



Nigel Moulton

Director, Marketing de
Productos y Soluciones,
EMEA de Avaya

Nigel Moulton tiene más de 20 años de experiencia en los sectores de Telecomunicaciones e Internet y anteriormente ocupó cargos directivos de marketing y tecnología en D-Link Cisco Systems y 3Com. Junto con su equipo, Moulton se encuentra a cargo de todos los aspectos del marketing de productos y soluciones en todas las Unidades de Negocio.

¿QUÉ LE ESPERA A LA COLABORACIÓN?

La colaboración es uno de los temas de moda actuales, que permite abordar varias cuestiones empresariales importantes. Pero, ¿qué sucederá con la tecnología de colaboración?

Sin duda, la colaboración funciona. Y, muchas veces, con los mejores resultados.

Hay cientos de ejemplos que podemos tomar del amplio mundo en que vivimos para ilustrar lo que estamos diciendo. En la música, por ejemplo, tenemos Lennon-McCartney, la sociedad compositora de temas de The Beatles. En el arte, está Gilbert & George, ganadores esporádicos del Premio Turner. En ingeniería, podemos citar Aerospatiale-BAC Concorde, la sociedad anglo-francesa que hizo real el vuelo supersónico.

Entonces, ¿por qué la colaboración, con todos los beneficios e ideas nuevas que puede aportar, no tuvo tanto protagonismo en la historia del comercio? ¿Será por falta de motivación de las empresas al creer que la colaboración requiere la participación de toda la organización, cuando en realidad los resultados pueden obtenerse con sólo juntar a dos personas? ¿Por qué se dice que incluso los departamentos dentro de la misma compañía están demasiado “aislados” y, por lo tanto, no pueden cooperar entre sí y mucho menos con otras organizaciones?

Quizá ello se debe a una cierta desconfianza en la colaboración dentro de las empresas. También podría ser que los gerentes han

considerado la colaboración como una “alquimia” más que un proceso, algo que no puede definirse, medirse o replicarse. ¿O será que la gente piensa que la creatividad implícita en la colaboración es muy impredecible? Después de todo, uno podría decir que Concorde, a pesar de convertirse en la aeronave de pasajeros más representativa de la historia de la aviación, fue en el fondo un fracaso comercial...

Tiempo de Cambio

Si bien todas estas razones de “no adopción” pueden haberse usado en un momento u otro, la realidad es que el mundo comercial está cambiando. La colaboración está apareciendo como concepto central dentro de un conjunto de nuevas formas de trabajo. Esto se debe a varios factores:

- **El equilibrio variable del poder económico:** la caída del Muro de Berlín en 1989 dirigió la primera ola de competencia nueva hacia el Oeste, sobre todo en Europa. En 2001, China pasó a integrar la Organización Mundial del Comercio. Asimismo, ante el rápido desarrollo de países como India y Brasil, se prevé que esta tendencia seguirá. En estas condiciones, las organizaciones que deseen seguir siendo competitivas deberán poder reaccionar de inmediato ante cualquier cambio.

◦ **La comprensión de que el pueblo tiene el poder:** de a poco nos alejamos de la vieja estructura jerárquica de “mando y control” y nos encontramos en una situación en que los conocimientos se comparten en estilos de trabajo más cooperativos. La base de conocimientos de una sociedad solía limitarse a la información almacenada en la base de datos de la sociedad. Ahora se reconoce también la existencia de valiosos conocimientos dentro de la base de empleados.

◦ **Expectativas del usuario respecto de la tecnología:**

mientras que en el pasado la colaboración se basaba en reuniones personales, el entorno actual depende en gran medida del uso de tecnología. Los usuarios tienen expectativas muy altas con respecto a esa tecnología, ya que se los insertó en el mundo de las comunicaciones multimedia multimodales a través de las tecnologías que conocen y adoran en el ámbito personal.

El futuro

Creo que es probable que estos factores sigan influyendo durante los próximos 10 años y den lugar a una nueva y revolucionaria era de trabajo. Pero, ¿qué más sucederá? ¿Hay alguna otra cuestión o evento inminente que suscite la necesidad de contar con una capacidad aún más colaboradora?

En función de las observaciones del mercado y los acontecimientos fascinantes que presencié en los laboratorios de investigación y desarrollo de Avaya, elaboré tres predicciones para el futuro cercano:

La próxima gran ola de colaboración será con clientes y entre empresas

El mantra actual es “escuchar al cliente”. En el futuro, las compañías tendrán que ser más sofisticadas, lo cual implica reflejar una mayor transparencia y adoptar un enfoque interactivo respecto del mercado en el que no sólo escuchan a los clientes y socios y conversan con ellos, sino que además crean y colaboran en productos y servicios con ellos. Para alcanzar este estado, deberán ocuparse de ciertas cuestiones culturales y políticas, y de varias cuestiones tecnológicas, incluso la seguridad.

Lo virtual se integrará con lo real

El video ya forma parte de las empresas con soluciones de comunicaciones multimodales, como la solución Avaya Flare™ Experience, que simplifica la integración de la comunicación visual ad hoc en la rutina laboral de las personas desde sus propios escritorios. Esta clase de experiencia es el centro de lo que conocemos como Comunicaciones unificadas. Pero, ¿qué posibles aplicaciones tendríamos si agregáramos realidad virtual a la mezcla? En Avaya, desarrollamos una plataforma innovadora llamada web.alive, que ofrece un entorno de colaboración virtual. Esto contribuye a otra clase de experiencia, ya que los participantes son guiados por avatares que interactúan en tiempo real y colaboran entre sí a través de esa práctica interacción, en vez de utilizar imágenes de video. Para algunas empresas, aunque quizá no para todas, esto les permitirá afrontar sus desafíos al ampliar su capacidad de Comunicaciones unificadas.

El poder de la voz no desaparecerá, sino que se volverá cada vez más fuerte

Con todo este discurso sobre medios multimedia y de video, es fácil olvidarse de que a veces no hay nada mejor que una simple llamada telefónica para intercambiar información. Esto no va a cambiar en la próxima década ni en cualquier otra. De hecho, la voz ya es el elemento central de la mayoría de los sistemas de comunicaciones unificadas y quizá lo siga siendo de forma permanente. Pero, ¿una conversación no es más que una conversación? ¿Hasta dónde puede llevarse la voz? La respuesta surge de otro proyecto en los laboratorios de Avaya cuyo objeto es emular cómo los sitios web de medios sociales como Flickr permiten la colaboración mediante etiquetas y luego aplican el principio a la voz. Este sistema de etiquetas para conversaciones de audio (actualmente conocido como 'Echoes') incluye una interfaz visual web que permite comentar, buscar y recuperar conversaciones archivadas. Como resultado, las empresas podrán identificar y recuperar conversaciones importantes, identificar comunidades de expertos e incluso analizar el desempeño empresarial mediante la comunicación en torno a un cierto tema.

Esta es precisamente la clase de desarrollo que hará de la próxima década un período magnífico para cualquier persona que desee mejorar el trabajo colaborador de su empresa. Por eso, estoy seguro de que también será una década que seguirá aportando muchas más innovaciones que darán lugar a nuevos productos y mercados.