

NOTICIAS Y OPINIONES SOBRE COMUNICACIONES UNIFICADAS EN TIEMPO REAL

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

Tres anuncios nuevos de los muchachos de las videoconferencias

Dicen que todo se produce en grupos de tres. La semana pasada se produjo una interesante intersección de eventos y anuncios. Tandberg y LifeSize realizaron sus Conferencias de Socios de Europa, Medio Oriente y África, mientras el PUG (Grupo de Usuarios de Polycom) llevó a cabo la conferencia anual de la organización. Naturalmente, los fabricantes hicieron algunos importantes anuncios de productos para mantener a todos listos y preparados. Por lo tanto, en orden alfabético inverso:



Profile 65: con dos pantallas



Telepresence T1

TANDBERG: De los productos anunciados públicamente, el sistema Telepresence T1 fue el principal. Es una versión del sistema T3 de la empresa, que realmente tiene una sola pantalla. Sin embargo, un par de días más tarde, Tandberg anunció una gran expansión de su Profile Series, los sistemas de diseño sofisticado, desarrollados para brindar un contacto visual mejorado, un rendimiento avanzado y simplicidad en la instalación. Ahora, todos los Profiles incluyen el NPP de Tandberg (el software del presentador). La línea de productos se está volviendo complicada, por lo tanto, intentaremos hacer un gráfico de la misma.

Profile 42" con C20plus	Éste es un sistema nuevo, que utiliza el codec C20plus. Es compatible con Multiway, pero no con MultiSite.	\$21.900
Profile 42"	Éste no es un sistema nuevo. Se basa en el codec 60. Es compatible con MultiSite y permite compartir multimedia.	\$38.900
Profile 52"	No es un sistema nuevo.	\$44.900 (1 pantalla) \$56.900 (2 pantallas)
Profile 65"	Éste es un producto nuevo. Esencialmente, es el viejo sistema T1, con un codec C60 que reemplaza al C90. La versión doble de este producto debe verse para creerse. A primera vista ¡se podría creer que es un T2!	\$65.900 (1 pantalla) \$99.000 (2 pantallas)

Telepresence T1	Ésta es una versión del T3 con una pantalla. El producto incluye una mesa, la iluminación y el nuevo sistema de control de la pantalla táctil y el software. Existe la opción de una sala básica, que puede modificarse, con paredes y con un fondo de pantalla azul y la opción de una cámara de documentos.	Sistema: \$139.000 Sala básica con inmersión, que puede modificarse: \$36.000.
-----------------	---	---

POLYCOM: Polycom anunció dos nuevas plataformas de infraestructura, la MCU RMX 4000, que se basa en ACTA (a partir de \$152.000) y el RSS 4000 (22.500\$), un servidor de streaming, con gran capacidad para grabar. Los atributos clave de la MCU incluyen compatibilidad con hasta 320 llamadas de video y 1600 llamadas de audio, compatibilidad con 1080p, optimización de la experiencia para todos los participantes de una llamada (mediante la transcodificación de la resolución), velocidad de las imágenes y opciones de disposición de los elementos. La MCU además conecta múltiples redes. Los atributos clave del RSS 4000 incluyen la oferta de resoluciones de video múltiples, de hasta 1080p para grabaciones de alta calidad, hasta quince grabaciones simultáneas y completas de conferencias de video, audio y contenido por servidor y streams múltiples, con definición estándar y alta. Además, tiene opciones de distribución unicast y muticast de contenido.



LIFESIZE: Claramente, Lifesize tiene como objetivo ser la empresa que disloca el mercado de las videoconferencias. Ahora, presentó una nueva generación de productos, que se denomina “220”, y que pone la ecuación de precio y rendimiento de la empresa en otro nivel. LifeSize reclama ser la primera empresa de la industria en varios rubros, que incluye tener la primera MCU de alta definición incrustada, compatible con hasta ocho puestos, tener el primer sistema de video de alta definición con una MCU de alta definición embebida que cuesta menos de \$12.000 y tener el primer sistema de comunicaciones de video de alta definición que cuesta menos de \$7.000 y es compatible con 1080p30 y 720p60. Las pantallas dobles, el contenido compartido integrado y el Control

Adaptado de Movimiento de LifeSize son atributos estándar de los productos de la serie 220. La serie LifeSize 220 consta del LifeSize Express 220 (\$6.999), el LifeSize Team 220 (\$11.999) y el LifeSize Room 220 (\$16.999).

Noticias breves

- Ciena ha hecho una oferta de \$521 millones por el negocio de las redes ópticas de Nortel Networks. Avaya pagó \$915 millones por el negocio empresarial de Nortel. Por otra parte, Ericsson compró el negocio de la red inalámbrica por \$1.130 billones. Entonces, si el trato con Ciena se cierra, ¿qué queda?
- La pequeña empresa de conferencias meetyoo, de la encantadora ciudad de Berlín, Alemania, se ha convertido en el socio de Microsoft PBOS que más rápidamente crece en Alemania, Austria y Suiza. Meetyoo.de ofrece servicios de puentes de video y audio, pero se está moviendo rápidamente hacia los servicios alojados de comunicaciones unificadas. ¿Puede ser ésta la onda del futuro?
- En el Encuentro de Miembros Internet2 de Otoño, en San Antonio, TX, se realizó un evento con interoperabilidad de telepresencia. [Aquí puedes encontrar](#) una descripción de las presentaciones y de las sesiones de debate. Este evento demostró la interoperabilidad que existe entre los sistemas

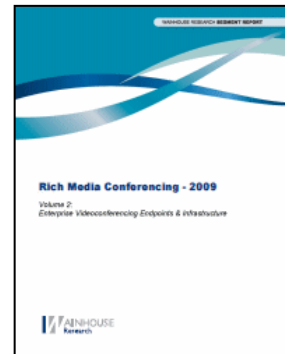
de alta presencia y alta definición de Polycom, Tandberg, LifeSize y Sony, con una, dos, tres y cuatro pantallas.

- HaiVision Network Video está en el proceso de establecer su presencia en Dubai, Emiratos Árabes Unidos. Mohammed Ghafari es el vicepresidente de las actividades en Medio Oriente.
- Dos semanas después de hacer una oferta por Tandberg, Cisco está ofertando \$2.900 billones por Starent, con lo cual Cisco ingresa al mercado de la infraestructura de núcleos móviles y LTE.

Nuevos estudios realizados por Wainhouse Research

Ya apareció un estudio anual de la industria de las videoconferencias

Ya se publicó *Conferencias con multimedia interactiva - Volumen 2: terminales e infraestructura de videoconferencias*. Este informe anual de WR incluye una descripción del mercado (que detalla los segmentos de productos y los impulsores del mercado), un pronóstico de la industria para los próximos cinco años y breves panoramas de los veinticinco principales vendedores, de acuerdo con su porcentaje de mercado, su punto de vista y sus innovaciones. En www.wainhouse.com/rmc, se puede encontrar un resumen y una tabla de contenido. Para obtener detalles adicionales, ponte en contacto con sfargo@wainhouse.com.

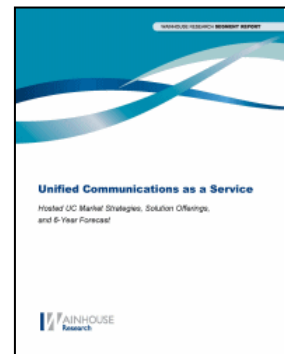


Un nuevo estudio analiza la provisión de UCaaS (Comunicaciones unificadas brindadas como un servicio)

El más reciente estudio sobre comunicaciones unificadas de WR describe este mercado y las fuerzas que impulsan a las empresas a usar soluciones de comunicaciones unificadas alojadas en lugar de tener equipos en sus propias oficinas. El estudio denominado *Comunicaciones unificadas brindadas como un servicio: estrategias del mercado de las comunicaciones unificadas alojadas, ofertas de soluciones y pronóstico para los próximos seis años* es un análisis singular, que compara el costo total de ser propietario de una solución de comunicaciones unificadas versus una solución ubicada en las oficinas del cliente, durante un período de funcionamiento de tres años.

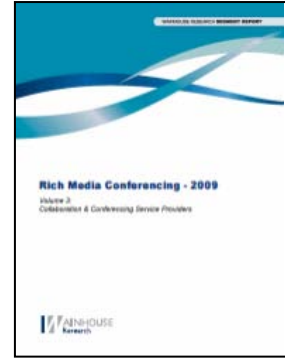
Las comunicaciones unificadas alojadas son una oportunidad incipiente, que pronto se convertirá en un gran negocio. Aunque WR estima que el mercado actual no llega a los \$200 millones, proyecta un crecimiento sólido. Todos los vendedores con ofertas de Comunicaciones Unificadas provistas como un servicio acreditadas informan un crecimiento de dos dígitos. WR pronostica que dentro de seis años este sector será un negocio de \$5.000 millones.

El informe fue redactado por el distinguido analista de WR Brent Kelly. Reseña dieciséis soluciones de comunicaciones unificadas alojadas, incluyendo las soluciones de proveedores de mensajes alojados, de vendedores de protocolo de voz a través de Internet alojado, de portadores y de los principales proveedores de comunicaciones unificadas, con equipos ubicados en las oficinas del cliente (Microsoft, IBM y Cisco). Para leer el resumen de los principales puntos y repasar la Tabla de Contenidos del informe, puedes visitar www.wainhouse.com/ucreports.



Nueva reseña global de servicios de colaboración

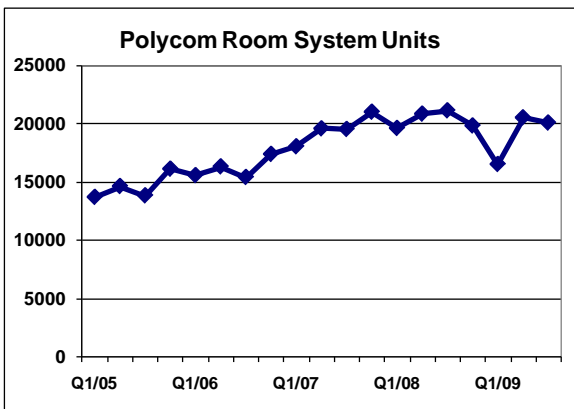
Wainhouse Research lanza el informe denominado *Conferencias con multimedia interactiva – Volumen 3, servicios de colaboración*. Este informe ofrece un análisis regional de los mercados de servicios de puentes de video, Web y audio de Norte América, Europa y Asia Pacífico. Esta reseña es principalmente cuantitativa e incluye el tamaño actual del mercado para cada tipo de servicio, un pronóstico para los próximos cinco años y el resumen y análisis de noventa y cinco empresas que brindan servicios de colaboración. Para obtener información adicional, por favor consulta www.wainhouse.com/rmc o ponte en contacto con Sara Fargo, a través de sfargo@wainhouse.com.



Dólares y centavos

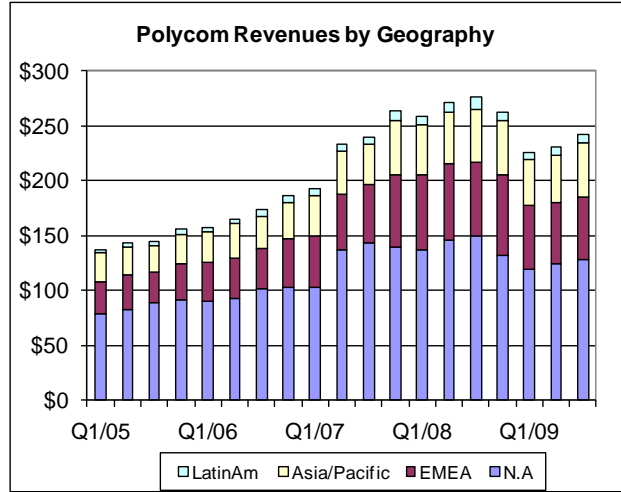
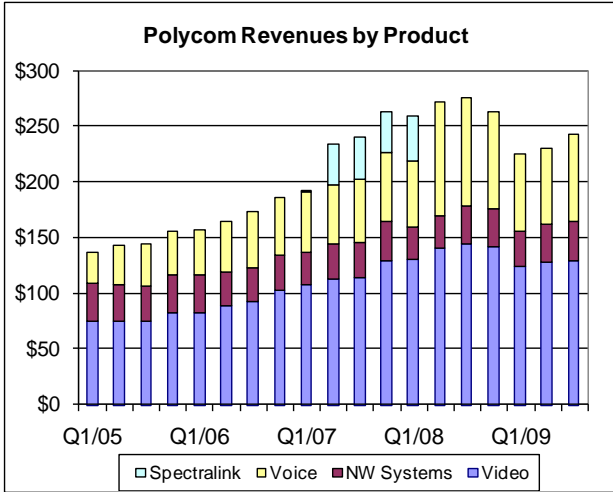
Polycom - Tercer trimestre de 2009

Me parece que no sabemos qué decir sobre los números del tercer trimestre de Polycom. La buena noticia es el crecimiento consecutivo en toda la tabla: bellas cifras positivas, aunque los números de crecimiento anual son más problemáticos. Y las cifras de ingresos y de unidades no son particularmente sólidas. No importa cómo las mires. La voz fue el producto que registró el mayor aumento durante el trimestre, pero en la perspectiva interanual los ingresos por voz son deprimentes. Las unidades y los ingresos generados por la telepresencia descendieron consecutiva y anualmente, aunque no se ofrecieron cifras. Durante la temporada en que las empresas se comunican con sus clientes para informarles las ganancias financieras, nosotros diríamos que el tema central fue “Confiamos en Andy Miller”. Polycom habló de cinco iniciativas clave que Andy (un ex-directivo de Tandberg) está comandando: 1) Estrategias de penetración del mercado, centradas en ventas y comercialización mancomunadas, 2) asociaciones (léase Avaya, Microsoft, HP y otras empresas similares), 3) proveedores de servicios (léase portadores), 4) telepresencia y 5) servicios profesionales. Los gerentes de Polycom fueron muy hábiles para destacar las oportunidades que la empresa espera obtener por la adquisición inminente (pero todavía incierta) de Tandberg por parte de Cisco.



Polycom	3° T-08	2° T-09	3° T-09	Crecimiento consecutivo	Crecimiento anual
Video	\$144,2	\$128,7	\$130,0	1,0%	-9,8%
Sistemas de red	\$33,9	\$33,0	\$35,0	6,1%	3,2%
Voz	\$97,7	\$69,0	\$78,0	13,0%	-20,2%
Ingresos totales	\$275,8	\$230,7	\$243,0	5,3%	-11,9%
Unidades para grupo	21.126	20.522	20.080	-2,2%	-5,0%
Ganancias operativas	\$22,7	\$21,4	\$18,1	-15,6%	-20,4%
Norte América	\$149,7	\$124,7	\$128,4	3,0%	-14,2%
Europa, Medio Oriente y África	\$67,6	\$55,9	\$56,2	0,5%	-16,9%
Asia/Pacífico	\$48,4	\$43,2	\$50,2	16,2%	3,7%
América Latina	\$10,2	\$6,9	\$7,8	13,2%	-23,4%

Nota: Casi el 15% de los ingresos totales de Polycom provienen de los servicios y están distribuidos dentro de las cifras de voz, video y sistemas de red, informadas anteriormente.

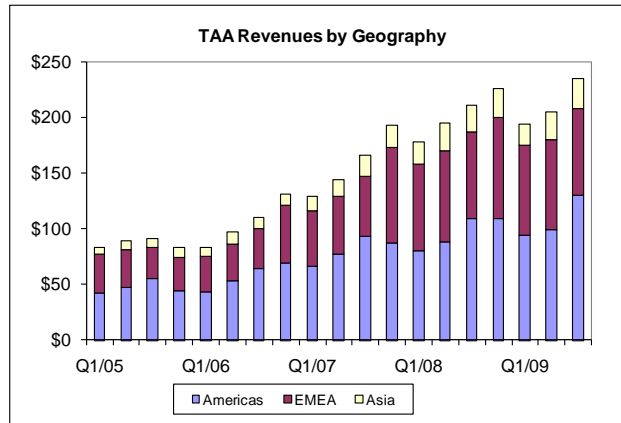
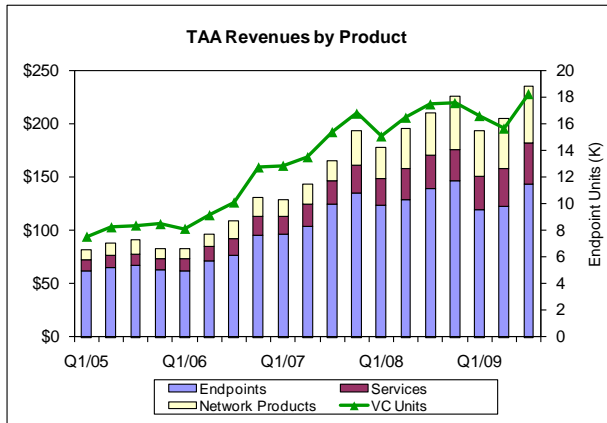


Tandberg – Tercer trimestre de 2009

Tandberg	3° T-08	2° T-09	3° T-09	Crecimiento consecutivo	Crecimiento anual
Continente americano	\$109,1	\$99,0	\$129,7	31,0%	18,9%
Europa, Medio Oriente y África	\$77,4	\$80,7	\$78,1	-3,2%	0,9%
Asia	\$23,8	\$24,9	\$26,9	8,0%	13,0%
Ingresos totales	\$210,3	\$204,6	\$234,7	14,7%	11,6%
Terminales	\$138,8	\$122,8	\$143,1	16,6%	3,1%
Servicios	\$31,5	\$34,8	\$38,3	10,1%	21,4%
Infraestructura	\$40,0	\$47,1	\$53,3	13,3%	33,4%
Ganancias operativas	\$45,3	\$43,0	\$50,0	16,3%	10,4%
Terminales	17.487	15.663	18.260	16,6%	4,4%

Este trimestre, Tandberg mostró cifras impresionantes, retornando a números positivos de crecimiento anual en todos los frentes. Las mejores cifras se registraron en el continente americano. Para Tandberg, el negocio de la infraestructura sigue siendo el mejor, en tasa de crecimiento. Y en porcentaje de mercado, lo cual es una aritmética difícil de mantener. Nuevamente, resulta interesante que este

trimestre las unidades de video crecieron ligeramente más rápido que los ingresos por video, lo cual indica una declinación total de los proveedores de servicios de aplicación. Sin duda esto se debe a un cambio de la combinación de productos (las unidades que Tandberg fabrica para terceros, los E20, los sistemas de telepresencia y los sistemas de salas de conferencia). Aquí hay demasiadas variables como para arriesgar una respuesta. Tandberg también informó que el 68% de los ingresos que se produjeron en el continente americano provinieron del sector público y el 32% de cuentas comerciales.



Noticias de Tandberg que no están relacionadas con las anteriores: diversas fuentes de noticias financieras informaron que los tenedores de aproximadamente el 24% de las acciones de Tandberg no tienen intención de presentar sus acciones a la oferta que hizo Cisco (\$3 billones). Creen que este precio es demasiado bajo. El período de oferta comenzó el 9 de octubre y se extenderá hasta el 9 de noviembre. Una eventualidad: “La Oferta deberá realizarse previamente o deberá haber sido aceptada por los accionistas que representen más del 90% del capital y de los derechos de votación de Tandberg, en la fecha de caducidad del Período de Oferta, en una modalidad de completa dilución.” ¡Comienza la partida de póker!

Mano a mano con Ken Scaturro, padre Vicepresidente de Desarrollo Comercial y Ventas Globales de York Telecom



WRB: Recientemente, hemos visto un boletín de prensa de Australia que anunciaba que York Telecom se asociaba con Vantage Systems y Videocall, del Reino Unido. La Alianza OnePresence fue descrita como una alianza global. ¿Cuál es el principal propósito de esto?

KS: Mira lo que está sucediendo hoy. Las empresas globales han acelerado la implementación de servicios de comunicaciones visuales: todo desde diseño, implementación, mantenimiento y servicio administrado de sistemas de telepresencia, hasta aplicaciones más simples del tipo WebEx. Ahora agrega a esto el hecho de que ciertos jugadores de la industria tienen una presencia global de oficinas físicas, pero no necesariamente capacidades amplias y profundas en ciertos escenarios, que puedan satisfacer estos requisitos complejos. Ésa es la situación tal como la vemos nosotros. La Alianza OnePresence fue formada para brindar a los clientes un único punto de responsabilidad para todas sus necesidades de comunicaciones visuales globales, prescindiendo de los límites geográficos.

WRB: ¿Dirías que las empresas que componen la Alianza son iguales? Tan solo están ubicadas en diferentes continentes o, ¿hay alguna diferencia fundamental o una aptitud distintiva que separa a los miembros de la Alianza?

KS: Uno de las doctrinas básicas de nuestra alianza es que nuestros socios tienen las mismas aptitudes esenciales. Esto es fundamental para poder brindar un alto nivel de servicio en toda la organización y en todo el globo. Por supuesto, ciertos socios sí tienen ciertas capacidades singulares y sí tienen la ventaja de ser expertos en la escena cultural local. **WRB:** ¿Cómo se presenta a sí misma la Alianza OnePresence a sus proveedores, tales como Polycom, Tandberg, etc.? ¿Ven a la Alianza como a un nuevo socio, diferente de otras alianzas de empresas?

KS: Polycom jugó un rol integral en el desarrollo del concepto de alianza. Tenemos que trabajar íntimamente con los equipos de los departamentos comerciales de Polycom, para asegurarnos de que nuestra entidad cumple los requisitos globales de certificación y servicio de Polycom. Es importante que los miembros deban recibir la certificación del fabricante, antes de poder formar parte de nuestra Alianza. Por lo tanto, los fabricantes conocen a los miembros individuales y a la propia Alianza. Las habilidades de la Alianza OnePresence deben satisfacer todos los requisitos de los servicios globales y deben ser compatibles con casi todos los principales fabricantes para terceros. De hecho, estamos conversando y estamos en la etapa final de las negociaciones con muchos de los otros fabricantes para terceros.

WRB: ¿Cómo se presenta la Alianza OnePresence frente a los clientes? ¿Ven a la Alianza como a un nuevo distribuidor asociado diferente de las empresas individuales que conforman la alianza? ¿Alguien le hace pedidos a la Alianza OnePresence?

KS: Creemos que nuestros clientes ven a esta Alianza como un multiplicador de fuerzas de nuestras capacidades de asistencia global ya existentes. Nuestros clientes tienen la oportunidad

de aprovechar la capacidad de asistencia que conseguimos al tener asociaciones estrechas en otros países. Para responder tu pregunta, sin embargo, el cliente puede elegir cualquiera de los socios de la alianza para que actúe como contratista primario. Este contratista emitirá una sola orden de compra a ese proveedor. Ese contratista primario puede brindar todos los servicios orgánicamente, o confiar en cualquier combinación de los socios para la asistencia en el país. Conclusión: creemos que la Alianza les brinda a los clientes un solo punto de responsabilidad, en toda la extensión de la cobertura global.

WRB: En resumen, ¿cuál es el principal beneficio que le brinda la Alianza OnePresence al cliente que es usuario final?

KS: El cliente recibe tres beneficios principales. Uno de los beneficios es la cobertura global, a través de líderes reconocidos de la industria, con un conjunto amplio y profundo de destrezas de colaboración visual. La segunda ventaja es un solo punto de contacto. El tercer beneficio es financiero. Usando las fortalezas de compra y las aptitudes de prestación de la Alianza, se garantiza el nivel más alto de descuento. Temas tales como el Impuesto al Valor Agregado y los aranceles de importación pueden minimizarse para que el cliente obtenga el mejor rendimiento.

Cartas:

Andrew: En el Boletín WR del 6 de octubre de 2009 ([Volumen 10, Edición #20](#)), sugeriste que “la alianza entre Tandberg y Microsoft ya está encaminándose a los tribunales de divorcio.” Con esta afirmación sugeriste que la propuesta de adquisición de Tandberg por parte de Cisco será perjudicial para los clientes porque se percibe un fracaso de la relación entre Tandberg y Microsoft. Esto simplemente no es cierto.

Tandberg siempre ha tenido un enfoque del mercado con estándares abiertos y con interoperabilidad. Este enfoque está validado por nuestra posición de liderazgo en el mercado (vendemos 42% de los terminales y la infraestructura combinados, según el informe de la inspección representativa realizado por WR en el segundo trimestre de 2009). Brindamos una interoperabilidad transparente, desde escritorios a estudios con inmersión. Tandberg tiene la intención de seguir brindando interoperabilidad en profundidad con otras soluciones de comunicaciones unificadas, como las de Microsoft, HP, IBM, Avaya y Siemens.

Nuestro enfoque de las asociaciones con vendedores de comunicaciones (como Microsoft) les permite a las organizaciones graduar los ahorros de costos, la eficiencia del tiempo y las ventajas ambientales del video que llega a toda la empresa. Creemos que todavía estamos en la fase de la luna de miel de ésta y otras relaciones. Juntos superaremos los desafíos creados por los protocolos de llamadas diferentes, las infraestructuras de red diferentes y los métodos de colaboración de datos diferentes. Tandberg sigue comprometida con la interoperabilidad que cumple los estándares y “con mantener el romance vivo”, para garantizar un enfoque abierto a

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.

PRINCIPALES SERVICIOS

- Telepresencia y Videoconferencia
- Audioconferencia y telefonía IP
- Diseño e implementación de salas multimedia
- Domótica Automatización y control
- Sistemas de Display para visualización de centros de control
- Tecnologías multimedia para capacitación
- Displays y cartelería Digital

www.newtechsolutions.com.ar

nuestros clientes. El espacio de las comunicaciones unificadas es inherentemente un ambiente de múltiples vendedores y puede entrañar colaborar en varias áreas mientras se compite. Pero como resultado, cuando se trata de interoperabilidad y de brindar soluciones integradas que los clientes quieren y necesitan realmente, probablemente haya más romances que divorcios. En esta instancia, para parafrasear a Mark Twain, “la noticia de la muerte de la colaboración entre MS y Tandberg está exagerada en grado sumo.”

Saludos. Stephen Vobbe, padre Director, Comunicaciones Unificadas y Alianzas de Comunicaciones Unificadas (stephen.vobbe@tandberg.com)

© 2009 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