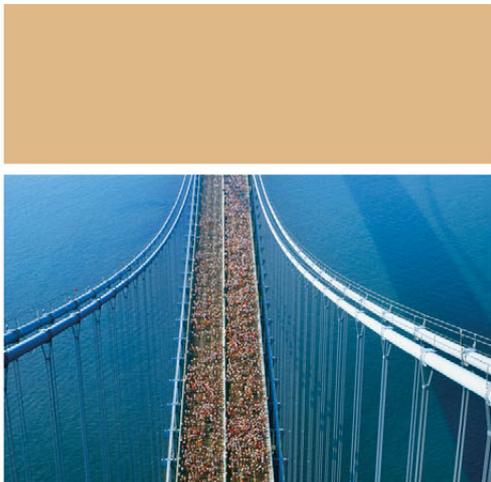


Web 2.0 @ Work: Cómo pueden los CIO contribuir a potenciar los resultados financieros de la empresa, mejorando la eficacia organizativa



Web 2.0 @ Work: Cómo pueden los CIO contribuir a potenciar los resultados financieros de la empresa, mejorando la eficacia organizativa



Las empresas se verían muy limitadas si no pudieran acceder a los datos históricos para fundamentar sus decisiones asociadas a cualquier aspecto del negocio. Pero, a veces, la recopilación, codificación y distribución de este conocimiento suele ser muy desalentador. La respuesta, para muchas empresas y para los CIO, la hallan en Web 2.0, adaptado al negocio, un potente entorno de redes sociales que suministra herramientas de colaboración seguras e integradas que permiten a los empleados aprovechar el conocimiento total distribuido por toda la empresa.

Jaime, un representante de ventas, está actualizando la aplicación CRM (gestión de relaciones con clientes) con los resultados positivos de la reunión que acaba de tener con un cliente. Éste está muy interesado en recibir una propuesta dentro de una semana. Mientras Jaime actualiza esta información, sucede algo inhabitual. Aparece una pantalla que muestra una lista de colegas de su empresa que tienen experiencia con clientes del mismo sector o con las mismas necesidades de ese producto/servicio. Cuando coloca el cursor sobre un nombre concreto, Barbara, aparece un listado de propuestas similares creadas por ésta, y los documentos que describen cómo consiguió la operación y las entradas de su blog donde anota las estrategias y servicios asociados a clientes con iguales requisitos. Jaime pulsa en la foto de Barbara para llamarle por teléfono o, si está conectada, enviarle un mensaje instantáneo.

Facilitar la innovación

Según una gran mayoría de miembros de la alta dirección de empresas a nivel mundial, hoy día, la innovación es un factor esencial para el éxito. En una encuesta a directores generales, realizada recientemente por IBM, los rasgos clave de la Empresa del Futuro son la integración global y un modelo de negocio innovador.¹ En cuanto al modo de llevar a cabo dicha innovación, los directores generales declaran que son fundamentales la colaboración y el uso de herramientas Web 2.0².

Las cuatro claves del éxito

IBM ha identificado cuatro factores que influyen en el éxito de una iniciativa Web 2.0 sostenible que fomente el crecimiento del negocio.

1. Lo primero es la empresa

Para que las herramientas Web 2.0 sean útiles para los empleados que las apliquen, necesitan funcionar del modo al que los usuarios ya están acostumbrados a trabajar y en situaciones que correspondan a las suyas.

2. Integrar las herramientas

La estrategia de integrar las herramientas Web 2.0 en las aplicaciones y procesos existentes resuelve dos retos clave para las iniciativas de redes sociales en muchas empresas: la resistencia a adoptar este entorno y que las ventajas sean cuantificables.

3. Centrarse en los roles

Las herramientas basadas en roles pueden acabar con las barreras corporativas existentes entre departamentos, países y procedimientos, y facilitar a los usuarios un acceso sin trabas a las fuentes de experiencia y de información que, de no ser así, no se encontrarían o, en todo caso, con dificultad.

4. Promocionar una cultura colaborativa

Para animar a los empleados a que adopten las redes sociales, se deben incentivar en la empresa determinadas pautas de comportamiento, tales como compartir la experiencia profesional y reutilizar los activos corporativos ya existentes.

El resultado: una empresa más adaptable

Según la encuesta global sobre capital humano 2008 de IBM, las características siguientes son propias de empresas que 'se adaptan con facilidad a las condiciones cambiantes del mercado':

- Previsión de las habilidades futuras requeridas
- Eficacia en localizar expertos
- Eficacia en colaboración.³

Como se ha indicado, una implantación de Web 2.0 bien estudiada y orientada a la empresa reúne las condiciones para poner en práctica estas características de adaptabilidad. Otras ventajas potenciales son: reducción de los tiempos de comercialización de los productos, realización de los cambios con éxito y mejora de la eficiencia operativa.

La rentabilidad de la inversión en Web 2.0

Basándose en la experiencia interna y en la resultante de implantar estrategias Web 2.0 en sus clientes, IBM ha identificado cuatro factores de rentabilidad en la inversión (ROI) en esta infraestructura:

- Mejorar el crecimiento del negocio a través de la innovación
- Mayor rapidez en la ejecución de las tareas
- Eficiencia mejorada
- Mayor rentabilidad de los recursos clave.

Con estos componentes como estructura, IBM ha creado un modelo de ROI único en el ámbito de la colaboración, que demuestra las ventajas de Web 2.0 resultantes de las interacciones de los roles en la empresa.

Para obtener información adicional

Si desea una copia completa del informe Web 2.0 @ Work: Cómo pueden los Directores de TI (CIOs) contribuir a potenciar los resultados financieros de la empresa, mejorando la eficacia organizativa – o si necesita más información sobre Web 2.0, sobre la iniciativa 'IBM's Web 2.0 Goes to Work' o sobre los productos y servicios de IBM para redes sociales, póngase en contacto con el representante de marketing de IBM o el Business Partner de IBM de su zona, o visite el sitio Web:

ibm.com/services/es/cio/empower

Además, IBM Global Financing puede adaptar las soluciones de financiación a sus necesidades específicas de TI. Para más información sobre oportunidades de precios, planes de financiación y servicios de desecho de activos y recompra, visite: ibm.com/financing/es

Web 2.0 @ Work: Cómo pueden los CIO contribuir a potenciar los resultados financieros de la empresa, mejorando la eficacia organizativa



Contenido

- 4 [Introducción](#)
- 5 [Aprovechar el potencial de recursos humanos](#)
- 6 [Impulsar los objetivos de los directores generales \(CEOs\)](#)
- 6 [La respuesta está en la gente](#)
- 8 [Las cuatro claves del éxito de una implantación](#)
- 11 [El resultado: una empresa más adaptable](#)
- 12 [La rentabilidad de la inversión en Web 2.0](#)
- 14 [IBM puede ayudar](#)
- 15 [Para obtener información adicional](#)

Introducción

A mediodía, un martes, Jaime, un representante de ventas, está actualizando la aplicación CRM (gestión de relaciones con clientes) con los resultados positivos de la reunión que acaba de tener con un nuevo cliente. Éste quiere que le elabore rápidamente una propuesta en un plazo de una semana para un número de productos y servicios.

Mientras Jaime actualiza esta información, sucede algo inhabitual. Aparece una pantalla que muestra una lista de colegas de su empresa – algunos conocidos, otros, no. La pantalla indica que esas personas tienen experiencia y relaciones continuas con clientes del mismo sector y con similares necesidades de productos y servicios que el nuevo cliente de Jaime.

Cuando coloca el cursor sobre un nombre concreto, Barbara, aparece un listado de propuestas similares creadas por ésta, y los documentos que describen cómo consiguió la operación y las entradas de su blog donde anota las estrategias y servicios asociados a clientes con iguales requisitos. Jaime pulsa en la foto de Barbara para llamarle por teléfono o, si está conectada, enviarle un mensaje instantáneo. En caso de que Jaime no conozca a Barbara y quiera que algún colega se la presente, puede pulsar en un icono especial que muestra los miembros de su red personal y sus relaciones profesionales con ella.

El escenario es real. Lo verdaderamente sorprendente es que no requiere esfuerzo alguno. Los enlaces principales a los empleados, sus especializaciones, sus informes y sus relaciones profesionales están *integrados* en la aplicación en la que Jaime está trabajando, ni siquiera tiene que pulsar el ratón para que aparezcan los datos que necesita para aprovecharlos con éxito en su trabajo.

Web 2.0 –adaptado al negocio– puede potenciar una potente solución de redes sociales que facilitan la innovación y el éxito corporativos.

Aprovechar el potencial de recursos humanos

Las empresas se verían muy limitadas si no pudieran acceder a los datos históricos para fundamentar sus decisiones asociadas a cualquier aspecto del negocio. Este conocimiento histórico se ubica en distintos lugares, lo poseen distintos empleados de la empresa, tanto plasmado por escrito como acumulado en sus propias experiencias profesionales; de ahí la dificultad a la hora de recopilarlo, codificarlo y distribuirlo.

Lo que las empresas necesitan es un motor de colaboración social para identificar y conectar entre sí a los empleados, colaboradores y clientes, de modo que se rentabilice al máximo toda la experiencia y conocimiento. El motor de colaboración deberá adaptarse sencillamente al modo en que trabajan los usuarios del entorno corporativo, y facilitar el acceso a las fuentes a través de herramientas comunes, desde una lista de clientes globales hasta la experiencia en ventas de un empleado concreto.

La respuesta para muchas empresas, y sus respectivos CIO, reside en Web 2.0. En particular, adaptado al negocio, Web 2.0 es un potente entorno de redes sociales que suministra herramientas de colaboración seguras e integradas que permiten a los empleados aprovechar el conocimiento total distribuido por toda la empresa.

Web 2.0 @ Work: Cómo pueden los CIO contribuir a potenciar los resultados financieros de la empresa, mejorando la eficacia organizativa



Impulsar los objetivos de los directores generales (CEOs)

Según una gran mayoría de miembros de la alta dirección de empresas a nivel mundial, hoy día, la innovación es un factor esencial para el éxito. En una encuesta a directores generales, realizada recientemente por IBM, la innovación ‘más allá de la imaginación del cliente’, la integración global y un modelo de negocio rupturista son los rasgos clave de la Empresa del Futuro⁴. En cuanto al modo de llevar a cabo dicha innovación, los directores generales declaran que son fundamentales la colaboración y el uso de herramientas Web 2.0⁵.

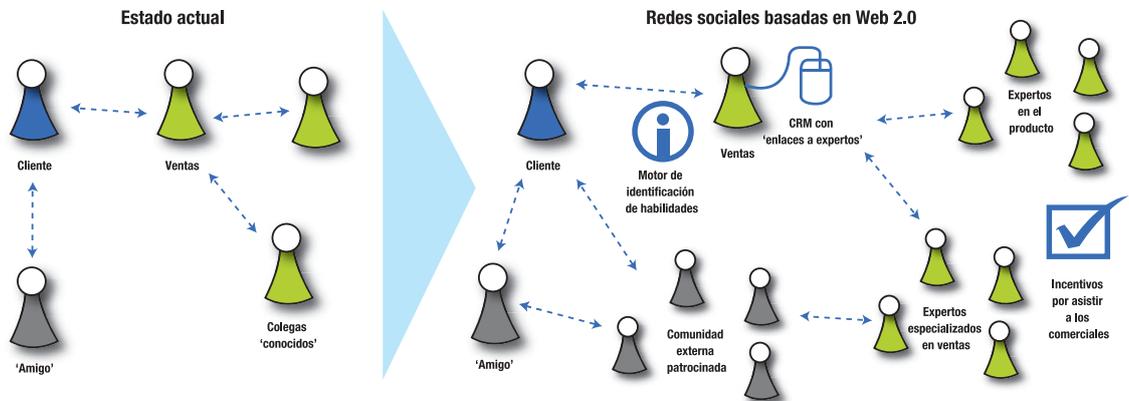
Para los CIO éstas son muy buenas noticias. De los miembros de la dirección, los CIO son los que están mejor situados para influir en los demás y facilitar estas iniciativas de colaboración en la empresa. El CIO tiene en sus manos una combinación única de experiencia, especialización y herramientas tecnológicas idóneas para potenciar el tipo de colaboración e interacción que generará la innovación y la eficacia competitiva en toda la empresa.

La respuesta está en la gente

La mayoría de las empresas cuentan con los elementos clave de su éxito: su gente. Tanto los empleados, como los proveedores y clientes, en sus relaciones en el ámbito de la empresa, están deseando apoyar las iniciativas de innovación y crecimiento que benefician a todos. En muchos casos, lo que falta es el marco en el que puedan colaborar.

Web 2.0 responde a dicho marco. Las redes sociales, gracias a sus herramientas y métodos para colaborar y crear, permiten diseñar un entorno que fomenta la innovación y la eficiencia. Ayudan a disolver las barreras entre departamentos o países, y dejan atrás el interés por los procesos de negocio tradicionales para dar prioridad a una zonas que no están aprovechadas: las interacciones y relaciones entre las personas en el marco corporativo.

Web 2.0 @ Work: Cómo pueden los CIO contribuir a potenciar los resultados financieros de la empresa, mejorando la eficacia organizativa



Cuando dichas interacciones y relaciones entre los empleados de una empresa se efectúan de modo rentable, constituyen una excelente oportunidad para diferenciarse con éxito en el mercado. Para ello, la iniciativa Web 2.0 es idónea.

No obstante, Web 2.0 no se puede implantar de cualquier manera. Como muchas empresas han podido comprobar, las implantaciones fuera de contexto, de tipo YouTube, no dan resultado en sectores tales como agencias de valores financieros, compañías aéreas, administración pública o fabricación. Para rentabilizar al máximo las iniciativas Web 2.0, deben estar orientadas al negocio. Estos entornos, conocidos como redes sociales, crean y distribuyen unas herramientas seguras y estratégicas que suministran un acceso de modo coherente y en tiempo real a la información, aplicaciones y usuarios, en función del rol, la experiencia y las preferencias de éstos. Si se agiliza el acceso a los usuarios y a la información correctos, reduciendo la sobrecarga de datos, el resultado es más rentable, creativo e innovador.

Aún más noticias positivas para los CIO: exceptuando los servicios genéricos basados en la Web, tales como motores de búsqueda y mensajería instantánea, sólo 1 de cada 4 empleados aprovecha actualmente las herramientas de Web 2.0[®]. Esto convierte a esta infraestructura en una enorme oportunidad para los CIO que quieren diferenciar de modo competitivo su empresa y cumplir los objetivos corporativos. También otros directivos consideran las enormes ventajas de Web 2.0 por el potencial tecnológico que supone el suministrar una

Web 2.0 @ Work: Cómo pueden los CIO contribuir a potenciar los resultados financieros de la empresa, mejorando la eficacia organizativa



combinación de innovación y eficiencia, difíciles de obtener de otro modo en una economía global en constante cambio como la actual. Y son partidarios de invertir en iniciativas Web 2.0, y fomentar su uso en la empresa, a la vez que intentan recortar gastos en otros ámbitos.

Si añadimos a esto la gran popularidad de las herramientas Web 2.0, como muestra el espectacular crecimiento de implantaciones como YouTube, y la rápida expansión de las redes sociales, que incluyen elementos tales como gestión de contenidos corporativos, motores de identificación de especializaciones y de análisis, no es de extrañar que las empresas de hoy vean en esta iniciativa una excelente oportunidad de éxito.

Las cuatro claves del éxito de una implantación

Recientemente, la publicación de negocios online *The McKinsey Quarterly* ha revelado los resultados de una encuesta que demuestra que para que tenga éxito una iniciativa Web 2.0, la implantación se debe estudiar en profundidad y con eficacia. Si se aplica un plan completo para un uso de Web 2.0 basado en el negocio, hay más probabilidades de que estas herramientas sean productivas y se sigan usando, que si no se tiene un plan bien estudiado.⁷

IBM, basándose en su amplia experiencia en herramientas, planes y estrategias Web 2.0, tanto a nivel interno como para sus clientes, ha identificado cuatro factores clave para que una iniciativa de redes sociales sea sostenible y contribuya al éxito de la empresa.

1. Lo primero, los requisitos de la empresa

No basta con disponer de las herramientas de tipo Facebook en la empresa. Uno de los requisitos más importantes para el CIO es que la implantación tenga éxito a través de una adecuada selección y adaptación de las herramientas Web 2.0 al entorno corporativo.

Deberán, pues, trabajar en colaboración con éstos, para aprovechar las ventajas de la implantación de Web 2.0 en el entorno corporativo.

Para que las herramientas Web 2.0 sean útiles para los empleados que las apliquen, necesitan funcionar del modo al que los usuarios ya están acostumbrados a trabajar y en situaciones que correspondan a las suyas. Por ejemplo, a los expertos en recursos humanos que quieren cubrir determinados puestos les puede resultar muy útil que la base de datos sobre perfiles profesionales internos se cargue automáticamente y, al introducir los parámetros del puesto correspondiente, se efectúen sencillas búsquedas en su software habitual. De este modo, los talentos con los que cuenta la empresa se ubican y aprovechan sin gastos adicionales.

Para lograr esa estrecha integración de herramientas y situaciones, los CIO suelen colaborar con los representantes de las principales líneas de negocio y áreas funcionales de la empresa para entender cuáles son los roles y procesos asociados que pueden beneficiarse de las redes sociales.

2. Integrar las herramientas

Como se deduce de lo anterior, la integración de las herramientas Web 2.0 en las aplicaciones y procesos diarios es otra de las claves del éxito. Si consideramos el ejemplo citado anteriormente, Jaime no necesitó buscar en documentos, consultar personalmente con nadie para lograr la información que quería, ni abrir una ventana de mensajería instantánea. Tampoco necesitó activar manualmente otra aplicación adicional. Todas las acciones y aplicaciones se ejecutaron automáticamente en el contexto diario de su trabajo.

La estrategia de integrar las herramientas Web 2.0 en las aplicaciones y procesos existentes resuelve dos retos clave para las iniciativas de redes sociales en muchas empresas: la resistencia a adoptar este entorno y que las ventajas sean cuantificables.

Aunque los empleados estén utilizando habitualmente herramientas Web 2.0, como Facebook, para uso personal, muchos no entienden el potencial tecnológico que contienen para el uso en la empresa. A menudo, consideran esa tecnología como algo que 'utilizan mis hijos' o algo que les va a llevar mucho tiempo aprender. Al integrar las herramientas de redes sociales en las aplicaciones

Web 2.0 @ Work: Cómo pueden los CIO contribuir a potenciar los resultados financieros de la empresa, mejorando la eficacia organizativa



y procesos diarios de la empresa, los CIO pueden facilitar que los empleados adopten Web 2.0 sin estar conscientes de ello. Una vez más, nos sirve el ejemplo dado al principio: Jaime no tuvo que hacer una solicitud ni buscar perfiles de las personas para cubrir el puesto vacante. Las herramientas lo hicieron por él, con todas las ventajas resultantes.

3. Centrarse en los roles

Hasta hace poco, el diseño de la mayoría de los entornos de negocio estaba orientado a los procesos, centrados en mejorar la eficacia y reducir costes.

A medida que se logra consolidar con éxito los procesos básicos, los responsables buscan nuevas iniciativas que sigan potenciando la eficiencia y la innovación.

Dar prioridad a los roles puede ser una de esas nuevas iniciativas. Las herramientas basadas en roles, por ejemplo, pueden disolver las barreras corporativas existentes entre departamentos, países y procedimientos para facilitar a los usuarios un acceso sin trabas a las fuentes de experiencia y de información que no se encontrarían con la misma rapidez que si se utilizasen procesos empresariales tradicionales. Herramientas tales como las redes sociales facilitan las conexiones y la innovación y, por consiguiente, estas ventajas pueden convencer a los directivos para invertir en ellas y facilitar a los empleados estos nuevos modos de realizar el trabajo con más eficiencia.

4. Promocionar una cultura colaborativa

Si se quiere que los empleados cambien el modo de interactuar, la empresa necesita incentivar un nuevo comportamiento. Por ejemplo, si la empresa quiere que los empleados sirvan como 'go-to people' (solucionador de problemas) en cuanto a información y experiencia en relación con un cliente, un proceso o un documento – dedicando un tiempo a tareas y roles menos tradicionales – necesita incentivar a los que así actúen.

Las ventajas potenciales de una iniciativa Web 2.0 incluyen: colaboración más efectiva, tiempos de comercialización más breves y eficiencia operativa mejorada.

Si se trabaja en colaboración con las líneas de negocio y recursos humanos, los CIO pueden usar el análisis de redes y otras técnicas para identificar a los empleados que pueden servir como ‘centros’ de información y de conocimiento y ‘pioneros en adoptar’ las herramientas de redes sociales. A continuación, se puede llevar a cabo una iniciativa de gestión de cambios para introducir las nuevas herramientas en el resto de la empresa e incentivar su adopción.

Entre las principales líneas de conducta que se pueden fomentar está la de compartir experiencia profesional y conocimiento, y reutilizar los activos corporativos existentes, tales como plantillas de propuestas, presentaciones al cliente y otros materiales de ventas y marketing. Incentivar este tipo de conductas en el marco de una red social se puede lograr con relativa facilidad, ya que las propias herramientas –tales como creación de etiquetas (tagging), motores de búsqueda y sistemas de calificación– ofrecen monitorización de uso ya integrada.

El resultado: una empresa más adaptable

Según la encuesta global sobre capital humano 2008 de IBM, las características siguientes son propias de empresas que ‘se adaptan con facilidad a las condiciones cambiantes del mercado’:

- Previsión de las habilidades futuras requeridas
- Eficacia en localizar expertos
- Eficacia en colaboración⁸

Como se indica en este informe, una implantación de Web 2.0 bien estudiada y orientada a la empresa reúne las condiciones para poner en práctica estas características de adaptabilidad. Además, incluye ventajas adicionales, tales como unos horizontes de comercialización más cortos; éxito en la realización de cambios gracias a la diseminación automática del conocimiento, la experiencia y la especialización; mejora de la eficiencia operativa al aprovechar a fondo el capital humano de la empresa en el contexto de una aplicación o un proceso corporativos.

Web 2.0 @ Work: Cómo pueden los CIO contribuir a potenciar los resultados financieros de la empresa, mejorando la eficacia organizativa



De las ventajas para la empresa también se pueden beneficiar las relaciones con los clientes. A través de blogs externos y otros sitios de contenidos generados por el usuario, en la Web se habla de prácticamente cualquier empresa. Una implantación con éxito de las redes sociales permite a las empresas aprovechar que en 'las conversaciones' que terceros intercambian sobre ella en la Web se suministre información segura y fiable de sus productos y servicios, aumentando así la imagen de marca y las ventas, y estableciendo una nueva fuente de interacción con los clientes a través de una posición competitiva que la diferencie en el mercado.

Por otro lado, los empleados también se pueden beneficiar a nivel individual. Es muy probable que las tasas de fidelización aumenten a medida que los usuarios vean que el trabajo de ese modo es más productivo y ventajoso. El ritmo de aprendizaje puede aumentar, pues resulta sencillo buscar ideas e intercambiarlas con expertos de toda la empresa y su cadena de valor ampliada. Se evitan los errores y las tareas duplicadas; se mejora la calidad del trabajo y se descubren nuevas oportunidades de crecimiento profesional.

La rentabilidad de la inversión en Web 2.0

Recientemente, la publicación de negocios online *The McKinsey Quarterly* ha revelado los resultados de una encuesta sobre Web 2.0 que demuestra que el mayor obstáculo para adoptar esta infraestructura en las empresas es la incapacidad de la alta dirección de entender su potencial de rentabilidad financiera⁹. O dicho de otro modo, los CIO deberán presentar a los demás miembros de la dirección y responsables de las líneas de negocio un caso de estudio que sitúe a las redes sociales en el contexto de los objetivos corporativos y que incluya una descripción de la rentabilidad de la inversión (ROI).

Web 2.0 @ Work: Cómo pueden los CIO contribuir a potenciar los resultados financieros de la empresa, mejorando la eficacia organizativa

Basándose en la experiencia interna y en la resultante de implantar estrategias Web 2.0 en sus clientes, IBM ha identificado cuatro factores de rentabilidad en la inversión (ROI) en esta infraestructura:

Mejorar el crecimiento del negocio a través de la innovación	Significa	<ul style="list-style-type: none">• Respuesta más ágil para resolver los temas de los clientes• Mejor eficacia de las comunicaciones intra/intercompañía• 'Economía' natural a la hora de buscar y evaluar ideas.
Mayor rapidez en la ejecución de las tareas	Significa	<ul style="list-style-type: none">• Ubicación de la persona idónea en el contexto de un trabajo específico• Acceso más rápido a las mejores prácticas en el contexto de una actividad específica• Capacidad para direccionar la información y compartirla para resolver temas.
Eficiencia mejorada	Significa	<ul style="list-style-type: none">• Menores costes de contratación de habilidades que ya existen en la empresa• Reducción del trabajo en proyectos que se solapan• Mejor cumplimiento de normas a través del uso integrado de una serie de herramientas frente a aplicaciones Web heterogéneas.
Mayor rentabilidad de los recursos clave	Significa	<ul style="list-style-type: none">• Aprovechar a los expertos clave a través de la empresa• Mayores índices de retención de empleados jóvenes• Desarrollo más rápido de los recursos de alta rentabilidad

Web 2.0 @ Work: Cómo pueden los CIO contribuir a potenciar los resultados financieros de la empresa, mejorando la eficacia organizativa



Con estos componentes como estructura, IBM ha creado un modelo de colaboración de alta rentabilidad. Dicho modelo muestra las ventajas de Web 2.0 como resultado de las interacciones de roles en la empresa – el equivalente del modelo de proceso para ROI (rentabilidad de la inversión) centrado en las colaboraciones. Para lograr mayor eficiencia, estas pautas de interacción de roles son visibles, repetibles y mensurables.

IBM puede ayudar

Desarrollar un plan de implantación de Web 2.0 seguro, completo y bien pensado no es tarea fácil. Además de conocimientos tecnológicos, los CIO deben incluir en el plan de Web 2.0 todos los elementos, desde los más básicos hasta las implicaciones culturales de la colaboración y un caso de negocio detallado para que la alta dirección lo pueda aprobar. Para aquellos CIO que lo deseen, IBM puede aportar su amplia experiencia, junto con activos especiales, tales como un modelo de ROI mensurable.

IBM fue el primer fabricante en desarrollar y lanzar al mercado una plataforma orientada a la informática conectada socialmente: IBM Lotus Connections. A partir de la experiencia adquirida en la creación y adaptación de las herramientas Web 2.0, primero, para sus propios empleados y, luego, para sus clientes en una gran variedad de sectores industriales, IBM desarrolló la última versión de Lotus Connections (2.0), que la 'Enterprise 2.0 Conference 2008' sigue considerando como la mejor plataforma¹⁰. IBM Lotus Atlas y Quickr ahora están disponibles para suministrar aún más prestaciones a las redes sociales.

IBM también tiene en marcha otra iniciativa denominada 'Web 2.0 Goes to Work'. Ha sido especialmente diseñada para ayudar a las empresas a incorporar el valor de Web 2.0 –como el sencillo acceso a la información, potentes aplicaciones basadas en navegador, redes sociales y software colaborativo– en el entorno corporativo, de modo seguro y fiable.

Además, también están disponibles otras iniciativas de IBM centradas en las evaluaciones de Quickr, proyectos piloto, ROI e implantación de redes sociales a gran escala.

Para obtener información adicional

Si necesita más información sobre Web 2.0, sobre la iniciativa 'IBM's Web 2.0 Goes to Work' o sobre los productos y servicios de IBM para redes sociales, póngase en contacto con el representante de marketing de IBM o el Business Partner de IBM de su zona, o visite el sitio Web: ibm.com/services/es/cio/empower

Además, IBM Global Financing puede adaptar las soluciones de financiación a sus necesidades específicas de TI. Para más información sobre oportunidades de precios, planes de financiación y servicios de desecho de activos y recompra, visite: ibm.com/financing/es



IBM España

Santa Hortensia, 26-28
28002 Madrid
España

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

IBM, el logotipo de IBM e ibm.com son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de International Business Machines Corporation en Estados Unidos y en los demás países.

Otros nombres de empresas, productos y servicios pueden ser marcas comerciales o marcas de servicio de terceros.

^{1, 2, 4, 5} IBM Global CEO Study 2008 (Encuesta global de IBM a los directores generales 2008), www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/ceostudy2008.html.

^{3, 8} IBM Global Human Capital Study 2008 (Encuesta global de IBM sobre capital humano 2008), www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/2008ghcs.html.

^{6, 7, 9} *Building the Web 2.0 Enterprise: McKinsey Global Survey Results* (El nuevo entorno corporativo Web 2.0, resultados de la encuesta global de McKinsey), The McKinsey Quarterly, Julio de 2008.

¹⁰ 'IBM resultó claramente ganador.' Resumen de la 'Enterprise 2.0 Boston Conference', www-01.ibm.com/software/lotus/events/enterprise20/.

© Copyright IBM Corporation 2009
Reservados todos los derechos.

