

# Agilent Technologies celebra su evento anual europeo en Barcelona



Los pasados días 10 y 11 de septiembre tuvo lugar en Barcelona el encuentro anual que Agilent celebra con sus delegaciones europeas y periodistas de todo el viejo continente para hacer balance de la trayectoria de la empresa durante el año y presentar los proyectos y productos de futuro.

Elena Benito



**C**on las vistas sobre la ciudad y el puerto de Barcelona, desde la montaña de Montjuic, Agilent Europa, con presencia de sus máximos directivos venidos de todas partes de Europa y Estados Unidos acudió a su cita anual con la prensa para presentar sus conclusiones tras un año de trabajo, la buena acogida de muchos productos innovadores que se lanzaron este año 2008 al mercado y las perspectivas y nuevos lanzamientos para el próximo año 2009.

El encuentro comenzó con una serie de presentaciones en las que se dio a conocer nuevos

## Jim Armentrout, Director de Marketing y Unidad de Negocio Wireless

**E&C:** ¿Cuál es el siguiente paso que va a dar Agilent? ¿Qué estrategias de futuro tienen?

**Jim Armentrout (JA):** A corto plazo, como se viene haciendo hasta ahora, se realizan lanzamientos de nuevos productos cada tres meses, por supuesto que muchos de ellos son sencillamente remodelaciones de productos que ya estaban en el mercado.



A largo plazo vamos a basarnos en una arquitectura flexible. Ahora es más complejo: 15 tecnologías totalmente diferentes se pueden generar con el mismo hardware, y eso también abarata los costes. Y además permite cambios mucho más rápidos basándose en lo anterior. Por otra parte, la forma de trabajar es focalizarse mucho más en las aplicaciones, saber para qué le sirve al cliente, no la parte técnica. Eso es lo que más nos importa para el futuro.

**E&C:** ¿Ahora mismo qué es lo que los clientes demandan más?

**JA:** Los clientes piden cosas baratas, más rápidas y mejores. Esperan las cosas para ayer y comparan con otras marcas. Y esto hace que a veces sea difícil cumplir con todas sus expectativas en un periodo corto de tiempo. Pero, por otro lado, los mismos clientes tienen gente en los comités de testeo y nos ayudan a crear productos mucho más ajustados a sus exigencias como clientes y usuarios. Queremos que el cliente aprenda la manera más efectiva de usar nuestros aparatos no la "mejor". A veces el cliente no sabe lo que quiere y para eso también estamos nosotros para ofrecerles nuevas ideas y en adición a esto para enseñarles a usar los dispositivos a través de seminarios, información on-line, etc...


**E&C:** ¿Cómo es el mercado para Agilent en España?

**JA:** Muy bueno, muy sólido. En España hay muy buenas compañías de defensa y aeroespaciales con las que trabajamos mucho y estamos muy contentos de la manera en que estamos trabajando aquí.

productos de la compañía como el comprobador de receptores MIMO PXB de Agilent, a cargo de Andy Botka, Vicepresidente y Director General de la división de Fuentes de Señal; Jean Manuel Dassonville, Jefe de Producto de Wireless Digital habló de las soluciones de medida v4 DigRF.

El día concluyó con una cena servida por uno de los más prestigiosos cocineros del país, amenizada por un espectáculo de ópera en el mismo local.

Al día siguiente los asistentes comenzaron temprano el trabajo y repartidos en dos salas pudieron escuchar interesantes conferencias en las que se habló, entre otros temas, de Semiconductores Power-on y Diseño embebido, charla que realizó la Directora Senior de Marketing de la División de Productos de Sistema Kari Fauber, que aseguró que a la hora de desarrollar productos con tecnología semiconductora, como su exitoso Analizador de Energía N6705 DC, "el reto es manejar las diferentes demandas de energía que tiene cada aparato en un mismo diseño". Prueba de ello es este dispositivo que tras sólo un año en el mercado se ha convertido en uno de los más vendidos por la empresa gracias a la gran mejora en los procesos de producción que proporciona, que se puede medir hasta en meses de adelanto.

Por su parte, Greg Peters, Vicepresidente y Director General de la División de Testeo de Componentes, mostró a los asistentes el Analizador RF portátil más integrado del mundo: FieldFox RF Analyzer, del que ofreció una amplia explicación de su funcionamiento y aplicaciones en el campo de la medición 'in situ', así como una demostración de uso a través de gráficas e incluso de la muestra del producto. 



## Kari Fauber, Directora Senior de Marketing de la División de Productos de Sistema

**E&C:** En su conferencia ha mencionado los problemas y retos que exigen los diferentes rangos de voltaje de los dispositivos electrónicos a la hora de realizar una medición, ¿Cuáles son las soluciones que propone Agilent en este sentido?

**Kari Fauber (KF):** A la hora de hacer un nuevo dispositivo de medición y proporcionar al público un producto nuevo hablamos con muchos de nuestros clientes, aunque eso sí, teniendo ya una idea en la mente. A esta idea le sumamos las ideas y solicitudes que nos hagan los clientes. El problema en este sentido (el de los clientes en referencia al voltaje) era que tenían dificultades con la diferente energía que demandaban los distintos dispositivos de los que hacían uso pero no querían otro aparato más (uno para cada voltaje). De este modo hicimos un 'power supply' mejor, es decir, uno que combinase todos los voltajes además de contar con otro tipo de servicios. No necesitaban algo muy bueno, sino algo que les resolviera el problema fácilmente.



**E&C:** Usted misma también ha comentado que, a pesar de todo, los clientes en este año que lleva el Analizador de Energía N6705 DC en el mercado aún no saben darle el uso completo que éste permite ¿Por qué cree que sucede esto y cuál es la solución?

**KF:** Los clientes aún no entienden el concepto porque es muy nuevo. Pero si se lo pones delante y les explicas bien el funcionamiento se les enciende la luz y le encuentran mil usos. Les encanta que les enseñes a utilizarlo, tocarlo y cuanto más aprendan más compararán. Para esto desde Agilent realizamos todo tipo de seminarios, trade shows, visitas a los clientes, etc...

**E&C:** Hasta ahora este es el único producto de este tipo que existe en el mercado, ¿Cómo van a conservar el liderazgo?

**KF:** Por ahora creo que vamos a mantener esta posición porque es muy difícil que nuestros competidores saquen un dispositivo igual en mucho tiempo porque aúna mucha tecnología, trabajo y además está muy especializado, muy enfocado a unas necesidades muy concretas.