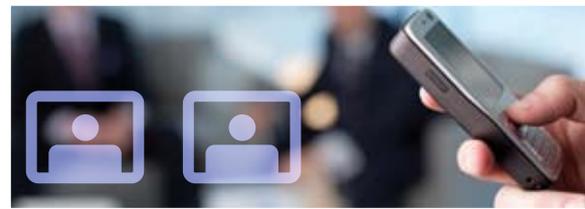


La nueva colaboración: facilitar la innovación, transformar el lugar de trabajo



Índice

- 2 *Introducción: todo lo que hay que saber sobre colaboración***
- 3 *Ya se notan tendencias que indican que se está modificando el modo de colaborar***
- 6 *Se imponen nuevos conceptos acerca de cómo usar la información y compartirla***
- 8 *Los nuevos modos de trabajar convierten la colaboración en innovación.***
- 10 *Un nuevo tipo de empresa puede surgir de esa nueva forma de trabajar***
- 11 *Las tecnologías aplicadas hoy es el primer paso para este cambio.***
- 12 *Sólo es el comienzo: las nuevas herramientas serán aún más eficaces***
- 14 *Implicaciones: Las empresas inteligentes arrancarán ya***
- 15 *¿Por qué IBM?***

Introducción: todo lo que hay que saber sobre colaboración

¿Se acuerda de esos volúmenes de informes encuadernados que se apilaban en el archivo de su empresa? ¿Las secretarías que tomaban notas manualmente de lo que les dictaba el jefe? ¿Y los empleados inteligentes que se encerraban en su despacho y salían de él con ideas brillantes para el negocio? En función de la etapa en la que esté usted en su carrera, estas imágenes pueden ser reales pero pertenecen a la historia. O pueden provocar risa por estar pasadas de moda. Seguramente opinará que la exclusividad, la jerarquía y la soledad están siendo reemplazadas por otros modos de trabajo colaborativo.

No se puede negar. Ahora la gente puede trabajar en lugares distintos de sus oficinas y con equipos que extraen la experiencia de prácticamente cualquier parte del mundo. Acceden a las aplicaciones, los datos y a los expertos en los temas requeridos en tiempo real y a través de las redes, y otros usuarios también lo pueden hacer. Utilizan cualquier dispositivo de usuario final que les ayude a mejorar su productividad, y, a la vez, mejorar la experiencia de trabajo en toda la empresa. Ese reto se llama hoy colaboración.

En el mercado actual, caracterizado por su competitividad, compartir datos y experiencia profesional es un factor fundamental para el éxito individual y colectivo de la empresa. Desde la alta dirección a los jóvenes empleados que ya han crecido en un mundo marcado por Internet, el trabajo en colaboración es el modo habitual de hacer negocios.

¿Cómo se incrementa la productividad a través de la colaboración?

Fomentando la innovación. De hecho, la verdadera innovación es prácticamente imposible sin colaboración. Y ésta es indispensable para el éxito. Los líderes empresariales lo reconocen. En una encuesta recientemente realizada por IBM (CEO Study), más del 75% de los 765 Directores Financieros consultados citaron que la colaboración y el establecimiento de relaciones es muy importante para la innovación en la empresa.¹

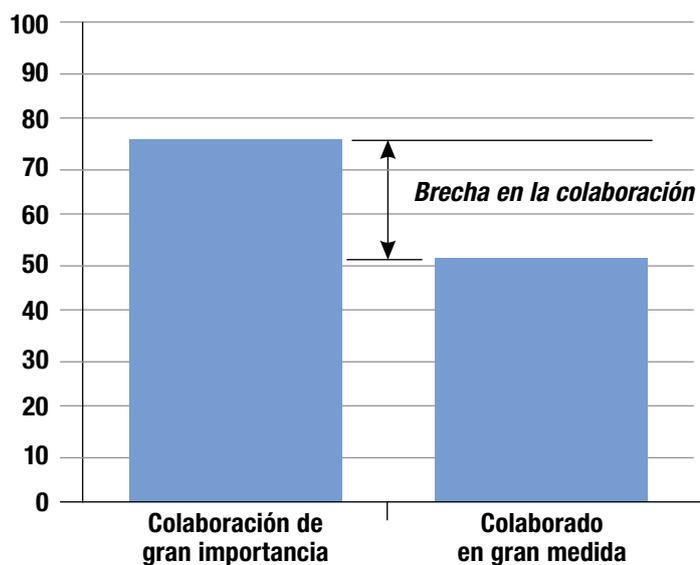
En el presente documento se analiza la evolución de la colaboración y los modos en que puede aportar beneficios a las empresas. En él se destaca que las empresas inteligentes ya están buscando modos de conectar a las comunidades de usuarios, no sólo a los empleados, sino también a clientes, socios y colaboradores externos al entorno corporativo, "fuera del cortafuegos", para poder beneficiarse de los conocimientos internos y externos, y utilizarlos para acelerar la innovación.

Características principales

Las empresas inteligentes buscan nuevos modos de conectar a las comunidades de empleados, socios comerciales, clientes y demás interlocutores para crear un mundo de nuevos innovadores.

Para que estos cambios sean posibles, las empresas deben poner los datos a disposición de más usuarios en la empresa; modificar la cultura corporativa basándola en la colaboración y la confianza y fiabilidad; e implantar herramientas que aprovechen el conocimiento y la experiencia colectiva de las comunidades de usuarios. Si las empresas logran este objetivo, verán surgir a todo un equipo de nuevos innovadores. Podrán seguir el ejemplo del modo en que muchos empleados, en particular, la última generación de líderes empresariales, ya se conectan entre sí. Se podrán preparar para la innovación colaborativa y el éxito que ésta procura.

Importancia de la colaboración y del trabajo en equipo



(Porcentaje de encuestados)

Fuente: IBM²

Figura 1

Aproximadamente un 75% de los directores generales y altos ejecutivos declaran que la colaboración es muy importante para sus iniciativas de innovación, pero sólo algo más del 50% afirman poner en práctica la colaboración en gran medida, dejando el incremento de ésta para el futuro.

Ya se notan tendencias que indican que se está modificando el modo de colaborar

Un estudio reciente de IBM señalaba las tendencias que según los directores generales encuestados tendrán más impacto empresarial en el 2010. Entre éstas destacan la integración global, Internet participativo, cambio de la demografía de los recursos humanos, el software como servicio, la virtualización de datos y dispositivos, y la sencillez del diseño y el uso de la tecnología.³

Características principales

A medida que ha crecido Internet, han crecido con igual rapidez las nuevas técnicas de comunicación y de colaboración.

Las redes sociales, las vídeo-conferencias y la mensajería instantánea han crecido muy rápido, adquiriendo grandes proporciones y facilitando la colaboración corporativa.

Cada una de estas tendencias cumple una función en el incremento de la colaboración. Y cada una de ellas ya está bastante integrada en las tecnologías de colaboración existentes. Observemos, por ejemplo, la integración global que se ha conseguido gracias a Internet. Entre 2000 y 2007, el uso de Internet en Norteamérica creció hasta alcanzar al 70,9% de la población, el índice más alto a nivel mundial. Ocupa los siguientes puestos Australia, Nueva Zelanda y las Islas del Pacífico Sur, donde Internet es utilizada por el 57,3 de sus habitantes, y Europa, con un 42,9%.⁴

Este uso extendido ha permitido familiarizarse con este medio tanto a los particulares como a las empresas. Las redes sociales se han extendido rápidamente a nivel mundial. Por ejemplo, el número de usuarios de Facebook.com ha crecido un 270% en sólo un año, desde Junio de 2006 a Junio de 2007. El número de usuarios de MySpace.com también se incrementó en un 62% en el mismo periodo.⁵ Según una encuesta reciente realizada a las empresas, el uso de la vídeo-conferencia se ha duplicado en un año. El aumento del índice de adopción de este medio del 32% al 79% lo convierte, según la encuesta en "la aplicación en tiempo real basada en IP más utilizada en las empresas".⁶

El crecimiento de herramientas tales como los sitios Web de redes sociales y la vídeo-conferencia son indicadores claros no sólo del crecimiento de la colaboración sino también de su naturaleza cambiante. Gartner prevé que "en el 2010 el trabajador asalariado medio participará activamente en al menos cinco diferentes equipos a la vez". También indica que "en el 2011, las redes sociales y la interacción social serán más populares que la colaboración en equipo en el entorno corporativo"⁷

A su vez, las herramientas diseñadas para la empresa están evolucionando más que la comunicación personal. Según IDC, en 2003, estaban activas casi 75 millones de cuentas de mensajería instantánea (IM) en las empresas, pero más de 50 millones de ellas usaban aplicaciones orientadas al consumidor. Se estima que en 2011 el uso de IM en las empresas llegará a cerca de 400 millones de cuentas – y las aplicaciones diseñadas para las empresas se utilizarán en más de 150 millones de esas instancias.⁸

Características principales

Las funciones de comunicaciones ampliadas generan costes en tiempo y dinero, pero estos factores sólo indican la necesidad de encontrar modos más eficaces de colaboración.

La mayoría de la nueva generación de trabajadores está familiarizada con las herramientas de redes sociales y se han integrado en la corriente de Internet, desde publicaciones a compromisos comerciales de usuarios.

Está claro que también hay desventajas en el desmesurado aumento de contenidos que las comunicaciones de Internet traen consigo. Tal y como se indica en *NetworkWorld*, en una encuesta realizada en Reino Unido se observaba que las búsquedas ineficaces de información pueden costar a la empresa casi el 10% de sus gastos de nómina. Esto puede suponer una notable pérdida, añade el artículo, porque más del 50% de los gastos de salarios se dedican a personal que realiza "trabajos asociados a la información".⁹ Pero los gastos e ineficacias que conllevan las comunicaciones basadas en Internet nos están indicando la necesidad de encontrar mejores formas de compartir conocimiento.

El lado positivo es que esos nuevos modos de compartir datos ya es casi inevitable. Hoy, la nueva generación de trabajadores está familiarizada con Internet y las herramientas de redes sociales que permiten a los usuarios localizarse entre sí y conectarse con otros con intereses similares, trabajos asociados y amigos y colegas. Quizá ya hayan sido colaboradores globales desde la escuela y sus hogares. Integran la tecnología con más facilidad que sus predecesores. Y tienen más facilidad para desplazarse, contribuyendo al crecimiento de los empleados que trabajan fuera de la oficina, de los lugares convencionales de trabajo. En 2005, el 57% de las empresas declaraban que operaban en un entorno de trabajo virtual. En 2006, el se incrementó al 83%.¹⁰

Muchos de estos trabajadores se han integrado en la corriente de Internet, desde publicaciones a compromisos comerciales de usuarios: el nuevo Estado popularmente conocido como Web 2.0. Muchos ya han tomado conciencia de que Internet será un modo cada vez más eficaz de obtener la información correcta en el momento adecuado, y con la misma frecuencia que si fueran datos publicados.

Características principales

La mayoría de los responsables de recursos humanos admiten que sus empresas podrían ser más adaptables. Unas empresas que adoptan los rasgos reconocibles de la colaboración.

Pero el cambio de la demografía de los recursos humanos conlleva más exigencias. Estos trabajadores altamente colaborativos son más difíciles de retener que nunca para la empresa, en parte por su experiencia tecnológica y por su insistencia en usarla. Tienden a esperar que se les dé una serie de herramientas de comunicaciones y colaboración en el lugar de trabajo equivalentes a las herramientas de redes sociales, motores de búsqueda, capacidad de correo electrónico y otras funciones con las que ya cuentan en su domicilio.

Se imponen nuevos conceptos acerca de cómo usar la información y compartirla

A pesar de la necesidad de la innovación colaborativa, no todas las empresas parecen estar dispuestas a integrar este cambio. Las entrevistas recientes realizadas a más de 400 líderes empresariales en recursos humanos encargados de estudiar las transformaciones en este ámbito para competir con eficacia en el mercado revelan que, por ejemplo, sólo el 14% de las empresas creen que su personal sea capaz de adaptarse al cambio, y sólo un 39% reconocen que la estrategia de recursos humanos influye en la estrategia de negocio. Las empresas que declaran que su personal se puede adaptar al cambio comparten tres características clave: la capacidad de prever las necesidades en habilidades futuras, de localizar a los expertos y de colaborar eficazmente en el entorno corporativo.¹¹

Características de las empresas que indican que son capaces de adaptarse a las condiciones cambiantes del negocio

(Porcentaje)

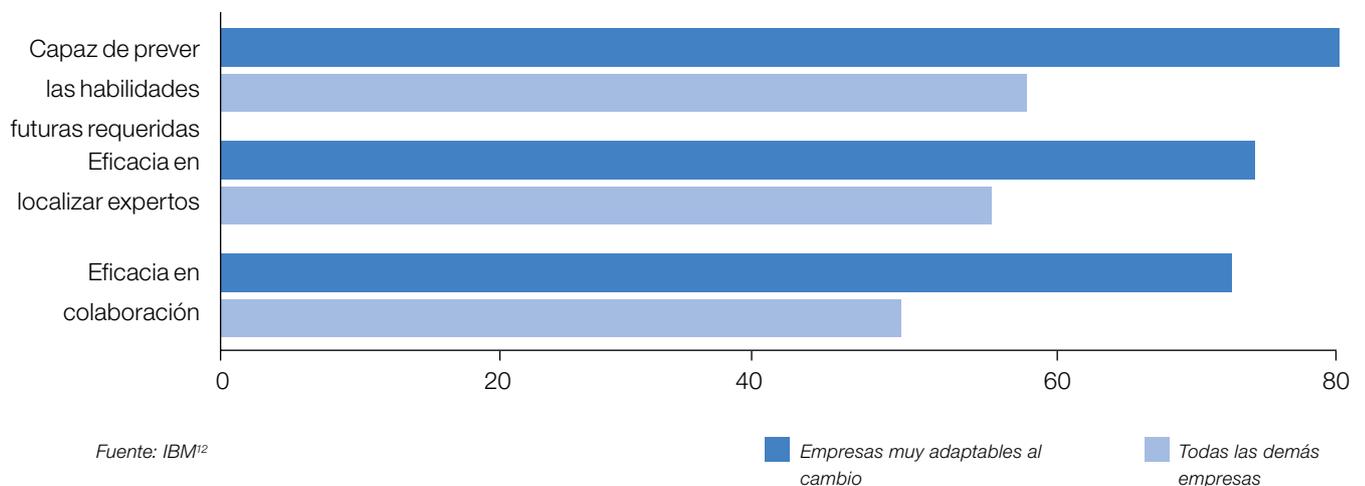


Figura 2

La capacidad de localizar y obtener el conocimiento de los expertos, y colaborar con ellos de modo eficaz son las señas de identidad de las empresas adaptables al cambio.

Características principales

Mucha gente hoy piensa de modo diferente acerca de su forma de trabajar y de la tecnología que les ayuda a hacerlo.

La evolución del ordenador de sobremesa es un indicador de los cambios experimentados por la colaboración y la comunicación.

Pero aunque todos puedan coincidir en afirmar que el cambio es necesario, en particular los responsables de negocio y de recursos humanos que se ocupan de los procesos funcionales y de la cultura corporativa, algunos directores de TI deben aplicar la tecnología si quieren que esos cambios se produzcan.

La tarea de los directores de TI puede complicarse debido a las diferencias entre los modos de responder, por parte de la antigua y la nueva generación de empleados, a distintos aspectos de la vida corporativa, tales como formación, tipo de aprendizaje, estilo de las comunicaciones, la toma de decisiones, el suministro y la recepción de comentarios sobre resultados y el nivel de familiaridad con la tecnología. Pero el preparar una transición sin problemas hacia la nueva generación es importante para la empresa. Y ya está sucediendo: la gente piensa de modo diferente sobre el modo de trabajar y de usar la tecnología para facilitar las tareas.

La evolución en el modo de trabajar se refleja en el modo en que los sistemas de sobremesa están cambiando. Actualmente un sistema de sobremesa puede que contenga herramientas viejas y desfasadas que limitan la movilidad del usuario y el acceso a la información. Pero existen modos nuevos y mejores de crear y compartir contenidos. Los sistemas de sobremesa emergentes incluirán herramientas sencillas y alojadas que integrarán la información por actividades y fuentes, permitirán conexiones instantáneas con colegas y clientes, y suministrarán movilidad y accesibilidad para toda una serie de funciones. Las formas de comunicación que no estén basadas en PC, en particular, los dispositivos portátiles, tales como teléfonos móviles, suministrarán aún más formas de conectarse para lograr una comunicación universal, en "cualquier lugar del mundo".

Características principales

Los nuevos modos de trabajar convierten la colaboración en innovación.

Muchas empresas quieren innovar, pero no entienden la importancia de la colaboración para hacer que esto sea posible. Algunas se ven obstaculizadas por viejos conceptos de colaboración que ralentizan su éxito. Algunos empleados pueden considerar, por ejemplo, que la colaboración es un trabajo extra. Pero el empleado innovador sabe que la colaboración es precisamente lo principal del trabajo. En el antiguo modo de pensar, los empleados se hacían valiosos para la empresa a través de lo que sabían. Según el nuevo modo, los empleados son valiosos para la empresa por su búsqueda de oportunidades de trabajar con otros y lograr de ellos la experiencia que necesitan.

Según el procedimiento antiguo, los contenidos están protegidos y pertenecen a su propietario. Ahora, los contenidos se desarrollan a través de la participación; son ágiles, contextuales y utilizados para generar oportunidades a través de una colaboración constante. Según el viejo modo, los directorios de usuarios suministran información de contactos estática. Ahora, los perfiles dinámicos reflejan lo que hacen los usuarios, con quién y la calidad de su trabajo.

La colaboración está cambiando de conversaciones privadas a públicas, donde los demás añaden conocimientos.

A medida que evoluciona, la colaboración se hace más fluida, y se desplaza desde el ámbito de la conversación privada a la pública: desde el teléfono, correo electrónico y mensajería instantánea, a marcadores, wikis y blogs compartidos. La colaboración y sus herramientas se pueden considerar como una oficina virtual visitada por la gente y en la que se agregan conocimientos. Compartir información de este tipo ya se produce en los populares sitios Web de redes sociales y servicios online orientados al consumidor, donde se comparten fotos y vídeos. A nivel de la empresa, existen funciones equivalentes que permiten a los empleados pasar sin problemas de la voz al texto instantáneo, a una vídeo-conferencia u otra aplicación, creando redes sociales en el entorno corporativo.

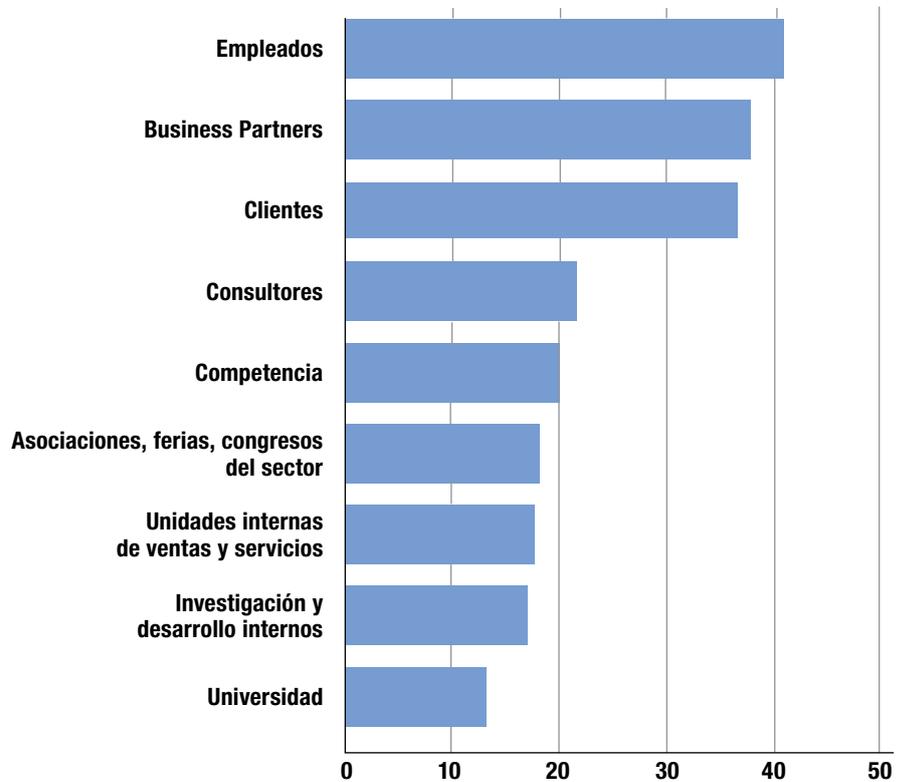
Características principales

En la colaboración centrada en las personas, la información se pone a disposición de un grupo, facilitando un trabajo más abierto, rápido y rentable.

El paso de un estilo de trabajo centrado en los documentos a uno centrado en los usuarios es un paso importante para crear entornos que potencian la innovación. El estilo centrado en los documentos, que conecta sistemas con datos, a menudo acaba produciendo contenidos como objetivo principal. Pero el estilo de trabajo centrado en los usuarios, que conecta a las personas con las ideas, permite adquirir conocimiento e inteligencia donde se hallen, para lograr una actividad en la que los contenidos son sólo una parte del proceso. En esta nueva colaboración, la información se pone a disposición de un grupo mayor de usuarios que trabajan juntos de modo abierto, fluido y más eficaz. Localizar y conectarse con los expertos en el tema que interesa son unos pasos críticos para el éxito de la colaboración.

Fuentes de ideas innovadoras más significativas

(Porcentaje de encuestados)



Nota: Los encuestados podían seleccionar un máximo de tres opciones.

Fuente: IBM[®]

Figura 3

Las empresas que han tenido éxito con la innovación señalan que las ideas innovadoras provienen de distintas fuentes y de la colaboración entre todas ellas.

Características principales

En la colaboración del futuro, el grupo podrá operar como un solo usuario, creando relaciones nuevas con nuevos roles e interacciones.

Las grandes ideas pueden provenir de cualquier parte, ya que el organigrama de la empresa y los roles de los recursos humanos están constantemente emergiendo y recombinándose.

Un nuevo tipo de empresa puede surgir de esa nueva forma de trabajar

Una empresa es un grupo de individuos. Nadie puede saber todo lo que los demás saben. Pero la nueva colaboración puede ayudar a adquirir los conocimientos y habilidades mutuos de un nuevo modo. La nueva colaboración suministra una plataforma para ayudar a muchos a trabajar como uno solo porque cada persona sólo está un paso atrás respecto del conocimiento que otros tienen.

Por ello, adquirir conocimiento y habilidades de otros puede crear nuevas relaciones. Y éstas crean una nueva forma de empresa con nuevos roles e interacciones. En las empresas al viejo estilo, por ejemplo, la mayoría del valor lo crean los empleados a nivel interno, y las contribuciones se suelen limitar a los departamentos dedicados a investigación y desarrollo. En las empresas de nuevo estilo, las personas dentro y fuera de la empresa tienen una voz, y gran parte del valor del negocio se crea conjuntamente con clientes, colaboradores, proveedores y demás interlocutores. Las grandes ideas pueden provenir de prácticamente cualquier lado: de dentro, de fuera, de otro país, etc. Ya es bastante fácil trascender las fronteras físicas y geográficas. En la empresa emergente, las fronteras prácticamente desaparecerán.

En la empresa al viejo estilo, la carrera del trabajador está vinculada no sólo a los logros y a la reputación sino también a la jerarquía organizativa. En la empresa de nuevo estilo, la reputación y los logros llegan a más público que a los colegas inmediatos y cuentan con mayor potencial para mejorar u obstaculizar la rentabilidad. En la empresa al viejo estilo, se define un organigrama con roles específicos. En la nueva, la estructura de la empresa y los roles del personal están constantemente cambiando y recombinándose. El sentido de una trayectoria común, de actividades motivadas por intereses, objetivos y valores comunes, puede llegar a ser más importante que una estructura formalizada bajo la cual se persiguen objetivos individuales.

Con este nuevo estilo de colaboración, las empresas se pueden posicionar para lograr altos beneficios porque pueden aprovechar el potencial innovador del conocimiento compartido. Las empresas pueden mejorar el servicio a clientes, socios comerciales, colaboradores y demás interlocutores porque no sólo comunican mejor, sino que también pueden resolver problemas comunes

Características principales

La colaboración puede establecer las bases de un crecimiento rentable. Y las comunicaciones unificadas, los cimientos de las conexiones colaborativas.

Las nuevas herramientas pueden ayudar a los usuarios a expresarse mejor, encontrar comunidades afines a ellos y convertir Internet en una plataforma de trabajo.

y satisfacer necesidades comunes. Pueden mejorar la satisfacción de los empleados y su productividad, y retenerlos motivándolos, puesto que mejoran su capacidad para conectar la información entre sí en prácticamente cualquier lugar y a cualquier hora. Encuentran así nuevas y mejores formas de potenciar el liderazgo y motivar a los talentos globales.

En definitiva, las empresas pueden usar la colaboración para crear procesos, productos y servicios innovadores que las distinguen frente a la competencia y establecer las bases de un crecimiento rentable.

Las tecnologías aplicadas hoy es el primer paso para este cambio.

Últimamente, muchas empresas han integrado la convergencia de redes, la telefonía IP (Internet Protocol) y la comunicación unificada. Se trata de un primer paso hacia la colaboración innovadora, pues, del mismo modo que una ciudad se conecta a través de una infraestructura de carreteras y transportes, la infraestructura digital de comunicaciones unificadas constituye los cimientos de las conexiones colaborativas. Ahora ya ha llegado el momento de utilizar la infraestructura digital para conexiones que funcionan prácticamente en cualquier lugar y dispositivo, y a cualquier hora.

La tecnología de las comunicaciones unificadas, permite un sinnúmero de funciones: audio-mensajería instantánea, "click to call" (llamada con un clic), conciencia de presencia para determinar la disponibilidad del usuario para trabajar en ese momento, y "softphones" que permiten llamadas de teléfono basadas en software a través de Internet desde ordenadores portátiles, de sobremesa u otros dispositivos portátiles; etc. Todo ello facilita la eficacia de las comunicaciones, mejora la eficacia y productividad de la empresa y crea procesos innovadores y flexibles.

Una vez que las comunicaciones se han unificado, resulta más fácil implantar nuevas herramientas de colaboración. Estas herramientas permiten expresarse a los usuarios y asistirles para encontrar comunidades afines a ellos. Estas herramientas hacen que la Web se convierta en una plataforma de trabajo, del mismo modo en que las tecnologías UNIX® y Microsoft® Windows® dan soporte a las aplicaciones y a los datos.

Características principales

El código abierto y los estándares abiertos pueden ser clave para crear herramientas para colaborar entre empresas, socios comerciales, clientes y proveedores.

En última instancia, el interés sobre el modo de funcionar de las prestaciones de colaboración desaparecerá, puesto que se trata de personas no de herramientas.

Lo que es más: la importancia creciente del código abierto y de los estándares abiertos puede potenciar y agilizar la colaboración y la innovación.

El código fuente abierto permite a los desarrolladores trabajar a partir de lo que hacen otros, implantar especificaciones disponibles públicamente y utilizar ideas de otros para crear sus propias soluciones. El trabajo que ya ha funcionado permite que el que se hace a partir de éste sea mejor, y éste, a su vez, puede constituir las bases para otros desarrolladores. En la comunidad de código abierto, ya existe un extraordinario compromiso para compartir trabajos y darlos a otros, es decir, colaborar.

Con los estándares abiertos se logran ventajas similares que pueden beneficiar al usuario final ya que los productos son más interoperativos entre empresas y con sus socios, clientes y proveedores. La capacidad de crear documentos en un formato que pueda ser leído por varias aplicaciones fomenta que se comparta la información y el conocimiento, que así están más disponibles. La Web hoy ya está encaminada a convertirse en una plataforma donde la información se comparte fácilmente, en lugar de estar férreamente protegida.

Agrupadas, las funciones de participación suministran a las empresas innovación basada en el usuario, soluciones más sencillas y productivas, integración de tareas, costes reducidos y mayor satisfacción del empleado. Y en última instancia, las líneas entre funciones empezarán a desaparecer. El modo de funcionar resultará transparente para el usuario y para TI puesto que la colaboración implica a personas y procesos no sólo herramientas. Las funciones no aparecerán como diferentes productos; en lugar de ello, las aplicaciones serán el eje de las actividades y los usuarios no sabrán qué herramientas están activando.

Sólo es el comienzo: las nuevas herramientas serán aún más eficaces

La nueva colaboración se basará en tecnologías que hacen que el conocimiento se pueda compartir universalmente. Y funcionará a través de una sencilla infraestructura, a veces con nuevas tecnologías, pero otras con las ya disponibles en la empresa.

Características principales

Las tecnologías nuevas y las ya existentes funcionarán a través de una única infraestructura para compartir el conocimiento de modo universal.

La creación de etiquetas (tagging) permitirá crear repositorios de los datos más consultados.

Los mashups (mezclas) permitirán al usuario combinar en una aplicación temporal componentes desarrollados por otros.

Los portales se diseñarán de modo que proporcionen información y acceso a una persona con las necesidades de un rol específico para que la tarea se realice rápida y correctamente, y los servicios compartirán los contenidos de las tareas diarias a través de espacios de trabajo en equipo o individual. Las nuevas aplicaciones Web de redes sociales y participativas ayudarán a vincular a las comunidades para establecer conexiones e incluso inventar nuevos modo de trabajar en equipo.

La colaboración significa que usuarios se conectan entre sí y comparten datos; por ello la gestión de identidades y de la seguridad es esencial. Las empresas deberán asegurarse de que el conocimiento y los datos que se deben compartir a nivel interno, no salgan fuera del entorno corporativo. Y como se necesita algo más que nombres y títulos para determinar la experiencia verdadera, será preciso contar con herramientas para registrar y transmitir la reputación de una persona para que efectivamente sea rentable.

El software corporativo, con sus funciones de seguridad y de gobierno, puede cumplir un rol importante en proteger la información. Si no se instalan soluciones específicamente corporativas, los empleados acostumbrados a utilizar software social de dominio público puede que utilicen sitios Web públicos para colaboración y comunicación, poniendo en peligro la seguridad de los datos corporativos o la propiedad intelectual.

Ya están apareciendo nuevas herramientas y tecnologías eficaces para colaboración. La función de etiquetado (tagging), por ejemplo, permite asignar descriptores de una palabra, parecidas a las contraseñas, par facilitar la organización y ubicación de los datos personales. Estas etiquetas (tags) pueden estar a disposición de otros usuarios para crear repositorios de información muy consultada. Y se pueden crear "nubes de etiquetas" (tag clouds) para mostrar gráficamente cuáles son las etiquetas de más consulta. las etiquetas (tags) utilizadas por más usuarios aparecen con un tipo de letra mayor, y las menos usadas, con un tipo de letra menor.

Las aplicaciones "Mashup" (mezcla) permiten combinar datos procedentes de diversas fuentes para cumplir con las preferencias de estilo del usuario, y con sus necesidades. Crear una aplicación "Mashup" no requiere experiencia en programación. El usuario puede sencillamente mezclar componentes desarrollados por otros en una aplicación temporal, por ejemplo, una combinación de direcciones con mapas, y localizar y utilizar los datos necesarios y luego eliminar la aplicación al terminar el trabajo.

Características principales

Los directorios mostrarán las relaciones jerárquicas y permitirán crear reputaciones en distintos campos de experiencia profesional.

Las herramientas de colaboración equivalentes a las dirigidas a los consumidores, pero aplicadas al entorno corporativo, pueden suministrar más iniciativas de innovación y valor de negocio.

Las etiquetas (tags), los blogs, la información externa o demás herramientas se pueden utilizar para rellenar perfiles de empleados en los directorios organizativos para mostrar las relaciones jerárquicas con colegas y equipos, y crear su reconocida especialización, o reputación, en determinado campo de experiencia.

Implicaciones: Las empresas inteligentes arrancarán ya

Actualmente existe una enorme actividad en el ámbito de la colaboración y de la comunicación; por ello, la empresa que no alinee con la unificación de las funciones de comunicaciones y de colaboración en un entorno de estándares abiertos, perderá notables ventajas en el mercado. Puede perder talentos fundamentales y la capacidad de atraer a los empleados más capacitados de los recursos humanos emergentes. Puede que frene su velocidad y capacidad de innovar. Puede perder la credibilidad de sus clientes. Puede hacer perder oportunidades de negocio para otros con más iniciativas de innovación y apertura. Puede no ser capaz de aprovechar las oportunidades de crecimiento en nuevos segmentos de mercado. Es casi seguro que pierda eficacia y que se incrementen sus costes.

Si se aplica al entorno corporativo la innovación que permiten las herramientas de colaboración equivalentes a las dirigidas a los consumidores, la personalización y el compartir datos, la empresa puede lograr ventajas competitivas. Los empleados pueden trabajar ágilmente con los datos y con los expertos al alcance de la mano, y de modo transparente, conectándose a un blog, compartiendo su pantalla de ordenador a través de un cliente de colaboración o iniciar una conferencia multiparte a través de la Web en modo audio o vídeo, para suministrar más conocimiento e inteligencia del negocio. Puede mejorar la reputación individual y corporativa. Puede integrar la colaboración en ofertas de servicio y productos. Puede activar y ampliar los procesos de negocio con más eficacia.

Las nuevas herramientas de colaboración pueden ofrecer a las comunidades de usuarios un nuevo modo de trabajar y ayudar a crear un nuevo tipo de empresa. Estas herramientas ofrecen hoy mayores innovaciones y valor añadido. Y con ellas se puede establecer una base de conocimiento que puede convertirse en una plataforma de lanzamiento hacia funciones más potentes en el futuro.

Características principales

Las herramientas permiten a los usuarios individuales y a los equipos y comunidades de usuarios trabajar conjuntamente y generar innovación a través de la colaboración y la comunicación.

Un colaborador que cuenta con proyectos de éxito puede ayudar a particulares y a empresas a crear y consolidar relaciones de negocio productivas.

¿Por qué IBM?

IBM sabe cómo ayudar a las empresas a trabajar en equipo porque nuestro propio entorno se inserta firmemente en la vía de la colaboración innovadora. IBM mantiene una de las redes de comunicaciones unificadas mayores del mundo y ha usado esta integración de voz, vídeo y datos para mejorar la productividad de los empleados, habilitar a los trabajadores remotos y reducir los costes de las comunicaciones. Las soluciones IBM Unified Communications and Collaboration (UC²™), disponibles en todo el mundo, habilitan a los usuarios individuales y a los equipos y comunidades de usuarios a trabajar conjuntamente, a través de una experiencia multimedia integrada y rica en posibilidades.

El propio directorio de intranets de IBM captura y comparte la experiencia profesional del empleado y los usuarios del software IBM Lotus® Connections ahora pueden agregar la capacidad de compartir en sus propias instalaciones. Un sistema interno de etiquetas (tagging) crea "nubes de etiquetas" para compartir marcadores a través de la empresa. Las iniciativas externas ayudan a los clientes y a los Business Partners de IBM a participar en las comunidades conectadas. Existe un recurso de IBM llamado "jam" donde la generación de ideas online y de eventos de desarrollo de IBM muestran la colaboración global para identificar y afinar ideas. Un reciente "jam" de IBM atrajo a más de 150.000 usuarios, que incluían no sólo a los empleados de IBM sino también a los alumnos en formación, accionistas, Business Partners, amigos y familiares de 104 países para compartir y explorar nuevas ideas de tecnología.

Las funciones de colaboración también provienen de soluciones tales como la familia de software IBM Lotus Sametime®, de soluciones de mensajería basadas en el software Lotus Domino® y de plataformas de mensajería que se integran con el software Lotus Sametime. El software Lotus Sametime, de hecho, ha crecido muy rápidamente, pasando de una aplicación de mensajería instantánea a una plataforma de colaboración y de comunicaciones unificadas. Sus funciones se han incrementado e incluyen telefonía VoIP (Voice over IP) y capacidad de abrir documentos enviados por correo, integrar las funciones de conciencia de presencia, y recuperar y oír mensajes de voz; en síntesis, unificar las comunicaciones y la colaboración para simplificar el modo de trabajar.



El criterio de IBM se basa en más de 20 años de experiencia en crear soluciones de colaboración integradas, dotadas de altos niveles de seguridad, y un compromiso sostenido con el código fuente abierto y estándares abiertos. Con el apoyo de su experiencia ampliamente probada en el suministro de resultados en miles de empresas colaborativas a nivel mundial, las soluciones IBM se pueden combinar, armonizar y personalizar según el estilo de trabajo de cada usuario. Los usuarios pueden comunicar y colaborar a través de métodos y formatos que les son familiares de tal modo que pueden crear y mantener unas relaciones de de negocio más productivas y a largo plazo.

Para obtener información adicional

Si desea más información acerca de cómo IBM le puede ayudar a mejorar las funciones de colaboración, póngase en contacto con el representante de IBM o el Business Partner de IBM, o visite:

ibm.com/cio/uk

IBM United Kingdom Limited

PO Box 41
North Harbour
Portsmouth
Hampshire
PO6 3AU

Tel: 0870 010 2503
ibm.com/services/uk

IBM Ireland Limited

Oldbrook House
24-32 Pembroke Road
Dublin 4

Tel: 1890 200 392
ibm.com/services/ie

IBM South Africa Limited

Private Bag X9907
Sandhurst
2146
South Africa

Tel: 0860 700 777
ibm.com/services/sa

La página de presentación de IBM se puede encontrar en la dirección **ibm.com**

IBM, el logotipo de IBM logo, Lotus, Lotus Notes y Domino son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de International Business Machines Corporation en Estados Unidos y/o en otros países.

Microsoft y Windows son marcas comerciales de Microsoft Corporation en los Estados Unidos, otros países o ambos.

UNIX es una marca comercial registrada de The Open Group en Estados Unidos y/o en otros países.

Los demás nombres de compañías, productos y servicios pueden ser marcas comerciales o marcas de servicios de terceros.

Las referencias efectuadas en esta publicación a productos, programas o servicios de IBM no implican que IBM tenga intención de comercializarlos en todos los países en los que opera.

Las referencias a algún producto, programa o servicio IBM no pretenden dar a entender que sólo pueda utilizarse dicho producto, programa o servicio IBM. En su lugar, puede utilizarse cualquier programa, producto o servicio funcionalmente equivalente.

Los productos de hardware de IBM se fabrican a partir de componentes nuevos o de componentes nuevos y usados revisados. En algunos casos, es posible que el producto de hardware no sea nuevo y se haya instalado anteriormente. Independientemente de ello, se aplican los términos de garantía de IBM.

Los clientes de IBM son responsables de asegurar que cumplen los requisitos legales. El cliente es el único responsable de obtener asesoría del consejero legal correspondiente en cuanto a la interpretación e identificación de los requisitos que imponen las leyes y normativas que puedan afectar a su negocio y a cualquier acción que deba cumplir en el marco de dicha legislación. IBM no proporciona asesoramiento legal, contable ni de auditoría ni afirma que sus servicios o productos garantizarán que el cliente cumple la legislación vigente.

Esta publicación sólo tiene carácter de orientación general. La información está sujeta a cambios sin previo aviso. Póngase en contacto con su representante comercial o distribuidor de IBM local para conocer la información más reciente acerca de los productos y servicios de IBM.

- 1, 2, 13 IBM, *Global CEO Study 2006*, Marzo de 2006.
- 3 IBM, *2010 CIO Outlook v2.0*, Dave Newbold, March 2007.
- 4 Internet World Stats, "Internet Usage Statistics, the Internet Big Picture, World Internet Users and Population Stats," <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- 5 comScore, "Major Social Networking Sites Substantially Expanded Their Global Visitor Base during Past Year", Nota de prensa, Julio de 2007, 2007, <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1555>
- 6 Robin Gareiss, "Branch appeal for Web conferencing," *NetworkWorld*, 14 de Agosto de 2007, <http://www.networkworld.com/newsletters/branch/2007/0813branch1.html>
- 7 Gartner, Inc., "Predicts 2008: Disruptive Shifts in the High Performance Workplace," David Mario Smith y otros autores, 6 de Diciembre de 2007.
- 8 IDC, *Worldwide Enterprise Instant Messaging Applications and Management Products 2007-2011 Forecast: UC Mania Puts Spotlight on EIM*, Doc #209596, Diciembre de 2007.
- 9 Denise Dubie, "Time spent searching cuts into company productivity," *NetworkWorld*, 20 de Octubre de 2006, <http://www.networkworld.com/news/2006/102006-search-cuts-productivity.html>
- 10 Nemertes Research, *Building the Successful Virtual Workplace: Branch Office Challenges and Innovation*, Robin Gareiss, 2007.
- 11, 12 IBM, *Unlocking the DNA of the Adaptable Workforce, The Global Human Capital Study 2008*, Septiembre de 2007.

© Copyright IBM Corporation 2008
Reservados todos los derechos.

CIW03038-ESES-00