

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

Noticias breves

* Wire One ha lanzado su oferta de videoconferencias automáticas y con autoservicio. Éste es un servicio que gestiona el cliente, un concepto que intenta promover una planificación simple de

las reuniones, la automatización de las llamadas y la reducción de los costos que pagan los clientes. Usando la herramienta de planificación web de Wire One, engageMeeting Manager, los clientes pueden verificar que haya salas disponibles, planificar conferencias que se iniciarán automáticamente, o iniciar reuniones en las que los participantes se integran cuando lo solicitan.

* Conference Plus ha firmado un nuevo acuerdo con Language Learning Enterprises para brindar interpretaciones telefónicas, en 150 idiomas, "en vivo", las 24 horas. Si los clientes de Conference Plus lo solicitan, a los pocos segundos un intérprete de carne y hueso se integra a la llamada. LLE es un proveedor líder de interpretaciones telefónicas las 24 horas.

* Dialogic Corporation anunció que la última versión de su Software Multimedia 2.0 para AdvancedTCA ofrece funciones avanzadas de video procesamiento. Con el nuevo software, los clientes de Dialogic pueden armar servicios de video de alto valor y de la próxima generación, tales como IVVR avanzado, un centro de llamadas de video, videoconferencias/video chat en redes IP de banda ancha, inalámbricas, de tercera generación.

* Telanetix, un vendedor de telepresencia y VoIP, anunció que firmó acuerdos de representación con DMJ Technologies, Peter E. Schmitt Company, Omnivue, Mizzen Marketing, y Nu-Way Technologies. De esta manera tendrá representantes de ventas en veintisiete estados.

* Phoenix Audio Technologies anunció una asociación estratégica con Spire Global: el grupo de asistencia, comercialización y ventas de Sony en Estados Unidos. Spire Global hará un paquete con los productos de audio, portátiles y de alta definición de Phoenix y con los productos de videoconferencia de Sony.



La traducción al español de
Wainhouse Research Bulletin
es realizada por

NEWTECH
SOLUTIONS

INTEGRADOR DE TECNOLOGÍA
Soluciones de comunicación y colaboración

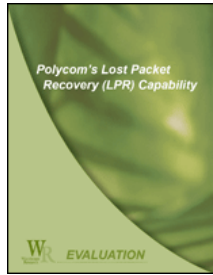
Empresa líder en Latinoamérica
en el desarrollo, la implementación y el
mantenimiento de redes de videoconferencia.
Representante de las firmas más
prestigiosas del mundo.
Cuenta con oficinas en Argentina y
Estados Unidos.

Principales servicios

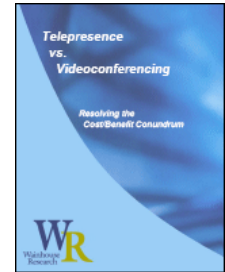
Venta y alquiler de equipos.
Diseño e implementación de salas multimedia.
Tecnología para eventos.
Herramientas para capacitación.
Soluciones de automatización y el control.
Desarrollo de hardware y software a medida.
Alquiler de salas propias para eventos remotos.

www.newtechsolutions.com.ar

*.Hemos publicado dos nuevos informes técnicos. Uno es sobre la [Recuperación de Paquetes](#)



[Perdidos de Polycom \(LPR\)](#), que ayuda a proteger el impacto perjudicial de la pérdida de paquetes y brinda una experiencia más sólida y de alta calidad en los entornos de red de banda ancha, públicos y hogareños. El informe técnico tiene un precio de venta minorista sugerido por el fabricante de \$0. El segundo informe se titula [Telepresencia vs. videoconferencias: resolver la incógnita costo/beneficio](#). Este breve trabajo contiene una mirada anti-intuitiva sobre el costo de estas dos



soluciones. No es lo que podrías pensar. El precio de venta minorista sugerido por el fabricante de este informe técnico es de \$0. Ambos informes están [disponibles ya](#).

Dólares y resultados

Tandberg - 4º trimestre - 2007

Tandberg	4º T - 06	3º T - 07	4º T - 07	Crecimiento consecutivo	Crecimiento anual
Continente americano	\$68,9	\$92,4	\$86,7	-6,2%	25,8%
Europa, Medio Oriente y África	\$51,5	\$54,0	\$85,5	58,3%	66,0%
Asia	\$10,4	\$18,9	\$20,7	9,5%	99,0%
Ingresos totales	\$130,8	\$165,3	\$192,9	16,7%	47,5%
Terminales	\$95,7	\$124,9	\$135,6	8,6%	41,7%
Servicios	\$17,3	\$21,5	\$25,3	17,7%	46,2%
Infraestructura	\$17,9	\$18,9	\$32,0	69,3%	78,8%
Ganancias operativas	\$31,5	\$38,7	\$44,9	16,0%	42,5%
Terminales	12.744	15.398	16.787	9,0%	31,7%

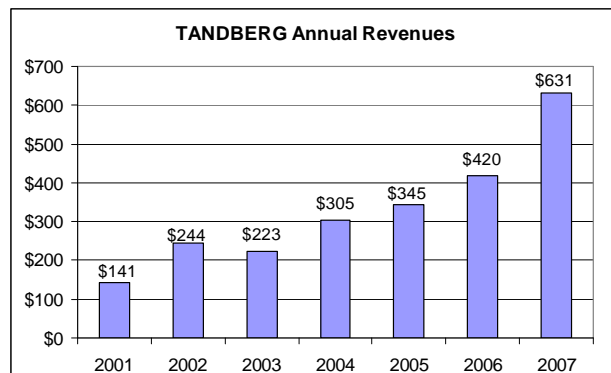
Nota: Los ingresos de 2007 incluyen un trimestre luego de la compra de Codian.

Tandberg mostró otro trimestre asombroso. Las tasas de crecimiento anual estuvieron en la estratosfera en todas partes, salvo en Norte América, donde, a pesar de tener un número consecutivo negativo, mostraron una impresionante tasa de crecimiento anual del 26%. En el trimestre, los ingresos de Tandberg ascendieron a \$192,9 millones. Los ingresos anuales fueron de \$630,5 millones (un aumento del 50,2% en relación con 2006). Los ingresos por terminales subieron un 41%, en comparación con el cuarto trimestre de 2006, motorizados por un aumento anual del 31,7% en los terminales. Para

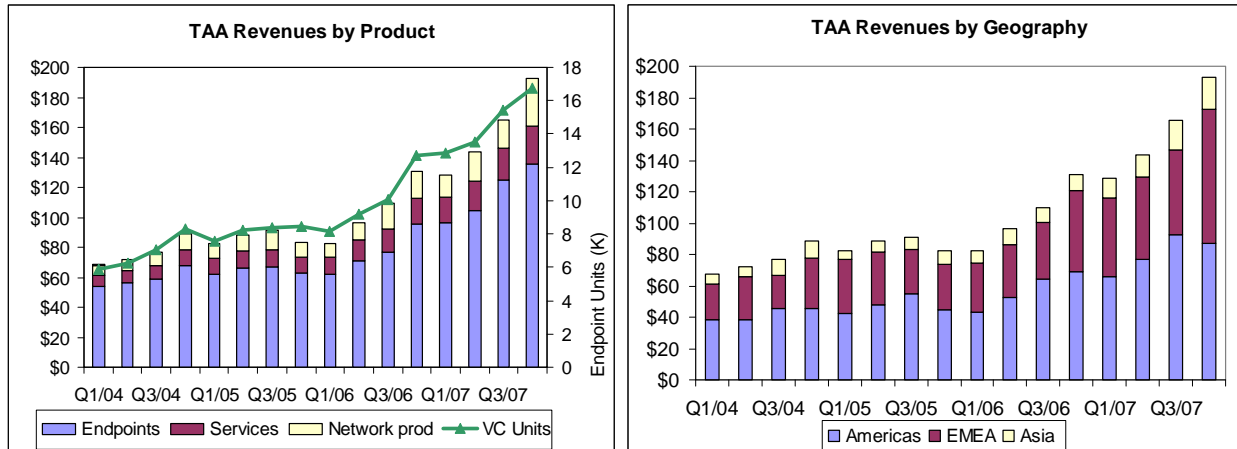
Tandberg, los ingresos por terminales incluyen los sistemas ejecutivos personales que fabrica y vende a un gran vendedor de conmutadores IP.

Éste fue el primer trimestre completo que incluyó ingresos generados por Codian (el acuerdo se cerró en septiembre de 2007). Esto tergiversa las cifras ascendentes de Tandberg (en el tercer trimestre, Codian aportó \$10,5 millones y es muy probable que en el cuarto trimestre haya aportado ingresos considerablemente mayores). Los ingresos por infraestructura crecieron a \$32 millones (impulsados por Codian). En el mismo trimestre del año pasado, los ingresos por infraestructura habían sido de \$18 millones. Tandberg también cosechó muchos éxitos en Europa, Medio Oriente y África, donde los ingresos subieron un 66% en la comparación interanual (a pesar de la debilidad de los ingresos del Reino Unido).

Polycom y Tandberg informaron en el cuarto trimestre de 2007 descensos del 3% y del 6% respectivamente entre trimestres en las ventas en Norte América. Un informe de Thomas Weisel Partners señala que este hecho convierte al vigor del gasto de las empresas estadounidenses y a la sustentabilidad de la fortaleza internacional en un área clave de



preocupación para el mercado del video, de cara al 2008. Por otro lado, hay algunas razones para el optimismo, dado que el video promete ahorro de costos y beneficios en la productividad, inclusive en un entorno macroeconómico débil.



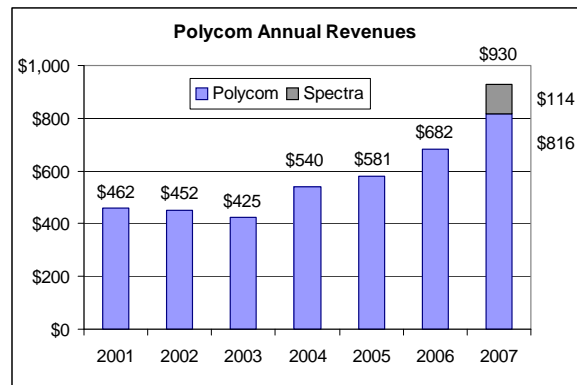
Polycom - 4º trimestre - 2007

Polycom	4º T - 06	3º T - 07	4º T - 07	Crecimiento consecutivo	Crecimiento anual
Video	\$103,0	\$113,7	\$129,2	13,6%	25,4%
Sistemas de red	\$31,1	\$32,6	\$35,7	9,5%	14,8%
Voz+Spectra	\$52,4	\$93,7	\$98,4	5,0%	87,8%
Ingresos totales	\$186,5	\$240,0	\$263,3	9,7%	41,2%
Unidades para grupos	17.394	19.529	21.010	7,6%	20,8%
Ganancias operativas	\$25,5	\$23,1	\$26,6	15,0%	4,2%
Norte América	\$103,2	\$142,9	\$139,5	-2,4%	35,2%
Europa, Medio Oriente y África	\$43,4	\$53,3	\$65,7	23,3%	51,4%
Asia/Pacífico	\$33,5	\$36,9	\$49,6	34,4%	48,1%
América Latina	\$6,4	\$7,0	\$8,5	21,4%	32,8%

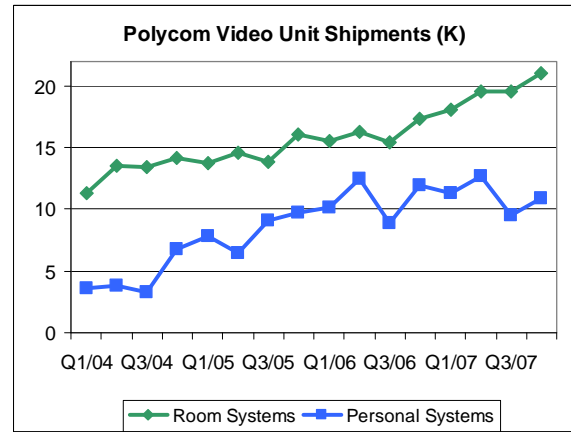
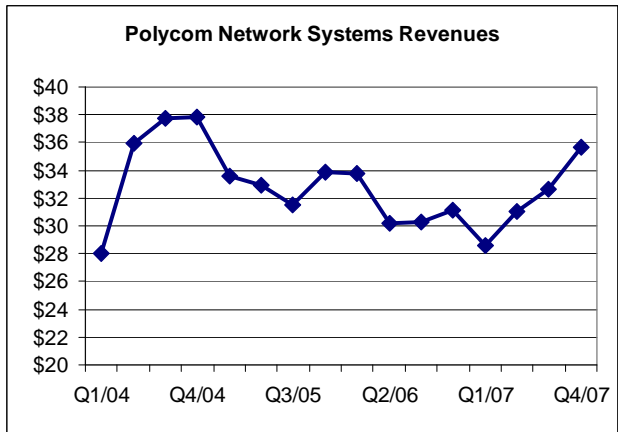
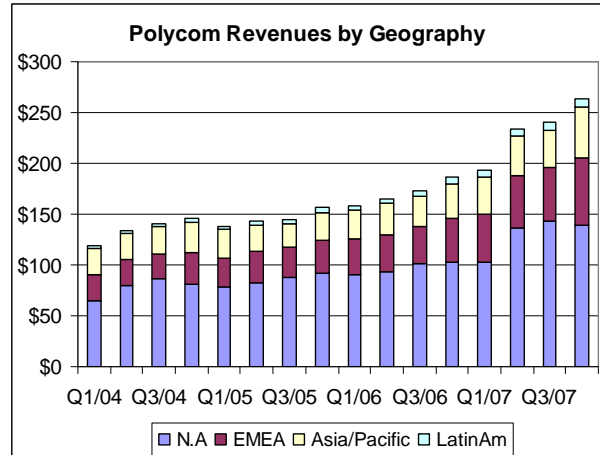
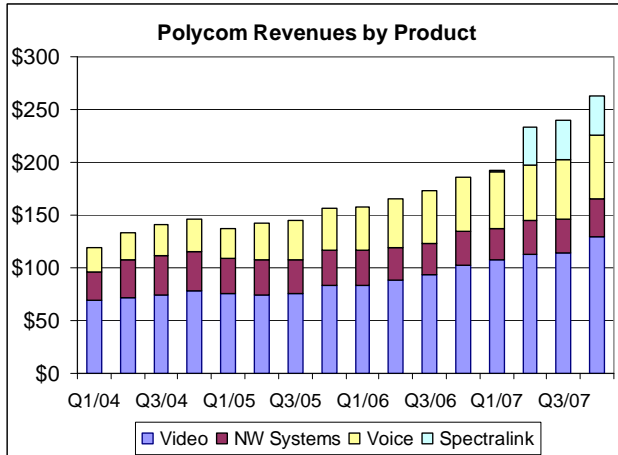
Polycom tuvo un trimestre positivo. Sus ingresos ascendieron a \$263,3 millones (incluyen \$37,2 millones generados por SpectraLink). Esto representa una tasa anual de crecimiento del 41%. Los ingresos anuales fueron de \$929,9 millones (36,3% superiores a los del año 2006). El negocio del video para grupos creció alrededor de anualmente un 21% en unidades y un 25% en ingresos. De acuerdo con los comentarios de la gerencia de Polycom, parece que los productos de alta definición representan aproximadamente entre el 25 y el 30% de los ingresos totales por video (creemos que sería el 25% tanto de los terminales como de la infraestructura, que ahora están

combinados en la división comercial de soluciones de video, pero este cálculo es un poco vago). La gerencia también informó que el crecimiento de las ventas de telepresencia había superado con creces el 100% entre trimestres, aunque partiendo de una base muy pequeña. El punto flojo en la tabla de números serían las cifras de crecimiento consecutivo en Norte América; una debilidad similar a la mostrada por su principal competidor Tandberg. Mientras tanto, Tandberg y Polycom tuvieron resultados muy sólidos en Europa, Medio Oriente y África, Tal vez esto ayude a todos a atravesar una época que podría resultar difícil aquí en Norte América.

Llamativamente, la información detallada de Polycom incluye la mejora continua del negocio de los sistemas de red (que ahora forma parte de la división de soluciones de video). Con los recientes anuncios sobre el HDX 8000, 7000 y 4000, esperamos que las ventas de productos de alta definición sigan acelerándose.



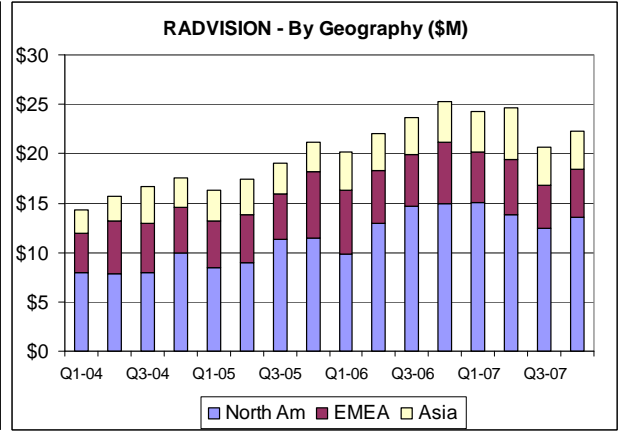
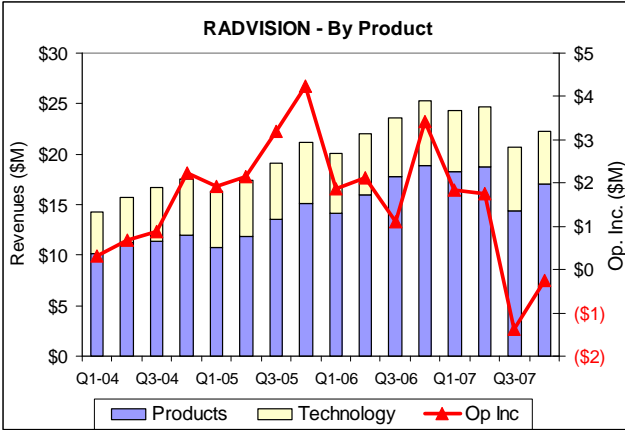
Nota: Cerca del 15% de los ingresos totales de Polycom provienen de los servicios, distribuidos entre la voz, el video y los sistemas de red informados más arriba. Dado que Tandberg no incluye los servicios en los ingresos por infraestructura o video, la comparación de las tablas anteriores NO es una comparación entre manzanas. Estas diferencias SON tenidas en cuenta en nuestras investigaciones aleatorias (que SON una comparación entre manzanas).



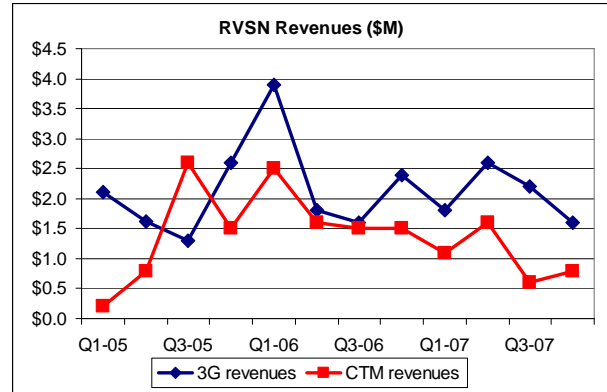
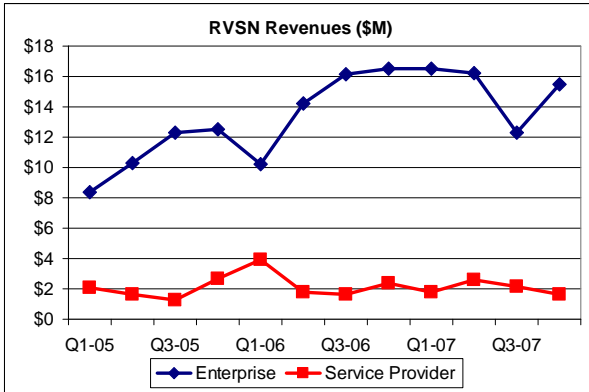
Radvision - 4º trimestre - 2007

En este trimestre, Radvision rebotó, mostrando un crecimiento consecutivo en la división comercial de diseño, instalación y configuración de redes, que ayudó a compensar una pronunciada caída en las ventas de tecnología. El cuarto trimestre de 2006 fue un trimestre razonablemente sólido para la empresa. Por lo tanto, todas las cifras de crecimiento anual que analizamos son negativas. En comparación con los números de los competidores, las cifras de Radvision son perturbadoras, particularmente en Europa, Medio Oriente, África y Asia Pacífico. La empresa informó que las ventas de videoconferencias a través de los vendedores asociados subieron consecutivamente un 49% y las ventas de productos a Cisco subieron consecutivamente un 15%. En el año los ingresos fueron de \$92 (un aumento del 1%), incluyendo \$30 millones por ventas a Cisco.

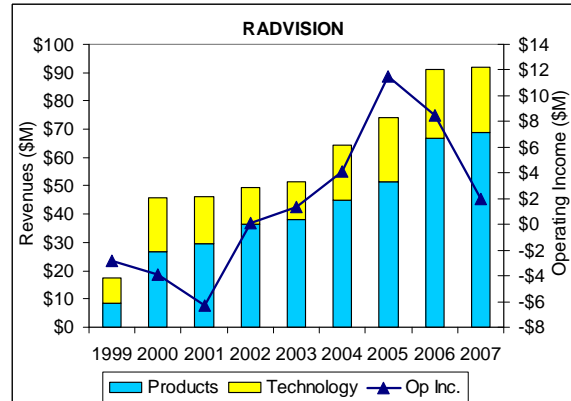
Radvision	4º T - 06	3º T - 07	4º T - 07	Crecimiento consecutivo	Crecimiento anual
Productos	\$18,9	\$14,5	\$17,1	18,3%	-9,5%
Tecnología	\$6,4	\$6,3	\$5,2	-16,9%	-18,8%
Ventas totales	\$25,3	\$20,7	\$22,3	7,7%	-11,9%
Norte América	\$15,0	\$12,4	\$13,6	9,0%	-9,4%
Europa, Medio Oriente y África	\$6,1	\$4,4	\$4,9	10,8%	-20,5%
Asia	\$4,2	\$3,9	\$3,9	0,2%	-7,5%
Ganancias operativas	\$3,42	(\$1,37)	(\$0,24)	-82,6%	-107,0%
Ventas de 3º generación	\$2,4	\$2,2	\$1,6	-27,3%	-33,3%
Ventas del CTM	\$1,5	\$0,6	\$0,8	33,3%	-46,7%



Durante la temporada en que las empresas se comunican con sus inversores para informarles las ganancias financieras, el Director Ejecutivo Boaz Raviv discutió un giro en el énfasis de la empresa, de cara a 2008. Habrá un mayor acento en los productos, ventas y comercialización empresariales y un énfasis ligeramente menor en la base de clientes de los proveedores de servicios (vean nuestra tabla más abajo). Boaz también señaló que "el video móvil no está despegando" y que los proveedores de servicios no saben realmente cómo desplegar y vender servicios de video. Dijo también que gran parte del negocio se ha trasladado a los proveedores de servicios de aplicaciones (sospechamos que muchos de estos están en el ámbito del entretenimiento para adultos), quienes usan un modelo de ingresos compartidos con los proveedores de servicios.



En el pasado, hemos expresado nuestra opinión (pregúntele a Bob Rickwood, con quien hemos tenido varias discusiones sobre este punto): las videoconferencias en un teléfono móvil no son tan atractivas. Las pantallas son demasiado pequeñas, la ergonomía es desagradable, los costos probablemente sean demasiado altos, etc. Y aunque la historia puede demostrar que estamos equivocados, la mejor descripción de la tabla de ingresos por productos de tercera generación de Radvision durante los últimos tres años, que se encuentra más arriba, es una línea "plana". La línea del Click to Meet es un poco más difícil de interpretar, dado que mucha de su tecnología se ha trasladado a la línea de productos Scopia Desktop de Radvision.



En 2007, los ingresos de Radvision terminaron esencialmente planos en comparación con los de 2006. Radvision terminó el año con casi \$130 millones en el banco. La empresa mostró optimismo para 2008 y mencionó: 1) un aumento de las oportunidades de negocios con Cisco, 2) una buena asociación con IBM, relacionada con la versión 8 de Sametime, 3) la cambiante competencia en el mercado de la infraestructura de video, ahora que Codian no es más independiente y Radvision es el socio obvio de Sony, LifeSize, Aethra y Avistar; 4) ya se está vendiendo el Scopia 5.5 y 5) el IMS (que nosotros creemos que es una de las tecnologías de comunicaciones más complejas, inventadas por el hombre o la bestia) está en el horizonte.

Los tres grandes

		4° T - 06	3° T - 07	4° T - 07	Crecimiento consecutivo	Crecimiento anual
Polycom	Unidades de video de sala	17.394	19.529	21.010	7,6%	20,8%
Tandberg	Unidades de video de sala ***	12.744	15.398	16.787	9,0%	31,7%
Polycom	Ingresos por video (\$millones)	\$103,0	\$113,7	\$129,2	13,6%	25,4%
Tandberg	Ingresos por video (\$millones)	\$95,7	\$124,9	\$135,6	8,6%	41,7%
Polycom	Ingresos por infraestructura (\$millones)	\$31,1	\$32,6	\$35,7	9,5%	14,8%
Tandberg	Ingresos por infraestructura (\$millones)	\$17,9	\$18,9	\$32,0*	69,3%	78,8%
Radvision	Ingresos por infraestructura (\$millones)	\$18,9	\$14,5	\$17,1	18,3%	-9,5%
Polycom	Ingresos totales (\$millones)	\$186,5	\$240,0**	\$263,3**	9,7%	41,2%
Tandberg	Ingresos totales (\$millones)	\$130,8	\$165,3	\$192,9	16,7%	47,5%
Radvision	Ingresos totales (\$millones)	\$25,3	\$20,7	\$22,3	7,7%	-11,9%

* incluye resultados, luego de la compra de Codian. ** incluye resultados, luego de la compra de SpectraLink.

*** incluye las unidades fabricadas para terceros en Norte América y 1.000 unidades de Tandberg (es probable que ambos tipos de unidades se usen para soluciones personales de conferencias, en lugar de para salas de conferencias).

Avistar - 4° trimestre - 2007

Avistar informó que durante los doce meses anteriores al 31 de diciembre de 2007 sus ingresos ascendieron a \$12,0 millones y las ganancias por cancelación de deudas y licencias de patentes a \$16,2 millones. Durante los doce meses anteriores al 31 de diciembre de 2006, los ingresos habían ascendido a \$13,2 millones y las ganancias por cancelación de deudas y licencias de patentes a \$4,2 millones, lo cual representa un crecimiento del 61% interanual, en la medición combinada. Durante los tres meses previos al 31 de diciembre de 2007, los ingresos fueron de \$1,9 millones. Durante los tres meses previos al 30 de septiembre de 2007, los ingresos fueron de \$1,8 millones. Durante los tres meses previos al 31 de diciembre de 2006, los ingresos habían ascendido a \$2,3 millones.

ClearOne - 2° trimestre fiscal - 2008

En el trimestre los ingresos fueron de \$10,8 millones, lo cual significa un crecimiento del 7%, con respecto a los \$10,1 millones percibidos en el mismo trimestre del año anterior. La ganancia operativa subió a \$1,9 millones. En el mismo trimestre del año anterior la ganancia operativa había sido de \$915.000.

Favorecer el medio ambiente mediante la telepresencia: 26 de febrero

Richard Norris, richard@wainhouse.com



Nuestra reunión de febrero del Foro de Usuarios Point 9 se centrará en cómo favorecer al medio ambiente mediante el uso de soluciones de colaboración, videoconferencia y telepresencia. Nos hemos garantizado la presencia de un orador interesante para la

presentación central: Peter Lockley, el Director de Políticas de Transporte del Fondo Mundial para la Naturaleza. La presentación de Peter brindará una síntesis de los desafíos climáticos que enfrentamos y el rol actual y futuro de la aviación. Peter resumirá el papel que puede tener la telepresencia en la reducción de los viajes de negocios y el trabajo del Fondo Mundial para la Naturaleza, en este campo. También, hará una presentación, Paul Marcoux, el Vicepresidente de ingeniería ecológica de Cisco Systems. Esta sesión durará cuatro horas y se realizará por vía de telepresencia en seis ciudades del mundo. En su rol de nuevo Zar "Ecológico", Paul es responsable de comandar las iniciativas medioambientales de Cisco, dentro de la empresa y fuera, con los clientes. Paul tiene una tremenda visión y presencia en la industria. Es el autor de muchas publicaciones sobre temas como *Tecnología de los Centros de Datos* y *A Favor del Medioambiente*. También es uno de los miembros fundadores de la Organización de la Red de Suministro de Energía Ecológica y del Comité Técnico de la Red de Suministro de Energía Ecológica.



Peter Lockley Paul Marcoux



Wainhouse Research ha reservado seis salas de telepresencia, cortesía de Cisco, para realizar el 26 de febrero una mesa de discusión del grupo Point Nine, que durará medio día. Si puedes viajar hasta Boston, Nueva York, Atlanta, Washington DC, Londres o Ámsterdam, visita www.wainhouse.com/point9 y reserva tu plaza. Comenzaremos a las 8.00 horas de la zona horaria de Norte América, a las 13.00 horas de Londres y a las 14.00 horas de Amsterdam. Si quieres auspiciar esta muy inusual sesión, que mostrará la potencia de la telepresencia para ventas, promociones, recursos humanos y otros procesos comerciales, ponte en contacto con Sara Fargo (sfargo@wainhouse.com).

Gente y lugares

LifeSize, **Colin Buechler**, Vicepresidente Ejecutivo de Comercialización

Vidyo, **Alfred Hui**, Vicepresidente de Ventas en la Región de Asia Pacífico; **Yossi Massafi**, Vicepresidente de Ventas Internacionales, **Rob Hughes**, Vicepresidente Ejecutivo de Ventas y Asistencia Internacionales

VBrick Systems, **Mark Phillips**, Director de Desarrollo de Negocios en Europa, Medio Oriente y África

Avistar Communications, **Stephen Epstein**, Director Ejecutivo de Comercialización

Microsoft, **Stephen Elop** (anteriormente trabajó en Macromedia), Jefe de la División de Negocios

El Boletín WR quiere que te sumes a nuestro agradecimiento a los auspiciantes de 2008, que hacen posible que el Boletín WR sea gratuito:

[Aethra](#)

[HaiVision Systems](#)

[AGT](#)

[LifeSize](#)

[Cisco](#)

[Mirial](#)

[Compunetix](#)

[Talk & Vision](#)

[GlobalMedia](#)

[Visual Nexus](#)

[Haedenbridge](#)

[VTEL](#)

Nota: el [Auspicio](#) del Boletín WR no implica, de ninguna manera, que nuestros auspiciantes apoyen las opiniones expresadas en el mismo. Tampoco implica que el Boletín apoye los productos y servicios de los auspiciantes. Somos críticos imparciales.

Comunicaciones visuales y telepresencia en la Cumbre de Colaboración de Berlín (8-10 abril)

Este año, la Cumbre de Berlín estará especialmente orientada a las aplicaciones emergentes y a las soluciones de comunicaciones visuales. Además de dos presentaciones sobre servicios de video, estamos muy entusiasmados con la presentación de dos clientes que son usuarios finales, quienes hablarán sobre sus experiencias con los sistemas de videoconferencias y de telepresencia.

Estos son algunos de los eventos destacados de la agenda de este año, que contará con diecinueve oradores:

			
Robert Mayer-Klamm Qimonda (Alemania)	John-Erik Horn Media Saturn (Alemania)	Andrew W. Davis Wainhouse Research (Estados Unidos)	Ernest Company Techno Trends (España)
Experiencias con el sistema de comunicaciones de video de casi telepresencia de Qimonda	De las comunicaciones a la colaboración, y de allí a la telepresencia	Transformar la movida publicitaria actual en la realidad de mañana	Videoconferencias profesionales: usar internet para un servicio encargado a terceros

➤ Robert Mayer-Klamm, responsable de Estrategia y Arquitectura de Tecnologías de la Información de Qimonda, hablará sobre las razones y la estrategia que movieron a la empresa a construir la célula central del video Qimonda. Esta célula satisfizo la necesidad de realizar mesas redondas, con participantes de todo el mundo. Qimonda es un proveedor mundial líder de memoria, que cuenta con una cartera de productos DRAM para una variedad de aplicaciones. En su presentación, Robert discutirá los beneficios y los desafíos de un sistema de telepresencia innovador y personalizado, que ha sido desplegado en Norte

América, Asia y Europa.

➤ John-Erik Horn, Jefe de Innovación Técnica de Media-Saturn-Holding GMBH, explicará cómo Media-Saturn comenzó a desplegar el VoIP en 2004, con el objetivo de implementar una plataforma común de telecomunicaciones para todas las tiendas y cómo se han agregado múltiples aplicaciones, para mejorar las comunicaciones entre las tiendas y los clientes. A nivel internacional, el despliegue de veinte sistemas de telepresencia ha aumentado la calidad de las comunicaciones entre la casa central internacional y las subsidiarias. Esta presentación examinará la experiencia con la telepresencia y pondrá de relieve cómo ésta ha acelerado los procesos de toma de decisiones de negocios en Media Saturn.

El analista de Wainhouse Research Andrew W. Davis brindará una síntesis de la situación de la industria, examinará los anuncios y las tendencias del mercado durante los últimos dieciocho meses y discutirá cómo los vendedores y los clientes se están ajustando a las nuevas tecnologías, los nuevos protagonistas del mercado y el énfasis que se está poniendo en usar todos los recursos sabiamente. Otras presentaciones de la Cumbre debatirán sobre las comunicaciones visuales como una nueva clase de servicios para las empresas grandes, medianas y pequeñas y la integración de las videoconferencias a las ofertas de comunicaciones unificadas de Microsoft, Cisco y otros vendedores de productos para empresas.

La Cumbre de Colaboración WR, que este año cumple su cuarto año en Europa, se ha convertido

en el principal evento de la industria y reúne a los gerentes de colaboración y conferencias de las empresas más importantes, a los profesionales de las videoconferencias, a los facilitadores de las reuniones y a las personas que toman decisiones sobre redes y tecnologías de la información con los innovadores, los proveedores de servicios y los expertos líderes de la industria. El evento ofrece, a todos los participantes, una conferencia, talleres, un área

Auspiciantes de la Cumbre de Colaboración de Wainhouse Research:



de demostraciones tecnológicas y muchas oportunidades de hacer contactos.

Visita www.wainhouse.com/berlin08 para ver todos los detalles de esta conferencia internacional. Ya está funcionando la [página web para inscribirse](#). No te pierdas la oportunidad de escuchar qué es lo que está pasando con la presencia y los mensajes instantáneos, la colaboración y las conferencias por teléfono, las soluciones móviles y el video de alta definición y la telepresencia. Contáctate con tus pares y con los expertos de la industria.

Además de nuestra conferencia, el programa de 2008 ofrecerá talleres a fondo y varias horas de demostraciones en el salón de exhibiciones. Quedan pocas oportunidades para auspiciar la Cumbre de Colaboración de Berlín. Ponte en contacto con Sara Fargo, sfargo@wainhouse.com.

<u>Calendario de eventos</u> de conferencia y colaboración	
CUÁNDO Y DÓNDE	QUÉ Y QUIÉN
14 de febrero, Canary Wharf, Londres	Exposición sobre Video IP (Audio video en la Ciudad)
26 de febrero de 2008, Londres, Nueva York, Boston, Washington D.C., Atlanta y Ámsterdam	Foro de usuarios Point Nine por vía de una sesión de telepresencia de puntos múltiples. Anfitrión: Cisco
8-10 de abril de 2008, Berlín, Alemania	Cumbre de Colaboración de Wainhouse Research - Berlín
16-18 de julio de 2008, Boston, MA	Cumbre de Colaboración de Wainhouse Research - Boston
27 de octubre, Boston, MA	Cumbre Wainhouse Research de Proveedores de Servicios de Colaboración

A solas con dos ejecutivos de VTEL: Bob Swem y Richard Ford



Recientemente, me encontré con varios miembros del equipo ejecutivo de VTEL, incluyendo al Presidente y Director Ejecutivo Richard Ford (a la derecha) y al Jefe de Desarrollo Bob Swem (a la izquierda), en la soleada Austin, Texas. Estuvimos en el medio de un campo reseco e infestado de serpientes, que se las hacía pasar por Parque Estatal de Texas. Pero los muchachos habían traído uno de sus sistemas de videoconferencias IPanel y una tarjeta de red USB inalámbrica Sprint. Por lo tanto, pudimos pedir ayuda, o al menos un almuerzo por video. Me impresionó. ¿Alguien sabía que en Texas tenían redes celulares?

WRB: Hace poco tiempo ustedes nos informaron que habían tenido mucho éxito con la línea de productos IPanel. ¿A qué atribuirían este éxito? ¿Qué es lo que vuelve especial al IPanel?

RF: El IPanel, que tal como ustedes saben es para PC, brinda en un simple paquete un montón de beneficios, que incluyen versatilidad en las conferencias y la colaboración, aplicaciones multimedia, facilidad de uso e integración plena. También creemos que el precio es atractivo, porque ahora puede comprarse un sistema de sala completo por menos de \$6.000.

WRB: Los sistemas de videoconferencias para PC tienen un pasado con altibajos. ¿Cómo superó el IPanel los problemas propios de la PC?

BS: El mercado ha cambiado. Ya no es más un modelo telefónico. Las videoconferencias solían ser una aplicación autónoma, que funcionaba fundamentalmente a través de la ISDN. Se necesitaba una arquitectura patentada y dedicada exclusivamente para procesar señales y controlar las comunicaciones de forma óptima. También necesitabas que la ISDN conectada te proveyera banda ancha dedicada y de alta calidad. Ahora las videoconferencias han mejorado su eficiencia, en su carácter de aplicaciones de una plataforma de propósitos generales, que funciona sobre la LAN de la PC y las conexiones de internet (IP). La plataforma de propósitos generales de hoy es claramente la PC. El IPanel es un excelente sistema de videoconferencias, pero también ejecuta DVDs, aplicaciones de oficina, etc. Nuestros clientes ven al IPanel simplemente como otra PC de su red.

WRB: ¿Quiénes les compran el IPanel?

RF: Generalmente, pequeñas y medianas empresas con tres a diez plazas, las aulas de jardín de infantes hasta 12 años (donde un aparato con todas las funciones tiene resonancias entre los usuarios y donde nuestros dispositivos celulares e inalámbricos son importantes) y los proyectos especiales (mercados emergentes), donde el valor de la propuesta precio/desempeño/flexibilidad del IPanel es concluyente.

WRB: ¿Cuáles son las estrategias de distribución que usan para el IPanel? VTEL, ¿lo vende directamente? ¿Están vendiendo fuera de Estados Unidos?

RF: Fundamentalmente, estamos utilizando nuestra red de revendedores. Les brindamos un buen margen para vender y proveemos asistencia para el IPanel. Cuando no tenemos un revendedor local, lo vendemos directamente nosotros. Esto es posible porque el IPanel es un aparato que se enchufa, se enciende y se usa. Los usuarios y los empleados que brindan asistencia comprenden ampliamente su funcionamiento. También vendemos productos en el exterior a través de nuestros revendedores y estamos sumando activamente revendedores asociados en todo el mundo. A nuestros clientes directos, de países de todo el mundo, también les enviamos IPanels completos. Es común que nuestros clientes de pequeñas y medianas empresas tengan diversas oficinas fuera de Estados Unidos.

WRB: Las videoconferencias son un mercado que usualmente está reservado para los muchachos importantes que tienen presencia en todo el mundo. VTEL es un jugador pequeño. ¿Esto los pone nerviosos? ¿Qué es lo que no les permite dormir a la noche?

BS: No. Los grandes protagonistas de las videoconferencias están dedicados a las 1.000 empresas más importantes de Estados Unidos y les venden sistemas caros con alta definición e inclusive telepresencia. Nuestro mercado es el segmento de las pequeñas y medianas empresas. Estos clientes no tienen un presupuesto para acceder a los sistemas de terminales más caros y (especialmente) para pagar aranceles de red para vivir estas experiencias de video de nivel exclusivo. Estamos vendiéndole al pequeño y mediano cliente comercial el equivalente a Honda Accords. Los clientes están razonablemente sorprendidos por el desempeño y la propuesta de valor del IPanel. Nuestros clientes están buscando gran utilidad (muchos beneficios por cada dólar) y practicidad. Tratamos de que el funcionamiento del IPanel sea familiar y simple... "menos es más".

Para los clientes del área de educación, el IPanel es la plataforma más versátil de comunicaciones para el aula. El IPanel le proporciona al maestro muchas funciones por un bajo costo. Además los maestros entienden cómo usar todas las funciones. Dado que el IPanel es completamente compatible con los estándares H.323, operamos en entornos mixtos. No nos preocupa si hace unos años la escuela del distrito compró un aparato Polycom... siempre pueden incorporar un IPanel al conjunto. Las redes educativas saben cómo manejar las PCs. El IPanel no es un intruso tecnológico "extranjero".

WRB: ¿Cuáles son los principales desafíos que vislumbran que VTEL deberá enfrentar en los próximos dos años?

BS: El financiamiento para mayores programas de comercialización y la expansión de los canales de distribución. Esto no es muy difícil. Pero tenemos que encontrar formas innovadoras de mostrarle a los clientes potenciales cuán útiles y prácticos son nuestros IPanels para sus actividades. Esto exige una demostración en vivo. Una vez que el cliente ve todo lo que hace el IPanel (y su bajo costo), cerramos la mayoría de las ventas.

Para lograr este propósito, nos alegró que apareciera el servicio de banda ancha inalámbrica de Verizon y Sprint. Enchufamos su tarjeta de banda ancha inalámbrica directamente a un puerto USB del IPanel e inmediatamente podemos conectarnos con cualquier otro sistema de videoconferencias H.323 del mundo. No tenemos que atravesar el firewall del cliente. Consecuentemente, llegamos al domicilio o las oficinas del cliente y diez minutos más tarde

estamos demostrando todas las funciones del IPanel, incluyendo las videoconferencias en vivo. Ésta es una ventaja más del diseño integral para PC del IPanel.

WRB: Sé que VTEL es una empresa que no cotiza en bolsa. ¿Qué puedes decirnos sobre las finanzas de VTEL?

RF: 2007 fue un año muy exitoso y lucrativo para la empresa. También pudimos retirar varios millones de dólares de deudas que habían acompañado la compra original por parte de los empleados en 2002. Esto solidificó nuestro balance y, junto con nuestra rentabilidad continua, nos permitirá aumentar las ventas y la promoción futuras.

WRB 简体中文版发布啦!

Désormais disponible en Français

Ahora en español

Agora disponível em Português

Visita www.wainhouse.com/bulletin para suscribirte...

Chino, francés, español y portugués

© 2008 Wainhouse Research • 34 Duck Hill • Duxbury, MA 02332 • USA • Tel +1 617.975.0297

Envía correos electrónicos a: editor@wainhouse.com. Envía boletines de prensa a: news@wainhouse.com.

Suscripciones gratuitas en: www.wainhouse.com