto Sievers.

Asimismo, se implementó una red activa sobre plataforma Internet con el fin de que los servicios técnicos hagan sus pedidos de repuestos. La Customer Service Network es un sistema de información sobre Internet que apoya la gestión, existencia de piezas, verificación de existencias e información.

Los clientes de Compaq hoy en día cuentan también con el Care Paq. Se trata de un paquete de beneficios que incluyen, entre otros una extensión de la garantía, mejoramiento del tiempo de respuesta de servicios técnicos (7x24 y en cuatro horas de tiempo de respuesta), entre otros. Con estos beneficios se valora lo que puede ofrecer el canal que se encuentra cerca del cliente y, a la vez, se da un buen servicio a éste dejando la instalación e implementación de red, entre otros, en manos de los especialistas en esa área.

Latin America NonStop™ Summit



Durante el mes de septiembre Compaq presentó en el país su estrategia mundial **Compaq NonStop™ eBusiness** orientada a dar respuesta a los clientes empresariales que requieren ingresar al mundo de los negocios en Internet.

En el seminario Latin America **NonStop™ Summit**, René Champagne, director de la División Tandem de Compaq Latin America, realizó la presentación de dicha estrategia, destacando la urgencia con la que las compañías deben ingresar a Internet, dado el explosivo crecimiento que presenta el comercio electrónico en nuestra región. El ejecutivo resaltó además que las soluciones **Compaq NonStop™ eBusiness** han sido diseñadas para que las empresas sean capaces de responder a las necesidades del cliente en menos tiempo, de manera ininterrumpida y a un costo menor.

Al respecto, Compaq tiene todas las cualidades necesarias para convertirse en el mejor socio estratégico en el desarrollo de las soluciones de comercio electrónico de su empresa. Esto debido a la prolongada experiencia de Compaq en el campo del comercio electrónico y a las ventajas inherentes de sus soluciones **NonStop™ eBusiness**: escalabilidad, disponibilidad continua, flexibilidad, seguridad y una oferta completa de productos y servicios.

Internet: Ventana de negocios



El jueves 2 de septiembre pasado se realizó en el Hotel Radisson de Santiago un nuevo desayuno para los clientes Top Account de Compaq. En éste intervino Florencio Utreras, director de Reuna, quién se refirió a Internet como una importante herramienta de fidelización de clientes. En la oportunidad el académico indicó que la venta de un producto abre paso a una relación de largo plazo con el cliente. Pero para que la empresa encuentre una buena recepción de sus clientes, debe entre-



gar información que haga que el cliente se sienta ligado a la empresa que lo está sirviendo y que lo ayude a resolver los problemas. Esta información debe ser relevante a lo que busca el cliente y que “entre en su ámbito de interés”. Florencio Utreras también expresó que, las empresas tienen en Internet la posibilidad de manejar mejor la relación con sus clientes ofreciéndoles una ventana de negocios y de información oportuna de productos, bienes y servicios.

StorageWorks Forum 99 de Compaq

A través de un evento de lanzamiento latinoamericano, llamado StorageWorks Forum 99, la División de Almacenamiento Empresarial de Compaq anunció una nueva tecnología que es parte de la visión global de la compañía enmarcada en el concepto de “NonStop eBusiness”. Se trata del Enterprise Network Storage Architecture (ENSA) que desliga el almacenamiento empresarial de la capacidad de disco de los servidores y la coloca en un nuevo dispositivo que se dedica, exclusivamente, a administrar datos almacenados. Para dar a conocer esta tecnología estuvo en Chile Nicolás Martínez, gerente de la División de Productos de Almacenamiento de Compaq Latinoamérica. A través de ENSA las empresas pueden contar con capacidad ilimitada, confiable y de alto desempeño, independientemente de los servidores de red.



La arquitectura de almacenamiento de Compaq abarca mayores posibilidades que un SAN (Storage Area Network) y un NAS (Network Attached Storage). Según cifras de International Data Corporation, IDC, Compaq es el mayor oferente de capacidades de almacenamiento del mundo, con un 20% del mercado, incluidos los servidores Windows NT.

ENSA cuenta con una fuerte presencia en sistemas operativos UNIX y NT.