

Como de costumbre, te invitamos a que reenvíes este boletín gratuito a tus colegas. Para ser añadido a nuestra lista automática, **GRATUITA** y por correo electrónico, simplemente visita www.wainhouse.com/bulletin

Andrew W. Davis, andrewwd@wainhouse.com

Cisco compra Jabber

Cisco anunció que está en el proceso de comprar Jabber, una empresa que no cotiza en bolsa. Jabber, Inc. es la última proveedora grande e independiente de soluciones de mensajes instantáneos y presencia. El propósito de Cisco es convertir la tecnología de Jabber en un servicio que se ofrezca en la red. Cisco también integrará la solución Jabber en la plataforma CUPS (Servidor de Presencia Unificada Cisco). No se revelaron las condiciones financieras de la venta.

La presencia enriquecida es una piedra angular de la estrategia de Cisco. Aunque las anteriores ofertas de Cisco satisfacían las necesidades de todas las empresas, salvo las de las compañías muy grandes, el CUPS no crecía en la nube, donde puede haber millones de usuarios de mensajes instantáneos y/o de presencia. Por lo tanto, uno de los incentivos para comprar Jabber es la estrategia de Cisco de proveer ofertas híbridas a las empresas que tienen algunos servicios en la nube y otros servicios en equipos que están en sus oficinas, dejándoles a las organizaciones la opción de elegir cuánto de cada uno prefieren. Claramente, para Cisco el software ofrecido como un servicio y los servicios web 2.0 son un componente fundamental de su perspectiva de largo plazo.

Cisco combinará a Jabber con sus productos de telefonía y con otros componentes de comunicaciones unificadas, mediante el software de integración desarrollado dentro del CUPS. A medida que los componentes se estabilizan, Cisco también ve que estos elementos se mueven hacia la estructura de la red, mientras que las funciones de presencia que están en la corriente permanecerán en un servidor aparte.

La traducción al español de
Wainhouse Research Bulletin
es realizada por

NEWTECH
SOLUTIONS

INTEGRADOR DE TECNOLOGÍA
Soluciones de comunicación y colaboración

Empresa líder en Latinoamérica
en el desarrollo, la implementación y el
mantenimiento de redes de videoconferencia.
Representante de las firmas más
prestigiosas del mundo.
Cuenta con oficinas en Argentina y
Estados Unidos.

Principales servicios

Venta y alquiler de equipos.
Diseño e implementación de salas multimedia.
Tecnología para eventos.
Herramientas para capacitación.
Soluciones de automatización y el control.
Desarrollo de hardware y software a medida.
Alquiler de salas propias para eventos remotos.

www.newtechsolutions.com.ar

En el mundo de la presencia y de los mensajes instantáneos, Jabber ha tenido una neutralidad similar a la suiza, proveyendo su producto a otras empresas. Entre éstas se encuentra Avaya, quien a comienzo de este año anunció que Jabber formaba parte de su Servidor de Presencia Inteligente. Cisco seguirá cumpliendo los acuerdos de provisión a terceros. Pero claramente la compra de Jabber provocará consternación a empresas como Avaya, que ahora deben decidir si apoyarán indirectamente a Cisco, a través de Jabber, o si intentarán encontrar un motor de presencia alternativo.

Cuando se le preguntó a Cisco si la adquisición de Jabber era una movida defensiva contra Microsoft e IBM (ambas tienen motores de presencia robustos), dijo que no. Nosotros sin embargo dudamos de esto. Microsoft está claramente ingresando en la nube con versiones del OCS alojadas por terceros. Cisco, que ahora también tiene una plataforma sólida de servicios web (la plataforma WebEx y la función de calendario y correo electrónico que obtuvo mediante la compra de PostPath), necesitaba claramente un motor de mensajes instantáneos robusto para competir. También IBM se está metiendo en la nube, ya que compró WebDialogs, que ahora lleva la marca IBM Sametime Unyte. IBM además posee Bluehouse, un servicio administrado por terceros que almacena y comparte archivos y que ofrece encuentros web, chat, contactos, etc. IBM no ha realizado comentarios sobre el Notes y el Sametime administrados, aunque sabemos que terceras partes están ofreciendo estos servicios.

Además, la empresa que finalmente se convierta en la dueña del motor de presencia tendrá el control principal de los otros componentes que se agreguen al sistema. Por lo tanto, con muchas empresas que están evaluando el OCS de Microsoft y el Lotus Sametime de IBM (ambos finalmente tendrán suficiente control de las llamadas para reemplazar a una central telefónica), probablemente Cisco está sintiendo alguna presión para proteger su central telefónica Unified Communication Manager. Cuando se le dijo a Cisco que las soluciones Jabber están basadas en XMPP en lugar de en SIP/SIMPLE, contestó que el XMPP es un protocolo muy sólido y muy fácil de integrar. Cisco también mantiene un compromiso con SIP. Sin embargo y dado que las soluciones Jabber están completamente basadas en protocolos múltiples, son compatibles con XMPP y SIP. Cisco tiene como objetivo usar la plataforma Jabber para federarse e integrarse con casi todas las empresas que están relacionadas con la presencia y los mensajes instantáneos. En conjunto, vemos esta adquisición como una movida positiva para Cisco y otra llamada de atención para Microsoft, IBM, Avaya y otras empresas, sobre el hecho de que Cisco está participando en el juego de las comunicaciones unificadas para ganar.

Debuta la DMA de Polycom

Para apoyar el creciente uso de las comunicaciones visuales en los negocios, particularmente, el uso de conferencias ad hoc, Polycom ha presentado la DMA 7000 (Aplicación de Medios de Difusión Distribuidos). Es una aplicación de red basada en un servidor que administra múltiples



aparatos de MCU y distribuye llamadas de video de puntos múltiples dentro de un ambiente de red

empresarial. La DMA de Polycom fue diseñada para unificar la infraestructura de comunicaciones visuales empresariales. Mejora la eficiencia, confiabilidad y tolerancia a las fallas (agrupación y balanceo de las cargas) de las llamadas de video y facilita y hace más positiva la relación entre costo y beneficio. De esta manera, las organizaciones pueden brindar a sus empleados servicios de conferencias de video a pedido. Específicamente, la DMA 7000 es compatible con servidores de medios 10 RMX 2000, también llamados puentes. El primer lanzamiento se basa en H.323. Luego habrá una versión basada en SIP. El producto se encuentra en fase beta y se prevé que esté disponible para el público en general en enero. El precio base es

de 29.000\$ e incluye software y servidores DMA 7000 redundantes. El software compatible con uno a cinco puentes tiene un cargo adicional de 25.000\$, 39.000\$, 64.000\$ y 104.000\$, respectivamente.

DiVitas anuncia un nuevo software/cliente

[DiVitas Networks](#) ha anunciado la versión 2.0 de su cliente de aparatos móviles y de su software para el servidor de comunicaciones unificadas móviles. El servidor DiVitas se integra en las aplicaciones existentes, tales como centrales telefónicas, directorios LDAP y plataformas de mensajes. Además, extiende de forma homogénea estas aplicaciones a los usuarios de celulares y de Internet inalámbrica, brindándoles un número único para ser contactados y una casilla de correo única para correos electrónicos y mensajes de voz. El nuevo cliente fue diseñado con una interfaz de usuario gráfica para que los usuarios de teléfonos móviles tengan acceso integral a directorios corporativos, atributos de central telefónica, controles durante la llamada, casilla de voz, presencia, mensajes instantáneos, etc. El nuevo cliente se ejecuta en los teléfonos de la serie E de Nokia y en los aparatos Windows Mobile y en las redes de segunda, segunda y media y tercera generación. El cliente también provee dos identidades: personal y comercial. Por un lado, esto permite que las empresas controlen las llamadas comerciales de sus empleados y por el otro, las personas sólo tienen que cargar un aparato para hacer llamadas de negocios y personales.



El nuevo cliente del teléfono móvil DiVitas

Ahora la versión 2.0 del servidor DiVitas se ejecuta en un servidor empresarial estándar Dell y HP. Incluye un asistente de instalación web, que simplifica la implementación y la instalación. La distribución inalámbrica permite que las empresas desplieguen el software cliente del teléfono móvil usando una actualización y una instalación basada en mensajes de texto. Para obtener más información de la solución de movilidad DiVitas, consulta el informe de WR [Comunicaciones unificadas móviles: opciones de comunicaciones para los Directores Ejecutivos de Operaciones y para los Gerentes.](#)

Noticias breves

- Recientemente, Quanta introdujo un aparato que permitirá realizar videoconferencias desde un televisor de alta definición. El Quanta Video Messenger, fabricado en cooperación con OoVoo, es un decodificador que se conecta directamente con un televisor de alta definición y transmite una señal de video (1,280 x 720 pixel/30fps) a través de una conexión de Internet hogareña. Está planificado que el producto esté en el mercado a fin de este año.
- Haeden Bridge está suministrando su plataforma TOMMS FACTORY Enterprise a Scartel (el primer proveedor de servicios WiMAX de Rusia). Scartel ha lanzado el servicio Mobile WiMAX en Moscú y en San Petersburgo. Scartel y Haeden Bridge también han acordado realizar pruebas de la herramienta de colaboración de Scartel y desarrollar modelos de negocios entre empresas, para terminales de PC y móviles. Haeden Bridge además provee el Mobile WiMAX a Korea Telecom.
- Las acciones de Nortel Networks se derrumbaron al nivel más bajo en décadas, luego de que

redujera sus perspectivas comerciales y dijera que planea realizar otra ronda de recortes, para hacer frente a una economía en apuros.

- SMART anunció que agregó siete idiomas al software de colaboración SMART Meeting Pro. El software ahora se ejecuta en francés, alemán, español, noruego, portugués, japonés y chino (tradicional y simplificado), además de en inglés y en canadiense (¡hey!).
- La empresa australiana Grouputer Solutions ha lanzado SigmaSense, la primera solución de colaboración en línea para implementar metodologías de procesos estructurados.
- Dialogic está comprando el negocio de las plataformas de NMS Communications.
- Videre firmó un acuerdo para vender las soluciones de streaming de VBrick Systems.
- La semana pasada en la exhibición Interop en la ciudad de Nueva York nos topamos con un sistema de videoconferencias que no habíamos visto durante más de tres años. Probablemente, el ViPr era el primer aparato de videoconferencias basado en SIP. Actualmente, la unidad ejecuta una compresión de video de H.264 (no MPEG) y puede colaborar con Microsoft Live Meeting. En una conferencia pueden participar hasta cien personas y pueden verse hasta diez personas por vez. La solución cliente servidor también es compatible con encriptamiento AES de 128 bit. Cada ViPr cuesta aproximadamente 10000\$. Actualmente es un producto de Aastra, una reconocida empresa canadiense del espacio del VoIP. Aastra obtuvo la línea de productos (e integró a algunos de los empleados que viven en Pittsburg) cuando compró el producto empresarial a Ericsson. Esta previamente se había hecho de la solución cuando compró Marconi, el último lugar donde habíamos visto el ViPr.
- Otra nota sobre Interop. Tuvimos la oportunidad de ver el ConferenceMe una función que creemos que no ha sido anunciada y que está embebida como una opción de la MCU Tandberg Codian. Hasta doce usuarios pueden conectarse con una interfaz web e ingresar en una conferencia. El paquete de administración de Tandberg provee automáticamente el nombre para identificarse. Los usuarios que estén usando una PC pueden recibir, pero no enviar H.239. Tandberg también estuvo mostrando el nuevo Movi, que está previsto que se venda en el primer trimestre. Movi tiene una velocidad de 1 Mbps y será compatible con una resolución de 720p, en una PC adecuada. El software (un cliente Java) se ejecuta en la plataforma VCS de Tandberg, que provee funciones críticas de gestión y control del ancho de banda, mientras, según se informa, puede ser usado por miles de usuarios. Con el Movi de Tandberg, el CMA de Polycom y varias otras ofertas estamos ingresando en la próxima generación de video personal. El boletín WR espera poder reunir a varios vendedores en una entrevista interactiva, para comparar y contrastar los diferentes enfoques adoptados. Sigue sintonizado.



Calendario de eventos de conferencia y colaboración

CUÁNDO Y DÓNDE	QUÉ Y QUIÉN
18 de noviembre, Andover, MA, Chicago, Nueva York y Washington DC	Foro de usuarios Point 9: seleccionar un proveedor de servicios de conferencia, administrados por terceros
12-13 de noviembre, San Francisco, CA	Foro IMTC
22-23 de abril, 2009, Berlín, Alemania	Cumbre Wainhouse Research sobre las perspectivas futuras de la colaboración

El foro de usuarios Point Nine – Seleccionar un proveedor de servicios administrados de conferencias

Cuando: **18 de noviembre**

Donde: Andover, Chicago, Herndon, Nueva York

Detalles: wainhouse.com/point9/na.html

Con la creciente complejidad y el rápido incremento de las implementaciones de conferencias en las grandes empresas, muchas organizaciones están buscando proveedores de servicios administrados de conferencias (cMSP) que los ayuden a reducir el peso de la administración, a maximizar el rendimiento de la inversión que han hecho en conferencias y a optimizar la experiencia de los usuarios durante las conferencias.



Wainhouse Research ha invitado a proveedores internacionales líderes de servicios administrados de conferencias a responder un cuestionario detallado con los temas que consideramos candentes para cualquier empresa que esté considerando contratar estos servicios. Durante estos encuentros de un día de duración, los proveedores presentarán sus respuestas. Los participantes tendrán la oportunidad de puntuar nuestras preguntas y las respuestas de los vendedores.

Estas dos reuniones se realizarán en los estudios de telepresencia que Polycom. El discurso central estará a cargo de Wainhouse Research y se centrará en qué está sucediendo en este sector interesante y de rápido crecimiento. La presentación de Polycom se centrará en cómo esta empresa está trabajando con sinergia con su red de distribuidores asociados para garantizar que sus clientes reciban de los proveedores de servicios administrados de conferencias una experiencia óptima.

Estos encuentros están abiertos a los usuarios finales de soluciones de conferencias. Si eres un gerente de conferencias y quieres aprender más sobre los desafíos y los éxitos cosechados por estos proveedores de la boca de tus colegas, entonces estas sesiones altamente informativas serán muy valiosas para ti. Los centros de reuniones tienen plazas estrictamente limitadas. Si haces clic en los links superiores encontrarás detalles adicionales. Regístrate temprano para evitar decepciones. ¡Las plazas se terminan rápidamente!

Alojado con telepresencia por:

The logo for POLYCOM, featuring a red geometric symbol resembling a stylized 'P' or a cluster of triangles to the left of the word "POLYCOM" in a bold, sans-serif font.

Auspiciantes

The logo for AGT, featuring a blue globe icon to the left of the letters "AGT" in a bold, sans-serif font.The logo for BT, featuring the letters "BT" in a bold, sans-serif font to the left of a colorful globe icon.The logo for AVI, featuring the letters "AVI" in a bold, sans-serif font to the left of a green and blue geometric symbol.The logo for SPL, featuring the letters "SPL" in a bold, sans-serif font to the right of a blue and green geometric symbol.The logo for yorktelecom, featuring a grey globe icon to the left of the text "yorktelecom" in a bold, sans-serif font, with the tagline "not just knowledge. know-how." below it.

Gente y lugares

Talk & Vision, **Scott Taylor**, Gerente del Reino Unido

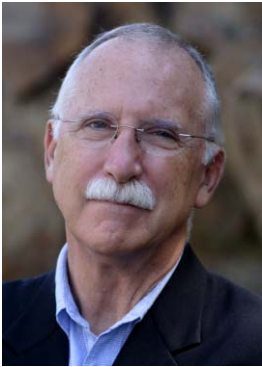
Wainhouse Research, **Will Zachmann**, Analista Ejecutivo. Will es un analista de la industria, conocido a nivel internacional y ampliamente respetado. Dentro de su carrera se ha desempeñado como Director de Investigación de The Forum Corporation, Vicepresidente de Meta Groip (que luego fue comprada por el Gartner Group), instructor de karate y Vicepresidente Ejecutivo de Investigaciones Corporativas de International Data Corporation (IDC). Durante la última década, sus investigaciones se centraron en los negocios basados en la web, las redes sociales empresariales, las herramientas y plataformas de desarrollo de software y las cruciales tecnologías emergentes de visualización y de mundos de realidad virtual. El Señor Zachmann ahora gestiona las implementaciones de redes sociales empresariales de Wainhouse Research. Puedes contactarlo en wfz@wainhouse.com.



Will le brindó las siguientes reflexiones al Boletín WR: “Las redes sociales y las búsquedas son los aspectos más espectacularmente exitosos del fenómeno de la ‘Web 2.0’. El sorprendente éxito comercial de sitios orientados al consumidor, como LinkedIn, Plaxo, Facebook, YouTube, Flickr

y muchos otros, ha convertido el desarrollo de software de redes sociales y servicios para empresas en un furor. Actualmente, bastante más de cien vendedores ofrecen software o servicios para redes sociales empresariales (desde grandes jugadores como IBM, Microsoft, Cisco, Oracle y Sun, hasta diminutas empresas que recién empiezan y que difícilmente alguien ha escuchado nombrar, hasta ahora). Sin embargo, se necesita mucho más que mero entusiasmo para triunfar con los consumidores. Para que las redes sociales empresariales funcionen y para que los vendedores triunfen, estas redes deben aportar sentido práctico a la consecución de los objetivos comerciales de la empresa.”

Mano a mano con Bob Johnson, Director Ejecutivo de Operaciones de Dialcom y Presidente de la unidad operativa de América del Norte



WRB: Muy brevemente, ¿puedes decirnos de qué se trata Dialcom y qué relación hay entre [Dialcom](#) y [Spontania](#)?

BJ: Dialcom fue fundada en Madrid hace casi ocho años para vender tecnología de video punto a punto. Al mismo tiempo que trabajaba con grandes clientes en España, la empresa expandió el espectro de su oferta e incluyó una plataforma de comunicaciones IP de modos múltiples, para empresas. Esta solución se ofrece hoy con la marca Spontania.

WRB: ¿Hace cuánto que trabajas para la empresa y qué hacías anteriormente?

BJ: He trabajado en Dialcom durante casi un año. Ingresé en la empresa cuando Dialcom decidió expandirse ampliamente por Europa continental, el Reino Unido y América del Norte. Antes de trabajar en Dialcom, fui Director Ejecutivo de SecureWave, una de las empresas de la cartera de Mangrove Capital Partner. Logré que la empresa creciera y tuviera éxito porque conseguí que Sanctuary (un producto de seguridad) se vendiera en todo el mundo. Finalmente, SecureWave se fusionó con PatchLink y se convirtió en Lumension, la empresa de seguridad del rubro de las tecnologías de la información más grande que no cotiza en bolsa.

WRB: Hoy en día hay un montón de empresas que venden soluciones de colaboración que combinan audio, video y web. ¿Qué es lo que hace a Spontania diferente?

BJ: A diferencia de las soluciones "llenas de aparatos y cables", cuya instalación es cara y compleja y a diferencia de las tradicionales extensiones de los aparatos de video heredados o las ofertas de comunicaciones que tienen piezas separadas, no integradas, Spontania une todo en una aplicación simple. El software ha sido construido desde cero para las empresas: es lanzado y controlado por el usuario haciendo un clic en el mouse. Es amigable con las arquitecturas existentes. Tenemos políticas que son fáciles de consultar. La administración del ancho de banda está integrada. Nuestra solución puede instalarse y estar funcionando en un día, a diferencia de otras que necesitan meses.

WRB: ¿Dialcom vende directamente? ¿Cuál es la estrategia de distribución de la empresa? ¿Es diferente en Europa que en América del Norte?

BJ: Los mercados geográficos son diferentes. Nuestro enfoque de cómo salir al mercado se ha delineado de acuerdo con esas diferencias. Utilizamos revendedores regionales casi exclusivamente en Europa y en el Reino Unido y un modelo más directo en América del Norte.

WRB: ¿Cuán importantes son las funciones móviles de Dialcom para los clientes?

BJ: En realidad, la importancia de la movilidad varía de acuerdo con las necesidades de colaboración específicas y/o verticales. Hay algunas instancias en las cuales la movilidad es una verdadera ventaja. Por ejemplo, en las centrales remotas de energía, particularmente, en la asistencia a los centros de contactos. Otra instancia donde la movilidad es una ventaja es en la

continuidad de las operaciones o en la preparación para las emergencias o en la dirección y control de actividades, en las cuales las operaciones iniciales son muy fluidas.

WRB: ¿Cuán importante es el video para tus clientes?

BJ: Varía de acuerdo con el segmento del mercado. Por ejemplo, es clave para el apoyo a los diagnósticos clínicos, durante los procedimientos médicos. En muchas aplicaciones generales el video incrementa el compromiso con la colaboración (hace que los participantes se mantengan concentrados en los temas que se están tratando, vuelve a poner el compromiso personal en la ecuación y permite de hecho que los participantes se encuentren y conozcan). No es clave pero es una ventaja. Hay mucho despliegue publicitario alrededor de la alta definición. Y eso puede ser fantástico para crear encuentros virtuales donde la sensación física de proximidad es imperativa por alguna razón. Pero cuando hay que lograr que la gente realice mucho trabajo interactivo para lograr progresos significativos, el video no es ni necesario, ni puede solventarse, ni resulta práctico.

WRB: Spontania, ¿se concentra en algún mercado o aplicación vertical en particular?

BJ: No de hecho. Una vez más, son funciones parciales de las variaciones de los mercados geográficos. El mercado vertical financiero es más fuerte en Europa que en América del Norte. Los mercados de la salud y de la industria son universales, pero las aplicaciones son diferentes para la clínica y para los procesos internos, de acuerdo con la geografía. Por supuesto, uno de los principales lugares donde se usa nuestra tecnología es en los centros de contacto en general. Tenemos grandes credenciales en este espacio.

WRB: Tu empresa ha sido exitosa en Europa. ¿En qué varía la competencia en América del Norte?

BJ: La gran diferencia es que en América del Norte todavía no estamos cerca del mercado. Spontania no es todavía un nombre muy conocido. Pero lo será. Competitivamente, las empresas grandes tienen la voz más gruesa y consiguen que más chicas salgan a bailar con ellos. La ventaja de una empresa pequeña es que no tiene también que evangelizar sobre la necesidad del producto. Estoy feliz de tener que competir con las "marcas" porque tenemos la ventaja de una solución que funciona y que es fácil de implementar y de usar. Dado que es una aplicación, se puede implementar en un par de días. No necesita semanas, meses o años. Con nuestra solución, las empresas obtienen un rendimiento de sus inversiones. Estas características nos permiten ganar cuando salimos a bailar. Y espero que logremos sacar más y más chicas a bailar.

WRB: En tu carácter de Director Ejecutivo de una empresa pequeña, ¿qué es lo que no te deja dormir de noche?

BJ: Las invitaciones a bailar.

© 2008 Wainhouse Research • 34 Duck Hill • Duxbury, MA 02332 • Estados Unidos • Tel +1 617.975.0297.
Envía correos electrónicos a: editor@wainhouse.com. Envía boletines de prensa a: news@wainhouse.com.
Suscríbete gratuitamente en www.wainhouse.com