

Columna Ejecutiva**Comunicaciones Unificadas:
Los Desafíos Pendientes**

Enormes han sido los cambios que, en materia de comunicaciones, se han registrado en los últimos 30 años. Sin duda, una verdadera revolución para nuestras vidas.

Fue con el e-mail, que este vertiginoso proceso de transformaciones tuvo una de sus máximas expresiones. Las personas podían estar casi permanentemente conectadas a sus redes sociales, desde cualquier parte del planeta, pudiendo enviarse todo tipo de archivos, y quedando esas interacciones respaldadas en algún servidor.

Hoy, los individuos disponen de más caminos para tomar contacto con sus redes. Ya la comunicación dejó de ser un acto de persona a persona. Instancias como facebook, blogs y wikies, han llevado la interacción a un plano donde un emisor se comunica con varios receptores al mismo tiempo. En otras palabras, las comunicaciones unificadas son una realidad en el ámbito individual.

Cabe ahora preguntarse ¿qué está pasando en las organizaciones con todo esto?

La adopción de esta nueva generación de tecnologías en las empresas ha sido un poco más lenta que lo acontecido con las personas. Un claro ejemplo de ello fue el acceso a Internet.

En este contexto, un trabajador no sólo puede comunicarse con una persona específica, usando para ello medios específicos, sino que también puede hacerlo con un

grupo determinado de individuos de su organización. Lo anterior ya está transformando la forma de trabajar de las empresas que tienen procesos productivos, es decir, cuyo "Time to Market" es muy fuerte.

La clave del éxito radica en que todas estas tecnologías deben tomar en cuenta los procesos productivos de una organización, para así acceder de la manera más rápida y efectiva a la información y a las personas, y lograr ventajas competitivas.

Las comunicaciones unificadas apuntan justamente a incorporar esas herramientas en las empresas, de forma tal que los procesos se mejoren y potencien. Los desafíos pendientes son reeducar al personal en el uso de ellas, para lo cual la inversión en capacitación resulta fundamental. Pero antes, es necesario sensibilizar al nivel directivo de las organizaciones que, tradicionalmente, se ha mantenido lejano al mundo tecnológico. Son ellos los que primero deben conocer los reales beneficios y ventajas de esas herramientas. Para esto, es indispensable que cuenten con el apoyo y guía de especialistas en la materia, que entiendan su negocio y necesidades, para que así les proveen las soluciones más adecuadas a su realidad.



CRISTIAN CACERES
GERENTE DE NEGOCIOS
GRUPO TEKNO