

QNEWS

N° 5 Año 2000

www.compaq.cl

NUEVOS PRODUCTOS

La nueva generación de servidores Alpha
UPS de Compaq, garantía que da seguridad
Llega el iPaq a Chile
Task Smart: Un electrodoméstico servidor

COMPAQ

Amplía su liderazgo en Latinoamérica
Nuevamente es número uno en Chile

COLUMNA

Des-intermediación o... Re-intermediación...
10 claves de acción para los empresarios de Internet

Lanzamiento Call Center:

“Para estar más cerca de nuestros clientes”



PORTADA

3

COMITE EDITORIAL

Hernán Orellana

Rodrigo Herrera

Guillermo Venegas



NUEVOS PRODUCTOS

5

PRODUCCION

Marketing Relacional Ltda.

Av. San Sebastián 2807 of. 314

Las Condes

DIRECTOR RESPONSABLE

Hernán Orellana



COLUMNA

7

DISEÑO

Zegers DDB

DIAGRAMACION

Ximena Izquierdo

Paola Palacios

Daniel Espinoza



NOTICIAS

9

PERIODISTA

Alvaro Quijada

FOTOGRAFO

Ricardo Pasten



SOLUCIONES PARA EMPRESAS

11

Av. 11 de Septiembre 1901 piso 11

Providencia

Fono: 2008100 Fax: 2520540

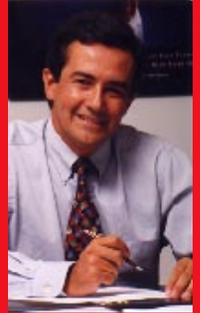
IMPRESION

Ograma



EVENTOS

12



Editorial

La relación con el cliente

Dejando atrás la incertidumbre del llamado fenómeno Y2K, la industria informática en Chile se enfrenta al desafío de impulsar fuertemente las tecnologías Internet. La Internet no es sólo un espacio de comunicación y comercio, sino que también posibilita la interacción directa e individual de la empresa con sus clientes.

Pepper and Rogers y su estrategia de marketing Uno a Uno (más conocida como One to One Marketing) postulan que la interacción directa y personalizada con cada cliente permite ofrecer productos y servicios de mayor valor, adecuados a las necesidades específicas de cada uno de ellos. Los beneficios de esta estrategia, en contraposición con el marketing masivo, son obvios: aumenta la satisfacción y por lo tanto la lealtad, disminuyendo el costo por contacto. La oferta de productos y servicios a la medida permiten también incrementar las ventas, mejorando así los márgenes de contribución del negocio.

No obstante lo anterior, la principal ventaja de esta estrategia es el conocimiento que se adquiere de los clientes. Conocer al detalle los requerimientos de cada cliente, sus hábitos de compra, sus intereses y otra información relevante, genera una barrera de entrada enorme a la competencia. Si a esto agregamos una forma eficiente, rápida y dinámica, que permita contactar a cientos de miles de clientes en forma simultánea sin perder la individualidad, esta ventaja estratégica se transforma en una barrera infranqueable, que crece exponencialmente. Es por esta razón que la estrategia de marketing One to One aplicada a la administración de la relación con el cliente (también conocida como Customer Relationship Management o CRM) a través de medios como Internet, Centros Telefónicos o una combinación de ellos, es una herramienta fundamental en la conquista del cliente.

El caso típico de análisis es Amazon.com. Esta empresa que aún no genera utilidades, tiene un valor de mercado de más de 20.000 millones de dólares. Su principal activo es el conocimiento de cada uno de sus más de seis millones de clientes. La oferta de productos y servicios de Amazon ha ido cambiando con el tiempo, de acuerdo al análisis de gustos y preferencias de sus clientes. La empresa no vale por los bienes y servicios que ofrece, más bien vale por el conocimiento que tiene de su cliente, por la lealtad que esto genera. En Internet, el cliente no sólo tiene la razón, el cliente tiene el poder. Amazon.com representa la estrategia de marketing One to One llevada a su máxima expresión, gracias a las bondades que ofrece la Internet.

Esperamos que ustedes, como clientes de Compaq, puedan comprobar las bondades de esta estrategia utilizando nuestras tiendas Internet o llamando a nuestros Call Centers. Compaq no sólo ofrece soluciones tecnológicas Internet, sino que también está desarrollando fuertes iniciativas en áreas como CRM, están transformándola en una compañía centrada en Internet, The NonStop Internet Company.

Nuestros mejores deseos de éxito y felicidad para el año que comienza.

Hernán Orellana
Gerente General

INDICE

UNA RELACION DIRECTA CENTRADA EN SUS NECESIDADES



PORTADA

CONOCER LOS REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES PARA RESPONDER ADECUADAMENTE COMO COMPAÑÍA ES EL OBJETIVO DEL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DE COMPAQ, FILOSOFÍA BASADA EN LOS PRINCIPIOS DEL MARKETING UNO A UNO TRATANDO A CADA CLIENTE EN FORMA DIFERENTE, INTERPRETANDO SUS NECESIDADES, PARA TRADUCIRLAS EN RESPUESTAS PERSONALIZADAS.



Lily Corvalán, director de Customer Relationship Management (CRM), área encargada de la Administración de Relaciones Comerciales con Clientes dio a conocer la nueva estrategia de Compaq para ofrecer soluciones que les aporten un mayor valor. Indicó que “buscamos una comunicación directa con ellos para poder conocerlos mejor y entrar en un proceso de aprendizaje. De esta manera podemos adecuar nuestros productos y servicios a sus requerimientos individuales generando propuestas de valor en el momento y del modo en que lo deseen”.

Lily Corvalán agrega que los avances tecnológicos hacen posible que la información que se obtiene de un cliente se pueda manejar y administrar adecuadamente a través de una base de datos integral que sea accesible, en distintos grados, por los actores involucrados en otorgar un buen servicio, generando un historial personalizado de cada cliente, y asegurando su confidencialidad. Todo esto para entregar respuestas, productos o soluciones a la medida de los requerimientos reales de los clientes.

La ejecutiva agregó que este nuevo acercamiento que se produce hacia el cliente es importante a nivel de la cadena de valor. «La compañía ahora está centrada en el cliente y sus necesidades”. Y el cliente no sólo se relaciona con los distintos integrantes del canal de distribución sino que también directa-

mente con la marca. La relación deja de ser lineal. «Todos interactúan con el cliente como parte de un proceso cíclico».

«Cuando tienes al cliente como centro, todos los actores que participan en la cadena aportan valor». De este modo, el cliente también puede elegir qué cantidad de servicio o valor agregado necesita y está dispuesto a contratar.

En una economía cada vez más global y exigente, los clientes requieren opciones que permitan la realización de negocios sin restricciones de horario, es decir, durante las 24 horas del día, los siete días de la semana y de distintas maneras. La nueva estrategia de Compaq combina la velocidad de Internet con sus Tiendas Electrónicas (e-stores), la facilidad de acceso a Call Centers, la personalización de la atención directa cara a cara y la cobertura de la mayor red de distribuidores existentes en la región, unidas entre sí por el mayor interés de aprender de todos sus clientes y ofrecerles cada día más valor.

«El marketing uno a uno a través de los Call Centers e Internet será la espina dorsal de la implementación del nuevo modelo de negocios en Latinoamérica. Para afrontar los cambios planteados por la nueva economía de mercado, nuestro desafío es convertir a Compaq en una compañía basada en Internet y centrada en el cliente», agregó.

Compaq vende sus productos a través de distribuidores autorizados y directamente a través de Internet y Call Centers. Al día de hoy, Compaq ha implementado Call Centers y tiendas virtuales en Argentina, Chile, Brasil, Colombia, México y próximamente iniciará su operación el call center de Houston para brindar un servicio de atención directa para Centroamérica y el Caribe.

LA VOZ AMIGA DE COMPAQ

Una importante vía para conocer al cliente son los Call Centers. En Compaq, de manera interna, se les ha dado en llamar «contact center» o centro de contactos porque éste es más que un centro de llamados, «es un centro de contactos y relaciones con los clientes», dijo Lily Corvalán.

El Contact Center está segmentado para atender distintos tipos de clientes, desde consumidores finales, clientes empresa hasta clientes corporativos. De hecho existe un número exclusivo para atender clientes corporativos y un ejecutivo telefónico que conoce la problemática de cada uno. «Es una nueva forma de trabajar que, a la vez, pretende dar la mejor satisfacción al cliente».

En el Contact Center de Compaq saben como atender a los clientes. Dependiendo de las necesidades de equipos, soluciones y servicios requeridos, Compaq recomienda entre los distintos canales de venta (directos o indirectos) el que es más apto y está mejor calificado para atender a ese cliente y darle la mayor satisfacción.

Cuando se trata de un cliente que requiere de una solución donde el canal de distribución entrega el mayor valor en esta propuesta, Compaq apoya a dicho canal en la entrega de la solución al cliente.

También en el call center existe un equipo de personas encargadas de atender a los socios comerciales de Compaq, con el fin de entregarles información técnica y comercial, conocer sus habilidades y apoyarlos en el desarrollo de su negocio a través de la asignación de oportunidades de negocios detectadas por las otras áreas del call center que atienden clientes finales.

Con la aparición de Internet como uno más de los canales de venta de productos, están apareciendo indicios de formas de comercialización diferentes. «Antes, el valor de la cobertura que entregaba el canal de distribución era alto. Hoy, con Internet, no queda tan claro». Por ahora, el fenómeno Internet en Chile es incipiente en el plano comercial. Lily Corvalán opina que ello se debe a que en el país no se ha desarrollado una cultura de compra por catálogo, como es en Estados Unidos. Hay clientes que están demandando este nuevo canal de venta, pero ello aún es incipiente, señaló la ejecutiva. Asimismo, indicó que en la Tienda Internet de Compaq todavía no refleja el portafolio completo de productos Compaq disponible en el mercado. El foco, en todo caso para este canal electrónico, está destinado más que nada a empresas y personas, que demandan la compra de productos masivos con poco valor agregado. Con todo, Compaq es líder en ventas por Internet en la región de Latinoamérica, ubicándose aproximadamente un 40% más arriba de su próximo competidor, de acuerdo a la última información entregada por IDC.

Por último, la ejecutiva destacó que el desafío de Compaq de ser una compañía imparable, The NonStop™ Internet Company, no sólo es cuestión de tecnología. Compaq tiene un compromiso continuo con la satisfacción de sus clientes y con la calidad, y la iniciativa de CRM, Customer Relationship Management, apunta en esa dirección.



NUEVOS PRODUCTOS



NUEVOS PRODUCTOS

LA NUEVA GENERACIÓN DE SERVIDORES ALPHA

Esta familia de servidores Alpha, denominada Wildfire, eleva a niveles excepcionales el rendimiento de las soluciones de comercio electrónico, así como también las aplicaciones de negocios de misión crítica basados en Tru64 UNIX y OpenVMS. Los que compren un servidor Alpha este año, podrán recibir una de estas nuevas máquinas y quedarse con ambas.

Un cambio en el paradigma que se conocía hasta ahora del balanceo de recursos versus el balanceo de carga es el que está estableciendo la nueva familia de servidores Alpha de 64 Bits que lanzó Compaq. Jorge Cienfuegos, Gerente de Productos Alpha Server & Storageworks de Compaq Chile, dijo que "la alta disponibilidad y el elevado rendimiento de esta nueva familia de servidores AlphaServer permite crear esquemas de cluster con hasta 1.000 CPUs, ofreciendo a empresas con soluciones de comercio electrónico y proveedores de Internet un servicio continuo las 24 horas de los 365 días del año".

Cienfuegos también dijo que entre las ventajas de la línea Wildfire se cuenta que toda su arquitectura está basada en el procesador Alpha 21264 (EV67 con conexiones de las CPU de fácil disposición). La máquina es montable en rack y se trata de una línea de productos que son escalables en procesadores de 4 Gigabites cada uno. Ello es

posible gracias a la introducción del nuevo chip Alpha de 18 micrones a 729 Mhz.

Cienfuegos adelantó que para el año 2000 se lanzará esta nueva máquina para usuarios que requieren gran manejo de información como son aplicaciones estadísticas e imágenes, entre otras. El rendimiento de estas máquinas es un 400% superior que los previos AlphaServer GS140. Su sistema de memoria con corrección de errores (ECC) de alta densidad se puede configurar con 512 MB ampliables a 4 GB (8 GB en la primera mitad del próximo año). Esta nueva línea de servidores provee un significativo aumento del rendimiento, mayor al de cualquier servidor basado en la plataforma RISC/UNIX. "El funcionamiento de estos mejorados AlphaServer refuerza nuestro compromiso con los clientes en cuanto a ofrecerles ventajas en el rendimiento, escalabilidad y confiabilidad en las soluciones Compaq NonStop eBusiness" dijo el ejecutivo.

Estos equipos, que operan con el sistema operativo Compaq Tru64 UNIX, brindan los más altos niveles de disponibilidad, mayores que cualquier otro sistema UNIX en aplicaciones de negocios de misión crítica. Ello, porque reducen y eliminan las caídas del sistema tanto programadas como inesperadas. Además, permiten el reemplazo e intercambio de la mayoría de sus com-

ponentes sin necesidad de apagar el servidor (hot swap), soporta completas operaciones remotas del sistema e incluye múltiples consolas redundantes y remotas, así como de una funcionalidad interna para monitorear y administrar conexiones o loggins. Los administradores del sistema pueden, de forma remota, hacer el soporte que requiere la máquina, con lo que se obtiene mayor autonomía del personal a cargo de los sistemas.

Finalmente, su avanzado sistema modular permite que los clientes protejan su inversión al adquirir sólo el poder que requieren hoy, con la seguridad de mantener su infraestructura intacta para cuando decida actualizar su sistema. Su flexibilidad permite mezclar diversos sistemas operativos que facultan al administrador tener control sobre cómo y dónde localizar sus recursos de sistema.

Un programa promocional lanzado por Compaq permitirá que las empresas que compren una máquina AlphaServer de las actuales, podrán tener una de la nueva familia cuando aparezca y quedarse con ambas por el precio de una actual. El programa será especialmente atractivo para compañías de telecomunicaciones, comercio electrónico e Internet.

UPS DE COMPAQ, GARANTIA QUE DA SEGURIDAD

Recientemente, Compaq lanzó la UPS más pequeña de su familia. La UPS 500 viene a completar una familia de productos que va de los 700 a los 6000 Watts de capacidad. Francisca Martínez, encargada de esta línea de productos en Compaq Chile, señala que las UPS de Compaq se diferencian de su competencia más cercana porque son capaces de proteger los datos que están circulando por la red en el momento que se produce la falla o el corte. La protección consiste en que la UPS envía los datos al lugar en donde fueron lanzados, con el fin de proteger la información.

La línea de UPS de Compaq es fabricada desde hace 5 años y cuenta con una garantía de 3 años, tanto en el producto como en la batería. Esto último es excepcional en el mercado, ya que lo normal es que las empresas sólo garantizan la

batería por espacio de un año. Francisca Martínez señala que tanta es la confianza de Compaq en la calidad de sus productos, que la empresa en Estados Unidos reembolsa US\$25.000 en caso que ante una falla este equipo no sea capaz de respaldar algún dato. Sin embargo, la ejecutiva agrega que la UPS cuenta con sistemas que almacenan información de los orígenes de la falla, por lo que no es recomendable para quienes traten de hacer esta tarea de manera intencional.

Los equipos UPS de Compaq tienen la capacidad de trabajar en ambientes múltiples y ofreciendo alta disponibilidad. Otra ventaja bastante valorada por las empresas es la cantidad de espacio que ocupan estos equipos. En el caso de los fabricados por Compaq, tienen como norma ser



diseñados para usarse en racks y con medidas estándares de 2U y 3U.

Otra ventaja de las UPS de Compaq está dado por el aprovechamiento de la carga. La UPS 6000 aprovecha hasta el 80% de la carga (4.800 Watts).

Una UPS Compaq también tiene la posibilidad de ofrecer respaldo de datos a servidores que operan con distintos sistemas operativos, además de poseer tarjetas de escalabilidad.

NUEVOS PRODUCTOS



NUEVOS PRODUCTOS

EL iPAQ LLEGO A CHILE

EN ENERO SE DARÁ A CONOCER ESTE NUEVO DISPOSITIVO COMPAQ PARA ACCEDER A INTERNET, FÁCIL DE INSTALAR Y MANEJAR QUE CAMBIARÁ LO HASTA AHORA CONOCIDO. ESTE PRODUCTO, IDEAL PARA AMBIENTES DE REDES CORPORATIVAS Y PARA PERSONAS QUE USAN PRINCIPALMENTE APLICACIONES CORRIENTES DE PRODUCTIVIDAD PERSONAL Y ACCESO A INTERNET/EXTRANETS, ESTARÍA DISPONIBLE EN MARZO A UN COSTO INFERIOR AL DE UN PC TRADICIONAL.

Rodrigo Herrera, Director de Marketing de Compaq Chile, indica que iPaq es un nuevo concepto, un producto que responde cabalmente a la nueva estrategia de Internet que está impulsando la compañía de llevar «Todo a Internet», estrategia que se está cumpliendo en Compaq, quién ofrece soluciones que permiten trabajar las 24 horas, los siete días de la semana, siendo Internet su entorno primordial.

«iPaq es simple y barato y provee de características optimizadas para la computación en Internet, y soporta las apli-

caciones que son necesarias para la productividad de un usuario común, señala. El producto no compite con los computadores tradicionales, de los cuales seguirán vendiéndose por mucho tiempo unidades, pero es diferente en la medida que satisface los requerimientos de las personas que no necesitan recursos inmovilizados en el escritorio y pagar por cosas que no usará».

El Compaq iPaq es pequeño, simple y de diseño compacto. Al ser «legacy-free» sus componentes tie-

nen un ciclo de vida mayor de un computador tradicional, sus accesorios son compatibles con los computadores Armada, es de fácil accesibilidad y no cuenta con slots de expansión ISA/PCI. Finalmente, el iPaq cuenta con teclados especiales para la accesibilidad de Internet.

El iPaq cuenta con la posibilidad de que sus componentes se pueden remover fácilmente, sin necesidad de apagarlo y no requiere rebutearse. Se ofrecerá en sólo dos versiones para simplificar las preferencias del público. Una versión es un iPaq libre del legado de un PC y en versión de sistema operativo Windows 2000. La otra versión sí tendrá puertos tradicionales además de USB, sin slots de expansión ISA/PCI pero con sistemas operativos Windows 95, 98, NT y 2000. Ambos con procesador Intel Celerón de 500 MB y 66 MHz o Intel de 500/100 MHz.



TASKSMART: UN ELECTRODOMESTICO SERVIDOR



Compaq creó un nuevo producto que es tan simple de usar como un electrodoméstico. El equipo almacena contenidos y maneja información útil de manera eficiente y funcional.

En un evento en el Hotel Sheraton, Compaq y Novell presentaron una solución conjunta consistente en un nuevo servidor llamado TaskSmart y una aplicación web caching. Los servidores TaskSmart son la más reciente familia de productos fáciles de usar que lanzó al mercado la compañía Compaq.

Alf Berger, Gerente de Producto Servidores ISSD de Compaq, indicó que este es el primer producto adaptado a las necesidades de las empresas y no requieren ser configurados ya que traen todo lo necesario para empezar a trabajar de inmediato. Son capaces de almacenar información requerida por los usuarios de una red para que la línea de servicio quede disponible para otra clase de aplicaciones.

TaskSmart se puede configurar de manera remota, opera en multimambiente y corre en cualquier plataforma. Hay tres tipos de servidores: el C1200R para medianas empresas, y los C1500R y C2000R para grandes corporaciones. Diariamente, o cada vez que lo necesite la compañía, en el web caching del servidor se cargan los datos para estar dis-

ponibles por los clientes del servicio. Entre las ventajas se cuenta el que reduce dramáticamente la congestión de enlace internet, no requiere configuración del browser, mejora el tiempo de acceso y filtra los contenidos.

Las empresas que pueden hacer uso de esta clase de servidores son las que basan su operación en un alto consumo de WEB ya que con estas nuevas máquinas incrementan la performance, escalabilidad, seguridad, y bajan los costos mejorando la calidad de acceso de forma paralela.

El disco duro de los TaskSmart es del tipo ProLiant, por lo que previene fallas. Cualquier falla de hardware está respaldada. Su costo es de aproximadamente US\$16.000 en la versión de entrada.

DES-INTERMEDIACION O ... RE-INTERMEDIACION...



COLUMNA

Un importante ejecutivo de una empresa líder en el tema computación, aseveró que, “a la red, (internet) sólo le bastaron cinco años para **invadir** el planeta”. Y continua señalando que, “este fenómeno, cambió a una velocidad **inimaginable**, el proceso de evolución de los negocios..” (énfasis añadido en ambos). Es imposible no reflexionar frente a este fenómeno.

Dos de los frentes mas evidentes de cambio, tienen que ver, primero, con la globalización y segundo, con los sistemas de distribución dentro del sistema económico y del acceso a las fuentes de información. Es común escuchar en estos tiempos la idea de una “creciente des-intermediación”, la que, en particular, parece afectar a la banca, pero que ya está empezando a afectar a muchas otras formas de comercio, en virtud de las nuevas tecnologías de información y especialmente internet en este momento.

La intermediación (o la presencia de intermediarios), es la esencia o el corazón mismo de toda forma de intercambio en un sistema económico. A través del tiempo, la intermediación va efectivamente adquiriendo diferentes “formas”, de acuerdo a la realidad de cada momento. El centro estratégico de la existencia misma de la intermediación, es la información que agrega el “intermediario” para unir al oferente y al demandante, prestando a ambos un servicio. Es decir, el intermediario agrega valor para ambos, o al menos para uno. En otras palabras, en toda situación de intercambio donde se pueda incorporar mas información **relevante** para las partes, existe el potencial de intermediación. Y se intermediará al intermediador todas las veces que sea posible, hasta que el sistema de información se aproxima

me suficientemente a la máxima eficiencia, es decir, donde los costos de la nueva información son iguales o mayores al beneficio esperado de las partes, producto de la nueva información.

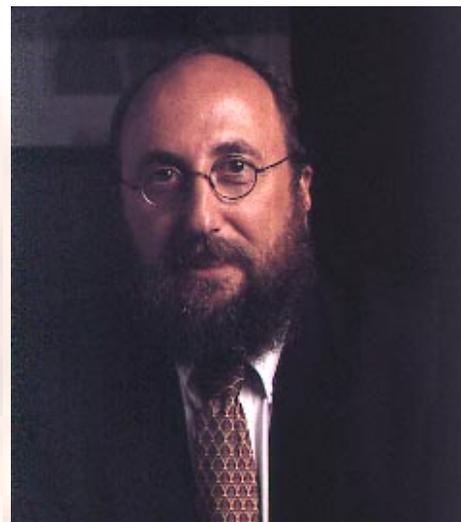
Las leyes y las regulaciones son eventos que afectan directamente a los procesos de intermediación. La banca es un ejemplo característico en relación al dinero.

Pues bien, en la “edad de la información” es absolutamente evidente que las actuales formas de intermediación deberán aceptar el imperativo de cambios dramáticos. Lo que debemos entender, sin embargo, no es que se acaba la intermediación, sino que esta adquirirá nuevas formas, dimensiones, alcances u otras. Eso, que significa una amenaza, probablemente mortal, para muchos intermediadores actuales, significa, a la vez, una fuente magnífica de oportunidades. Por eso creo que debemos hablar de re-intermediación. Este proceso de re-definiciones estará marcado precisamente por lo que ocurra en Internet y ese debe ser el foco de atención en este momento.

Internet es la puerta de entrada a una literalmente **nueva realidad**. Los verdaderos alcances de lo anterior escapan, al menos por ahora, a nuestra capacidad actual de entendimiento, incluso la imaginación como sostiene el ejecutivo antes señalado. Un buen adelanto de esas proyecciones están hoy en el cine en la cinta *Matrix*.

por Sergio Melnick

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



Internet es un “nuevo sistema nervioso” de la humanidad, como tal. Será una auténtica realidad, con todos los atributos correspondientes, y, en que antes de que nos demos cuenta, estarán “inter-conectados” unos TRES MIL MILLONES DE SERES HUMANOS. Eso representa, entre otros, las bases de un nuevo tipo de *cerebro* de la humanidad entre hombres y máquinas y no podemos siquiera vislumbrar de que será capaz ese “cerebro” en un tiempo más. A ello debemos sumar (o multiplicar quizás) los avances tecnológicos en procesamiento de información y en comunicaciones. Es claro que se está configurando un espacio o realidad de tipo holográfico, de absoluta ubicuidad inalámbrica, y en base al lenguaje digital. Todo esto no es trivial, por decir lo menos, y con alcances superlativos. Si estamos viendo la formación de este auténtico nuevo “cerebro”, queda abierta la pregunta de cual será la mente de esa nueva realidad.

10

CLAVES DE ACCION PARA LOS EMPRESARIOS DE INTERNET

La economía cuaternaria que lidera esta novel realidad, se refiere al tema del control, y no a los servicios especializados o a la alta tecnología en sí, como se pensaba hasta hace algunos años. Las supercarreteras, los satélites, los motores de búsqueda, los nuevos derechos de propiedad, el lenguaje post simbólico de navegación y otras categorías de esa naturaleza serán los sectores de punta del nuevo siglo. Esa será la base del poder y la riqueza, cualesquiera sean las nuevas manifestaciones de estas.

Todo esto parece muy abstracto por ahora. Es verdad. Pero a pesar de ello debemos actuar de inmediato. En este nuevo estadio del desarrollo de la humanidad se vuelven a redefinir las fuerzas del poder y los tamaños de las organizaciones relevantes de esa realidad. Una cosa es clara, la geografía pierde prácticamente toda su relevancia y con ello el Estado Nación. Para la acción concreta empresarial, que pasa primero por su voluntad de hacerlo, le dejo a continuación, lo que yo estimo como claves de éxito empresarial, en ese camino. Como verá, más que "recetas" son principios que le servirán para pensar su propio camino.

En términos generales, lo central es que no piense en chico. Pensar en grande no requiere partir en grande, pero sí a caballo de una idea que es grande y deja el espacio apropiado de crecimiento. Ud bien puede llegar a ser la Norte América del nuevo siglo. Y, bueno ... un poco de suerte siempre ayuda!!!



1 Piense en Internet en algo así como el lejano oeste del siglo pasado, (o la metáfora que más le guste : colonización de América, de Africa, o del Espacio), mientras antes parta a "colonizar", mejores y más grandes sus oportunidades ... si lo hace bien. Pero ojo, no es el como el oro de California, pero hay mucho más riqueza y oportunidades disponibles para UD.,

2 Recuerde que se trata de una "nueva realidad", con nuevas leyes y NUEVOS principios. No dé nada por obvio. Descubrir esas leyes es parte central del éxito. Por ejemplo, ¿habrá un equivalente a la ley de gravedad en el ciberespacio?, ¿cómo se medirá el tiempo? Etc..

3 Recuerde que la variable estratégica central de Internet, es cómo lograr masa crítica en forma rápida. Esa es la clave para reclamar después los "derechos de propiedad" en la forma en que van a existir en esta nueva realidad. Esos "derechos" serán su fortuna,

4 No vaya a creer que el asunto es simplemente hacer una página web. Recuerde que las cosas fáciles ya están todas hechas y no hay retornos especiales en ellas. Invierta recursos en *investigar* sobre el tema. Investigue para hacer propuestas con valor agregado. No le sirve de nada descubrir el agua tibia,

5 No pierda nunca de vista que la tecnología es esencial en esta aventura. Por eso debe mantenerse al día, día a día, quizá hora a hora, y conocer efectivamente cual es la frontera que debe penetrar y hacia donde se está moviendo. Eso requiere tiempo, recursos, redes, y probablemente capacitación. Por la velocidad del cambio, siempre parta con tecnología de punta, la que probablemente ya estará un poco obsoleta cuando la termine de instalar, y siga investigando e innovando,

6 De lo anterior, le recomiendo que intente una alianza estratégica con quien lo mantenga al día tecnológicamente. Busque bien y haga opciones "matrimoniales" con su aliado (con ventajas y desventajas) e intégrese a redes relevantes. El costo de cambiarse de barco puede ser caerse al agua,

7 No crea que la tecnología en sí, aún la más avanzada, le resolverá el problema. Ud debe primero saber "lo que anda buscando", y eso será el resultado de su propia investigación de esta nueva realidad. El capital intelectual de la empresa es lejos el más valioso de estos tiempos,

8 Olvídense de casi todo el marketing convencional (comunicación con su mercado), y trate, especialmente, de innovar en ese tema o área. Piense en su mercado como una granja que debe cultivar y acepte la verdadera comunicación bi-direccional. Aprenda a aprender de su cliente. Acuértese de Blur. Empiece a preocuparse de la *hermenéutica* y la *complejidad* como ciencias madres en este nuevo proceso,

9 No se olvide que nuevas fronteras traen nuevos tipos de peligros y "enfermedades" y que éstas, lamentablemente, estarán en su camino. Los virus que hoy conocemos son sólo el inicio. Preocúpese por igual de la medicina preventiva y curativa en ese tema, que bien podría destruir su nueva "mina de oro",

10 Finalmente, recuerde que todavía es posible lograr grandes transferencias de stocks de datos e información de la red porque aún son gratis. Estos movimientos serán paulatinamente sometidos a precios, de alguna manera, a medida que se definen los derechos de propiedad. Aproveche esta oportunidad histórica. Un país inteligente también lo haría y hasta podría cambiar su grado de desarrollo relativo.

Como nota final, la evidencia muestra que aun hay muchos adultos que han sido reacios o lentos en incorporarse a Internet. Por ello, la "inteligencia" que guía el nacimiento de la nueva realidad, ha decidido saltarnos y el próximo paso son directamente los niños, para quienes se trata de un fenómeno "natural". Veremos muy pronto la masificación de acceso a Internet a través de los juegos como Nintendo, Sega o PlayStation que serán, en consecuencia, claves críticas para entender los mercados futuros de sus negocios. Siga esa pista de cerca y podrá anticipar mercados y negocios notables, así como nuevos canales de acceso a sus clientes actuales o potenciales.



COMPAQ AMPLIA SU LIDERAZGO EN

LATINOAMERICA

Con el 23.8% del mercado, Compaq supera la participaci3n conjunta de los tres competidores m3s cercanos

Compaq fortalece su liderazgo en el mercado de PCs

Compaq Latinoam3rica contin3a creciendo y se mantiene al frente en ventas de PCs en la regi3n. Bas3ndose en una agresiva estrategia de negocios enfocada a satisfacer las necesidades de sus clientes, Compaq continua siendo la empresa l3der en Latinoam3rica con un 23.8 % del mercado. Los pa3ses en los que Compaq obtuvo un mayor crecimiento fueron Chile con un incremento del 187.9%, seguido por M3xico con el 164.2 % y Argentina con 126.7%. (ver tabla 2)

“Nuestro objetivo para Latinoam3rica es garantizar el 3xito de nuestros clientes en el mundo de Internet (24 horas al d3a, los siete d3as de la semana) brindando junto con nuestros socios la mejor infraestructura, acceso, servicio y soluciones“, coment3 Enrique Ospina, Vicepresidente para Compaq Am3rica Latina”. En Compaq utilizamos nuestra propia infraestructura para brindarles a nuestros clientes la mejor experiencia de compra a trav3s de la instalaci3n de cen-

tros de atenci3n al cliente y e-stores o tiendas virtuales en la regi3n.”

En un reciente comunicado de prensa de la consultora internacional Dataquest, se se3ala que Compaq creci3 en Am3rica Latina dos veces m3s que el mercado en el tercer trimestre de 1999. Dicho documento agrega que las ventas de Compaq aumentaron 83.7% frente al mismo per3odo del a3o pasado.

“En Compaq estamos enfocados a fortalecer el liderazgo de la compa3a, aumentar su infraestructura en Internet y proveer a nuestros clientes productos, servicios y soluciones de la forma en que ellos prefieran”, dijo Enrique Ospina. “Creemos que incrementar el n3mero de usuarios con acceso a la Web repercutir3 en un mayor desarrollo en la regi3n. Mientras Compaq est3 cambiando para enfrentar los retos del nuevo milenio, nuestro compromiso con Latinoam3rica y con nuestros clientes sigue siendo el mismo”, concluy3.

COMPAQ NUEVAMENTE

ES NUMERO

UNO EN CHILE

Los resultados del tercer trimestre entregados por la consultora IDC muestran que nuevamente la marca Compaq alcanz3 el n3mero uno en ventas en Chile. Lo anterior es una se3al m3s del liderazgo de Compaq que tiene una participaci3n cuatro veces superior a su m3s cercano competidor.

La participaci3n del 27.7% alcanzada en los resultados nacionales que mostr3 la consultora International Data Corporation, IDC, colocaron a Compaq en una posici3n consolidada en el mercado nacional. En el trimestre Compaq vendi3 22.200 equipos, lo que le signific3 un 5% de crecimiento sobre el segundo trimestre del a3o y un 175% respecto al mismo per3odo de 1998.

Las cifras fueron dadas a conocer por Rodrigo Herrera, Director de Marketing de Compaq Chile. En la oportunidad indic3 que “estos resultados nuevamente confirman el claro liderazgo de Compaq Chile, adem3s de una tendencia positiva en la preferencia de nuestros clientes y socios comerciales, lo que es consecuencia de un extensivo trabajo de la marca en el pa3s”.

Los computadores de escritorio de Compaq tambi3n resultaron en el primer lugar. Este segmento obtuvo un 25,5% de participaci3n, con 18.750 unidades vendidas. Esto representa un 206,5% de crecimiento respecto al tercer trimestre de 1998, en el cual se vendieron 6.118 unidades.

En el segmento de los port3tiles, la empresa participa con las l3neas Armada, para ejecutivos y profesionales, y Presario, para el hogar. Las cifras de IDC tambi3n mostr3 el liderazgo indiscutido de Compaq ya que obtuvo un 55%

Tabla 1: Mercado de PCs Latinoamericano – 3er. Trimestre 1999

Compa3a	Q 3 / 9 8	Q 3 / 9 9	Crecimiento 9 8 / 9 9 (%)
	Participaci3n del Mercado (%)	Participaci3n del Mercado (%)	
Compaq	18.1	23.8	83.7
Acer	7.4	9.2	75.1
IBM	11.1	8.1	2.1
Hewlett-Packard	6.11	5.6	27.3

Fuente: DATAQUEST

Tabla 2: Crecimiento de Compaq por pa3s – 3er. Trimestre 1999

Compa3a	Q 3 / 9 8	Q 3 / 9 9	Crecimiento 9 8 / 9 9 (%)
	Participaci3n del Mercado (%)	Participaci3n del Mercado (%)	
Chile	21.6	40.1	187.9
M3xico	20.1	28.4	164.2
Argentina	16.4	32.1	126.7
Venezuela	20.2	24.6	31.3
Colombia	25.4	34.5	31.2
Brasil	12.2	11.8	15.2

Fuente: DATAQUEST





de participación con 2.830 unidades vendidas. En igual período en 1998 la empresa vendió 1.555 unidades (42,6%).

Finalmente, en el segmento de los PC Servers, Compaq mantiene su primer lugar con un 44,9% de participación de mercado y 620 unidades vendidas. Esto último equivale a 56,6% de participación. En el año pasado, en este mismo período, la empresa Compaq vendió 396 unidades y participó del 43,1% de las ventas.

Asimismo, en la línea de los servidores multiusuarios, Compaq participa con toda la familia Alpha Server, ProLiant e Himalaya. Allí Herrera destacó el amplio espacio que se ha abierto para los servidores AlphaServer bajo Unix. La medición de servidores, en unidades, indicó que Compaq participa del 28,7% y en cuanto a las importaciones de hardware alcanza a una participación de un 20,32% (en dólares), ubicándose en ambos casos en el primer lugar en Chile.

Rodrigo Herrera también dijo que "Compaq ha mantenido un muy buen año" y que éste ha sido "superior a las expectativas" considerando la difícil situación económica del país. Entre las razones del éxito destacó que existía una buena línea de productos, un portafolio amplio y equilibrado, una vasta cooperación de sus socios comerciales y una extraordinaria preocupación por la fidelización de sus clientes.

Asimismo, destacó como ejemplo la existencia de programas internos que pretenden que cada empleado Compaq tenga contacto directo con los clientes, sus problemas y necesidades, y aprenda a resolverlos. Esta orientación hacia un marketing relacional les ha significado poder trabajar más acordes con las necesidades de los consumidores, independientemente del área a la que pertenecen (empresas, profesionales u hogar).

NAVEGAR EN INTERNET ES MAS FACIL CON
COMPAQ AERO

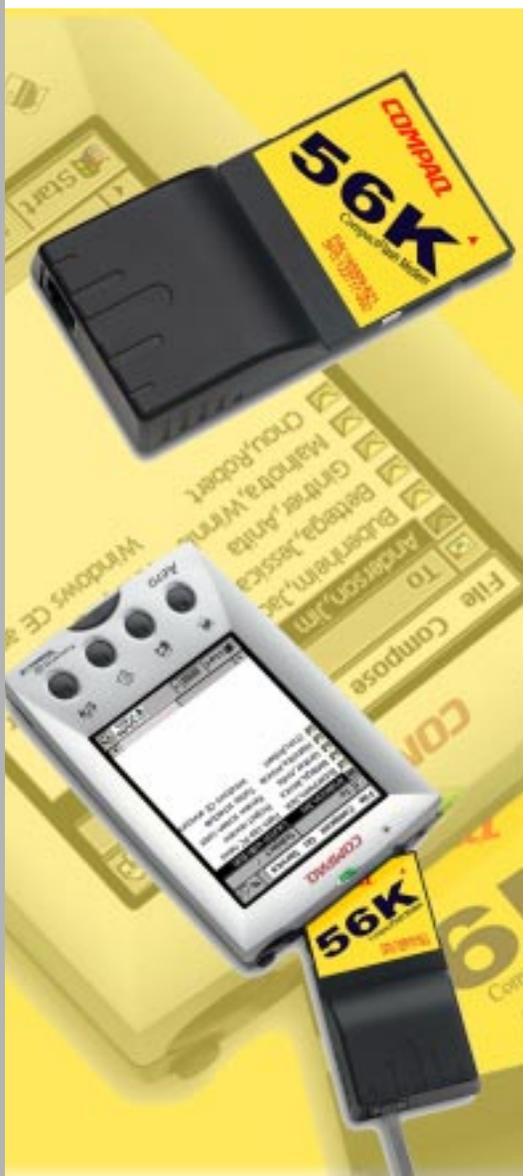
Una atractiva promoción que pone a Aero a la vanguardia tecnológica en computación móvil y portabilidad lanzada Compaq con la asistencia de Telefonica Net.

Los usuarios de Compaq Aero 2130 y de la nueva Compaq Aero 1520, que salió recientemente al mercado nacional, pueden disfrutar de la posibilidad de navegar en Internet desde sus equipos. Ello, gracias al lanzamiento de un bundle entre la empresa de computación y Telefonica Net con motivo de la puesta en el mercado del nuevo Modem de 56 Kbps tipo compact Flash.

La promoción se ofrece en tres versiones: quienes adquieren el Compaq Aero 2130 reciben el módem, un estuche de lujo, email y navegación nacional. Los que compren el Compaq Aero 1520, reciben el equipo, email y navegación nacional. Finalmente, los que ya cuentan con su equipo Aero y adquieren el módem, también acceden a navegación gratis y el email por un año.

Ahora todo el poder de la computación móvil se podrá disfrutar con la puesta en el mercado de esta promoción que, además, permitirá disfrutar de 12 meses de navegación internet y correo electrónico gratuito. La promoción finalizó el 31 de diciembre de de 1999

El Compaq Aero 1520 es similar en características técnicas que el 2130. La diferencia radica en que no posee pantalla color, sino que monocromática, lo que permite que sea más liviano y compacto.





SOLUCIONES PARA EMPRESAS

JUAN IZCÚE, GERENTE GENERAL DE CB.CL
EXPLICA EL EXTRAORDINARIO ÉXITO ALCANZADO
POR ESTE SITIO RESPALDADO POR TECNOLOGÍA COMPAQ.

Un año y medio de trabajo previo implicó desarrollar la solución que dio como resultado CB.cl, el primer sitio chileno que maneja carteras accionarias por Internet. A pocos meses de su lanzamiento, se ha posicionado en el mercado de capitales con una importante cartera de clientes.

Juan Izcúe, gerente general de CB.cl señala que aunque el proyecto resultaba arriesgado, en vista de que no existía nada en esta área, también era cierto que existía una oportunidad de negocios. Por otro lado, los clientes demandaban de parte de las corredoras de Bolsa estudios que permitieran tomar una decisión adecuada en relación con las carteras de acciones.

CB.cl nace en marzo de este año, en un minuto en que en los mercados más activos, como el norteamericano ya existían los On line bankers, grupo de empresas que manejan carteras de clientes compradores de acciones y que les entregan, gran cantidad de información de forma personalizada.

Izcúe indica que la solución ofrecida por una corredora en Internet permite que las personas reciban información oportuna, eficiente y de gran valor al momento de tomar una decisión. Entre los aspectos más relevantes se cuentan precios de acciones, estudios, proyecciones, noticias, portafolio de inversiones e, incluso, un chat de conversación.

Cuando un cliente quiere hacer una transacción, esta se realiza en sólo 15 segundos. Para ello existen servidores Pro Liant de Compaq que están respaldando las

transacciones y manejando la información que proviene de las distintas bases de datos que maneja CB.cl.

Las transacciones son más económicas porque CB.cl no invierte en sucursales costosas, ni tampoco en fuerza de ventas.

Existe, de todas maneras, una fuerza de administración que realiza la facturación, el cierre del día y la mantención de las acciones en las cuentas de los clientes.

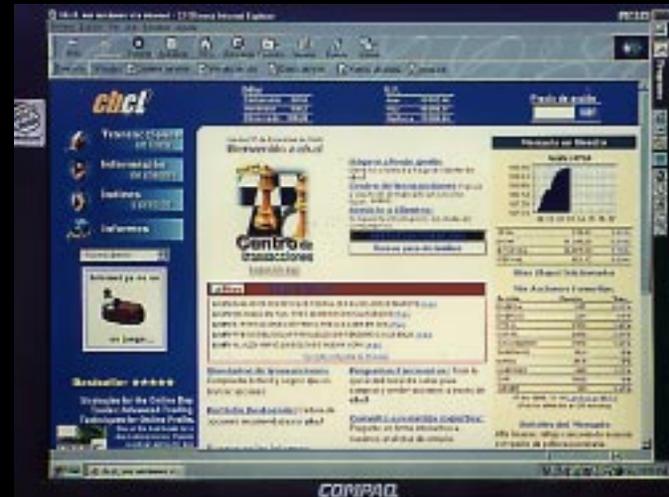
Para realizar los pagos tras una compra, se puede hacer un depósito bancario o enviar un junior, dentro de las 48 horas después de realizada la compra de acciones. Una transacciones estándar de CB.cl cuesta \$5.000 hasta un límite de un millón de pesos por compra accionaria.

SOBRE 2.300 CLIENTES

El éxito a esta propuesta fue inmediato. CB.cl logró captar algo más de 30 clientes en el primer mes. Hoy tienen más de 2.300 y realizan entre 25 y 30 transacciones diarias, algo más de 3.000 al mes.

Izcúe destaca que aunque como negocio aún no se obtienen utilidades, ha sido importante porque «fuimos los primeros y logramos un porcentaje importante del mercado». De hecho, después siguieron otras corredoras, una asociada a un banco y otra independiente, que aunque tienen experiencia en el mercado de valores, no lo tienen en lo que es Internet.

Entre las fortalezas de su éxito destaca



Notebook con Página Web de CB.Cl

Izcúe que CB.cl tiene fortalezas tecnológicas y conocimiento en el negocio de capitales.

Para elegir la tecnología adecuada, CB.cl buscó «la máquina que tuviera un prestigio reconocido en internet y que fuera capaz de manejar una disponibilidad de 24 horas, los siete días de la semana». Los tiempos de respuesta de los servidores Alpha, que adquirieron a través del proveedor Sonda, cuentan con cinco discos y están especialmente diseñados para atender las necesidades de un negocio internet.

Izcúe anunció que en diciembre la corredora, a través de una filial en los Estados Unidos (On Line Brokers) empezará a comprar acciones de la bolsa norteamericana para sus clientes chilenos. Las transacciones se harán a través de un sitio Internet en Chicago.

Actualmente CB.cl tiene sobre 780.000 hits y unas 60.000 visitas al mes de unos 20.000 visitantes. Entre sus clientes se cuentan unos 150 de provincia... Uno de ellos es de la Isla de Pascua.





EVENTOS

COMPAQ Y ERICSSON MUESTRAN TECNOLOGÍA DE CONEXIÓN INALÁMBRICA

EL TELÉFONO ERICSSON CF888, CON MÓDEM Y PUERTO INFRARROJO INCORPORADO, PERMITE LA CONEXIÓN INALÁMBRICA CON EL COMPUTADOR DE BOLSILLO COMPAQ AERO.

En el marco del torneo de tenis Copa Ericsson, realizado entre el 1 y 7 de noviembre en nuestro país, Compaq y la compañía sueca de telefonía móvil mostraron sus más recientes tecnologías de conexión inalámbrica, permitiendo a usuarios de negocios acceder a un mundo de posibilidades de comunicación sin estar limitados a la infraestructura fija de telefonía.

El nuevo teléfono celular de Ericsson, el CF888, incorpora un módem digital y un puerto infrarrojo, que permiten la conexión con el computador de bolsillo Compaq Aero. Gracias a esta conexión, el minicomputador de Compaq puede enviar o recibir faxes, utilizar el correo electrónico o navegar por la Internet, utilizando como puerto de comunicación el teléfono celular de Ericsson.

Así por ejemplo, cuando un usuario desea enviar un fax, el Compaq Aero, cargado con el software correspondiente, envía los datos al celular a través de señales infrarrojas. El teléfono de Ericsson, gracias al módem incorporado, se conecta a la máquina fax de destino y transmite el documento por la red telefónica celular. Lo mismo sucede para recibir y enviar correo electrónico o navegar por Internet. Esta misma aplicación puede ser utilizada con los notebooks Compaq Armada equipados con el puerto infrarrojo.



“El Aero no requiere disponer de un módem, ya que este dispositivo lo tiene incorporado el teléfono de Ericsson, otorgándole una alta movilidad a la solución. Sólo debe tener instalado el software de comunicaciones y los programas para correo electrónico y navegación por Internet”, explicó Raúl Alvarez, product manager de Compaq Chile.

En Chile, esta solución estará disponible durante las próximas semanas, cuando Ericsson comience a distribuir este nuevo teléfono a través de sus operadores. En tanto, toda la familia de minicomputadores Compaq Aero disponen del puerto infrarrojo necesario para la conexión y están disponibles al usuario final desde mediados 1999.



Globales

SOLUCIONES GLOBALES PARA EL GOBIERNO

Ofrecer una respuesta global, multimarca, al sector gobierno contribuye enormemente a consolidar el proceso modernizador del Estado en su globalidad.

Más de doscientos funcionarios de gobierno, representantes de ministerios y organismos públicos se reunieron en un gran salón del Hotel Crown Plaza para asistir a la presentación organizada por Microsoft Chile en que se dieron a conocer las ventajas que tendrá el reciente protocolo de colaboración firmado entre esta compañía y el gobierno. Al acto asistieron entre otros, Claudio Orrego, Secretario Ejecutivo del Comité Interministerial de Modernización de la Gestión Pública y Pedro Sorop, Gerente General de Microsoft Chile.



Entre las empresas expositoras con soluciones tecnológicas para el gobierno estuvo Compaq Chile, quien presentó junto a su socio comercial Adexus, el nuevo servidor de fax Adexus 2000. Se trata de una máquina ProLiant 800 P III/600 Mhz con una interesante oferta para el sector público interesado en tenerla.



SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS DESARROLLA INTERNET EN CHILE



Javier Etcheberry, Director del SII realizando su presentación.

En un desayuno para los clientes Top Account organizado por Compaq el director del Servicio de Impuestos Internos, Javier Etcheberry, se refirió a los aportes que hizo este año su repartición y los desarrollos para el próximo año.

Destacó Etcheberry que los contribuyentes han encontrado en esta vía una mayor agilidad, ahorro de tiempo, un horario de 24 horas, menores errores al ingresar los datos, más plazos para declarar, entre otros.

Por su parte, el SII también ha ganado. Entre éstos se cuenta la mejor calidad de la información que se recibe, ahorro de dinero por la disminución de costos de impresión de formularios y digitación. Explicó que los problemas producidos a comienzo de año por la congestión del web se debió a que sus expectativas eran de 50 mil personas conectadas. La realidad alcanzó a las 184 mil en el periodo de la operación renta.

