

Especial
Colaboración empresarial
2018

**La colaboración
empresarial, brazo
armado de la
transformación
digital**



El 70 % de las empresas no tiene muy claro a qué se refiere este concepto

La **colaboración** empresarial, ¿la gran **desconocida**?

La colaboración empresarial es uno de los términos que más suenan en el segmento tecnológico en los últimos tiempos. Vinculado, de manera tradicional, con las soluciones de comunicaciones, el desarrollo de todo lo que suena a digital, ha abierto su aplicación mucho más allá de este terreno puramente unido a las comunicaciones, para alcanzar aspectos de transformación cultural y de modelos de negocio.

 Marilés de Pedro



A

pesar de que las empresas españolas utilizan recursos y aplicaciones integradas en este apartado, aún se les escapa el concepto de colaboración empresarial. Así queda reflejado en el estudio, realizado por IDC España a instancias de Ricoh, para indagar en este apartado. Un estudio en el que han participado más de 200 empresas y administraciones públicas. El 70 % de las mismas aseguró que no tiene muy claros los conceptos relacionados con la colaboración empresarial. Sólo el 30% de los cuestionados sí sabe a qué se refiere.

Ahora bien, una vez desvelado el término, aseguran que sí utilizan soluciones de trabajo compartido (en un 68 % de las empresas), sistemas de mensajería instantánea (un 55 %) y de videoconferencia en el PC o en una sala (en el

substantialmente los beneficios de trabajar de manera colaborativa. De hecho, el 71 % de las empresas considera que el sistema de colaboración empresarial con el que cuenta no es del todo apropiado a sus necesidades. Entre

Solo el 7 % de las empresas cuenta con una solución completa de colaboración

53 y en el 50 % de los casos, respectivamente). Eso sí, solo el 7 % de las empresas cuenta con una solución completa de colaboración. La falta de integración de estas herramientas en soluciones completas hace que no se perciban

los sectores que analiza el estudio, el 75 % de las empresas del sector de los medios de comunicación y ocio cree que sus sistemas de colaboración son apropiados.

En el lado opuesto se sitúan las empresas ubicadas en el sector de la educación, la sanidad y las Administraciones Públicas que reconoce que sus soluciones en este apartado no son las mejores.

Ahora bien, dos de cada tres empresas aseguran que la experiencia de uso de este tipo de aplicaciones es bastante satisfactoria y un 15 % reconoce que es totalmente satisfactoria.

El gusto por la reunión

Las tecnologías para la colaboración empresarial se sitúan como las principales iniciativas de transformación digital que han implementado las empresas europeas en el último año. Así lo asegura el 57 % de los encuestados. A continuación se sitúan los canales *online* y *móvil* (en el 54 % de los casos) y la autogestión de los clientes (en el 52 %).

A pesar de que las soluciones de colaboración empresarial reinan en este ranking de inversión digital, el 63 % de las empresas sigue realizando sus reuniones de manera presencial (el 77 % si se suma también el teléfono). Según el estudio, la empresa española no realiza las reuniones de manera óptima. El 32 % asegura que se tratan temas que se podrían solucionar con una llamada o un *email*, el 28 % las reuniones son demasiado largas, el 24 % que se convocan reuniones sin preparar, el 22 % opina que se convocan demasiadas reuniones, el 21 % que se convocan reuniones con demasiada gente y el 19 % que las reuniones son demasiado frecuentes.

Más de la mitad de los encuestados (54 % exactamente) reconoce que el uso de la videoconferencia se reduce a unos pocos usuarios dentro de la organización. El 21 % de las empresas no dispone de ningún sistema de conferencia (ni en el ordenador ni en una sala habilitada para ello). En el caso de las empresas más pequeñas (menos de 100 trabajadores), esta cifra se eleva hasta el 40 %. Por último, el 10 % de las empresas que sí dispone de sistemas de videoconferencia no está utilizando ninguno y sigue haciendo las reuniones únicamente de forma presencial o telefónica.

Unos baremos que, al mismo tiempo, señalan el gran reto que tienen las empresas que apuestan por la colaboración. Son las empresas de menos de 100 empleados las que prefieren más esta fórmula (un 85 %).

Beneficios

Según explica IDC, las características del nuevo lugar de trabajo digital hacen posible una mayor productividad. La consultora prevé que

para el año 2021, la colaboración hombre-máquina impulsará la productividad en un 15 %. En los datos concretos en España, la mejora de la productividad destaca como la principal prioridad de negocio para el 19 % de las empresas

más importante para las empresas de menor tamaño (hasta 99 empleados), mientras que las empresas grandes (más de 2.500 empleados) priorizan la mejora de los procesos de negocio (40 %).



Las tecnologías para la colaboración empresarial se sitúan como las principales iniciativas de transformación digital que han implementado las empresas europeas en el último año

españolas por delante de la reducción de costes (16 %). A continuación se sitúa la entrada en nuevos mercados y la mejora de los procesos de negocio (ambas con un 14 %) y el lanzamiento de nuevos productos y servicios (10 %). El incremento de la productividad tiene especial importancia en el sector de la banca, los seguros y los servicios, donde el 37 % de las empresas lo destacan como su máxima prioridad. Por tamaño de empresa, esta prioridad es

¿Por qué implantarlas?

Las empresas reconocen que la razón principal para adoptar estas tecnologías es la integración tecnológica (en un 48 %); un argumento que se sitúa muy por encima del ahorro de costes (11 %). También se señala la agilidad (en un 18 % de las empresas) o la eficiencia, en el 11 % de los casos. 

El canal de la marca supera los 300 distribuidores

"El **modelo de colaboración** empresarial forma parte de **nuestro ADN** desde hace muchos años"



Josep Aragonés, director general de la división de Tax&Accounting en España de **Wolters Kluwer**

El pasado año Wolters Kluwer cumplía 30 años de instalación en España. Un largo recorrido en el que el modelo de colaboración empresarial ha formado parte del ADN de la multinacional. Así lo asegura Josep Aragonés, director general de la división de Tax&Accounting en España. "Trabajar, en colaboración con otras empresas y con nuestro canal de distribución, forma parte de nuestra estrategia; de nuestro ADN". Ahí reposa su manera de entender la colaboración empresarial. "Se trata de un modelo en el que se suman activos de otras compañías a los propios y en el que, lógicamente, se incorpora la tecnología para ayudar a desarrollar y a optimizar los procesos de negocio".

 Marilés de Pedro

En el discurso estratégico siempre ha aparecido el concepto de ecosistema. Los despachos profesionales, co-razón del negocio de la compañía, se sitúan como uno de los vértices de este poliedro colaborativo. En el resto se ubican sus clientes (la pyme), claves; pero también la Administración o las entidades financieras. Y, por supuesto, Wolters Kluwer, que tiene un papel

esencial. "Nuestro objetivo es que este ecosistema funcione de manera operativa y eficiente; ofreciendo tanto fórmulas tradicionales, ubicadas en los entornos *onpremise*, como la nube".

**"Somos una empresa de canal.
Es uno de los diamantes de la compañía"**

En este ecosistema la relación entre el despacho profesional y la pyme se torna esencial.

Wolters Kluwer trabaja, gracias a sus herramientas de gestión, por que ésta fluya con la máxima rapidez y transparencia y, por supuesto, gane peso en la digitalización. Se trata de que el despacho evolucione hacia lo que la multinacional denomina "Despacho 4.0" que responde a un concepto de transformación de su negocio que alcance tanto la gestión de sus clientes como su propio modelo de negocio. Aragonés explica que, entre

otros retos, deben abordar nuevas fórmulas de comunicación con el mercado, mucho más abiertas y colaborativas. "Eso sí, utilizando plataformas en las que se garantice la seguridad de los datos a través de fórmulas de encriptación", puntualiza. En relación al modelo de negocio del despacho, éste tiene que responder a las exigencias de los clientes. "Muchas pymes, en lugar de abonar una cantidad fija por los servicios de los despachos prefiere optar por un modelo, más flexible, de pago por uso, lo que

rante unos cuantos años viviremos en este estadio híbrido en el que las empresas deberán decidir qué y dónde instalan la tecnología". Aragonés señala, además, la evolución pareja que deben seguir el despacho y su cliente. "Evolucionará a medida que lo hagan sus clientes, que son las pymes", insiste. "Esta transformación 4.0 permitirá que el negocio de un despacho, basado en los servicios, sea mucho más eficiente. Y la clave estará en colocar al cliente en el centro".

"Esta transformación 4.0 permitirá que el negocio de un despacho, basado en los servicios, sea mucho más eficiente. Y la clave estará en colocar al cliente en el centro"

les obligará a desarrollar una oferta más personalizada". Además, deben modificar parte de sus "prácticas" de negocio. "Los modelos tradicionales se sustentaban en mantener la cartera de clientes; sin embargo esto ya no es suficiente. Las nuevas exigencias del mercado les obligan a conseguir nuevos clientes y, de manera paralela, crecer en su cartera tradicional". Lógicamente, la tecnología ayudará a afrontar, con éxito, estos nuevos retos. Aragonés explica que en España la adopción de la misma, en lo que se refiere a sus herramientas de gestión, exhibe un entorno híbrido. Mientras que los grandes despachos profesionales, las grandes empresas y las empresas con un perfil más emprendedor son las que demandan soluciones en la nube; en el otro extremo hay un buen número de compañías, de pymes, que siguen optando por una fórmula tradicional. "En medio, todo un ecosistema de compañías que exhiben modelos diversos", explica. "Se explica por las diferentes culturas empresariales, su nivel emprendedor o su mentalidad", puntualiza. "Du-

El canal, siempre fundamental

En el caso de España el negocio de Wolters Kluwer se apoya en una amplia red de distribuidores que actualmente supera las 300 compañías. La relación con ellas supone otro ejemplo de este modelo de colaboración empresarial. "Somos una empresa de canal", recuerda Aragonés. "Es uno de los diamantes de la compañía".

Apelando a esta colaboración, insiste en que "uno más uno suma siempre más de dos". El modelo, basado en la transparencia y el respeto, incluye también una cierta "consolidación". Aragonés recuerda que se siguen produciendo fusiones entre *partners* que se mueven, por ejemplo, en la misma zona, lo que conduce a sumar negocios. "Estamos a favor de estas operaciones que otorgan una mayor fortaleza a las compañías".

Dentro de su estrategia de canal la marca cuenta con dos iniciativas destacadas: una de ellas es el plan Avanza,

Buena marcha del negocio en España

Josep Aragonés asegura que el negocio marcha a buen ritmo en este ejercicio. "Estamos en línea con la trayectoria del año pasado", desveló. En 2017, la división de Tax&Accounting creció un 5 % en Europa, gracias al tirón de un trío configurado por Reino Unido, Holanda y España. "Y seguimos en esta misma línea, lo que marca una buena tendencia". Aunque el grueso de la facturación reposa en la renovación, Aragonés desveló que el nuevo negocio está creciendo en torno a un 20 %. De cara al último tramo del año, la marca espera lanzar alguna novedad en forma de nuevas soluciones en los entornos de las nóminas y los RRHH; y el ERP.

enfocado en lograr el crecimiento de los *partners*; y la otra está centrada en los ISV para fomentar el desarrollo de verticales en torno a las soluciones de la multinacional. En la actualidad, ya hay 7 aplicaciones certificadas y otras 10 recomendadas (no cuentan con la masa crítica suficiente para lograr la certificación). Otras 9 más están en proceso de lograrlo. 

Wolters Kluwer
Tel.: 902 33 00 83

Acceda al vídeo desde el siguiente enlace:

<https://newsbook.es/actualidad/el-modelo-de-colaboracion-empresarial-forma-parte-del-adn-de-wolters-kluwer-desde-hace-muchos-anos-2018070567574.htm>



Para más información:

www.wolterskluwer.es

Ricoh prevé duplicar su negocio en este apartado en los dos próximos años

"El gran reto en la adopción de los sistemas de colaboración empresarial son las personas"



El horizonte de negocio de Ricoh se ha alargado mucho más allá del negocio impreso que le había otorgado, hasta el momento, la potente imagen de marca que exhibe en la actualidad. Sin perder pie en este apartado, Ricoh ha moldeado una estrategia que pretende desarrollar uno de los apartados más en boga en la actualidad: la colaboración empresarial; que mantiene una plena sintonía con el desarrollo de los proyectos de transformación digital. Hace un año la marca adquirió Techno Trends, una compañía líder en este apartado en España, lo que ha perfilado, definitivamente, esta apuesta estratégica.

Marilés de Pedro



La colaboración empresarial es la maximización del potencial del talento de las personas a través de la interacción y el intercambio de información entre ellas". Xavier Moreno, director de marketing de Ricoh en España y Portugal, especifica la manera en la que la empresa entiende tan popular término. Sustentada, lógicamente, en una oferta tecnológica, la diferenciación estratégica que la otorga la marca reposa en su foco en las personas. "Son la clave para que las empresas puedan lanzarse al mundo de la colaboración empresarial".

Un capital humano en el que los famosos *millennials* ejercen un poderoso dominio. En 2020 este grupo de edad, que identifica a las personas que han nacido a partir del año 80, representará el 50 % de la fuerza laboral de las empresas. Moreno reconoce que aunque no sea la única generación con capacidad para abanderar los cambios, sí exhiben unos hábitos diferentes que las empresas deberán tener en cuenta en sus procesos de transformación. "Su apego a la empresa es menor, estando más vinculados a los proyectos", determina. "Trabajan por algo más que por una retribución".

Las empresas, por su parte, deben prepararse, no solo para captar este talento sino también para aprovecharlo. Un talento que, en muchos casos, estará disperso e, incluso, se ubicará a muchos kilómetros de distancia de la oficina. Según un estudio de 3G Consultores el 50 % de los puestos de trabajo de una empresa está permanentemente desocupado (reunido, visitando clientes o teletrabajando, entre otras actividades). Una realidad que obliga a las empresas a variar sus configuraciones y a buscar



“La colaboración empresarial es la maximización del potencial del talento de las personas a través de la interacción y el intercambio de información entre ellas”

fórmulas para fomentar la innovación y la co-creación. “Deben aportar recursos de alto valor para los empleados y ser capaces de desarrollar y agilizar los proyectos innovadores”, insiste. “Y, por supuesto, potenciar la conexión del talento externo y del interno”.

Oferta TI

La estrategia de colaboración empresarial de Ricoh, sustentada en este foco en las personas y en la transformación de los espacios de trabajo, cuenta con un tercer elemento fundamental: la tecnología.

Su oferta TI se reparte en torno a cuatro áreas: productos de impresión pensados para servir a este entorno colaborativo, software, TI y servicios de comunicación. Moreno explica que todas son claves. “Los servicios de comunicación, tanto las pizarras como los sistemas de videoconferencia son fundamentales; pero también es básica una buena infraestructura TI”. En el área de la impresión, las máquinas de Ricoh están preparadas para integrarse en los sistemas de

colaboración. “Sin olvidar las piezas de software que permiten, a través de la digitalización, acceder a un sistema documental integrado en los sistemas de las empresas”.

Dentro de la oferta las pantallas digitales interactivas representan uno de los elementos que exhibe más inversión tecnológica. “El paso siguiente en la evolución tecnológica de las pizarras digitales va a ser la inclusión de capas de inteligencia artificial que permitan a estos dispositivos aportar más valor a las empresas”, anuncia. “Se trata de desarrollar funciones como la búsqueda de información cuando lo necesite el usuario, análisis de datos, etc.”.

“Las empresas deben aportar recursos de alto valor para los empleados y ser capaces de desarrollar y agilizar los proyectos innovadores”

Ricoh está analizando los sistemas de varias marcas para incorporar inteligencia a sus soluciones.

Buena marcha estratégica

La compra de Techno Trends, líder en España en este segmento de la colaboración empresarial, supuso el punto de inflexión en esta estrategia. Una operación anunciada hace un año y que ha culminado con una excelente integración. Xavier Moreno identifica los activos que han incorporado con la adquisición: los clientes y el capital humano.

En la facturación de Ricoh el 24 % de la misma ya procede de lo que se califica como “office services”, donde se ubica el área de la colaboración empresarial. El pasado año fiscal, que concluyó el pasado 31 de marzo, concretamente el área de colaboración empresarial sumó 12,4 millones de euros. Moreno se muestra optimista ante la proyección de este apartado. “Es un mercado con previsión de mucho crecimiento”. Según las consultoras, las ventas de pizarras digitales interactivas y los sistemas de videoconferencia duplicarán su venta en los dos o tres próximos años. “Seguro que Ricoh puede estar a la altura del mercado y doblar en un par de años el negocio en este apartado”. 

Ricoh

Tel.: 93 295 76 00

Acceda al vídeo desde el siguiente enlace:

<https://newsbook.es/actualidad/el-gran-reto-en-la-adopcion-de-los-sistemas-de-colaboracion-empresarial-son-las-personas-2018-070567571.htm>



RICOH
imagine. change.

Para más información:

www.ricoh.es

Cisco acaba de presentar una nueva plataforma de Webex

"Las soluciones de **colaboración** en la era **digital** deben basarse en una plataforma **cloud** unificada"

El desarrollo de este concepto va mucho más allá de la armadura tecnológica. "Más que soluciones concretas lo que hay que construir es un nuevo entorno de trabajo digital, cuyas máximas sean trabajadores siempre conectados, espacios colaborativos y dinámicos, una mayor satisfacción y compromiso, y una ciberseguridad integral y ubicua", relata Vigil. Un ecosistema estratégico en el que hay un elemento troncal. "Las soluciones de colaboración en la era digital deben basarse en una plataforma *cloud* unificada capaz de integrar todas las herramientas como llamadas de voz, videoconferencia, mensajería y reuniones de forma sencilla, intuitiva y segura". Vigil insiste en que es la base tecnológica de todas las herramientas de colaboración de Cisco. "Las interacciones tienen lugar en el *cloud* de Cisco o de nuestros *partners*", insiste. "Unas interacciones que incluyen todo: llamadas, videoconferencia, mensajería instantánea, pizarra interactiva... Y, sobre todo, un espacio de trabajo continuo en la nube. Para cada usuario".

Nuevas y... "maduras" generaciones

La incorporación de las nuevas generaciones digitales a las empresas, los famosos *millennials*, añade incluso algún componente "colaborativo" más. "Tienen sus propias preferencias y estilo de trabajo; lo que implica que las empresas deben responder a sus requisitos para poder captar y retener este talento", analiza. "Necesitan, fundamentalmente, que haya una continuidad en el trabajo. La flexibilidad, el



José Vigil,
director de ingeniería en **Cisco** España

El área de colaboración empresarial señala uno de los apartados estratégicos más tradicionales de Cisco. Con un largo recorrido en la multinacional arropa a cerca de 300.000 clientes en todo el mundo, incluyendo el 95 % de las empresas Fortune 500, que hacen uso de una oferta que abarca videoconferencia, conferencia web empresarial y comunicaciones unificadas. "Queremos proporcionar una experiencia de colaboración optimizada para cada sala, cada escritorio y cada presupuesto. En cualquier momento y lugar. Y desde cualquier aplicación y dispositivo", resume José Vigil, director de ingeniería en Cisco España.

 Marilés de Pedro

acceso a los compañeros y expertos con rapidez y mantener un flujo de trabajo continuo son cambios fundamentales impulsados por la digitalización y las nuevas generaciones. "Exigen un entorno de trabajo en el que se pueda colaborar de manera continua independientemente de hitos concretos como pueden ser las reuniones".

Sin embargo, no son solo estos tiranos digitales los que marcan el ritmo ya que en 2020 la mitad de los trabajadores pertenecerán a la generación *baby-boom* (55 a 64 años) y a la generación X (40 a 54 años). Por tanto, "hay que facilitar la colaboración a una fuerza de trabajo multigeneracional", concluye.

Se trata de promover un cambio en las organizaciones que, por supuesto, incluye a la tecnología, pero que sobre todo afecta a las personas. "La verdadera transformación ocurre cuando las organizaciones impulsan un cambio en múltiples frentes: un cambio tecnológico, que garantiza una infraestructura sólida, segura y moderna para respaldar los distintos tipos de colaboración que exigen los trabajadores, es parte del desafío; y junto a él, un cambio cultural, que fomenta la confianza, la flexibilidad, el crecimiento individual, la conciliación entre vida personal y laboral, la diversidad y el respeto en equipos altamente dinámicos".

Barreras

A juicio del responsable de ingeniería de Cisco, la seguridad es la principal barrera para el desarrollo de este nuevo espacio de colaboración empresarial. "Compartir datos corporativos e información confidencial en la nube implica un riesgo", recuerda. Un riesgo que Cisco pretende paliar con la inversión que destina a este apartado: 3.500 millones de dólares en los tres últimos años en herramientas de seguridad. "Nuestras soluciones de colaboración

Nueva plataforma de Webex

Desde el pasado mes de abril la solución Cisco Spark Board pasó a denominarse Cisco Webex Board ya que todas las soluciones de colaboración de Cisco convergen en una plataforma *cloud* única y común: Cisco Webex.

Esta integración ha dado como resultado una nueva aplicación para reuniones (Webex Meetings) y una nueva aplicación de colaboración en equipo llamada Webex Teams (que antes era Cisco Spark).

Cisco Webex Board es un dispositivo de colaboración todo en uno. Combina una pantalla para presentaciones inalámbricas, pizarra digital editable y videoconferencia. "Conecta las salas físicas y virtuales para facilitar un flujo de trabajo continuo y el trabajo se guarda de manera automática en el *cloud*, estando siempre disponible de esta manera", especifica Vigil. "La experiencia de usuario es táctil, sencilla e intuitiva".

incluyen cifrado de datos de extremo a extremo", señala. Un cifrado al que se une la certificación ISO 27001 con la que cuenta la pla-

El canal, clave

El canal, a semejanza del resto de áreas de negocio de Cisco, es prioritario en el desarrollo de la colaboración empresarial. La marca cuenta con más de 3.500 socios en la división centrada en este apartado, que suman más de 100.000 profesionales al servicio de los clientes. "La oferta se apoya en un canal plenamente certificado y especializado que cuenta con experiencia para

ofrecer modelos de implementación *on-premise*, *cloud* o mixtos", explica Vigil. "Capaz de ofrecer un servicio personalizado de consultoría, diseño, integración y soporte". 

"La seguridad es la principal barrera para el desarrollo de este nuevo espacio de colaboración empresarial"

taforma de colaboración en *cloud* (Webex Meetings y Webex Teams).

A su juicio la barrera cultural ya no es tan relevante. "Las organizaciones saben que o adoptan la digitalización o serán desplazadas del mercado por los competidores". Tampoco la económica es un obstáculo ya que las soluciones han ido ajustando su precio y la marca cuenta, para el mercado de las pymes, con soluciones de comunicaciones unificadas paquetizadas o todo en uno "a precios muy asequibles, como Cisco Business Edition". Incluso fórmulas de pago por uso, más flexibles para las empresas.

Cisco

Tel.: 91 201 20 00

Acceda al vídeo desde el siguiente enlace:

<https://newsbook.es/actualidad/las-soluciones-de-colaboracion-en-la-era-digital-deben-basarse-en-una-plataforma-cloud-unificada-2018070567565.htm>



Para más información:

www.cisco.com

El 81 % de las organizaciones considera que la gestión de las personas es el aspecto más relevante

El capital humano, santo y seña de la colaboración empresarial



La tiranía digital está cambiando el trabajo en tres dimensiones: el espacio de trabajo, la tecnología que facilita la colaboración y la cultura empresarial. Así lo afirma la consultora IDC que, en el estudio ordenado por Ricoh, deja claro que en estos procesos transformadores hay un elemento básico e imprescindible: las personas. En su análisis, el 81 % de las empresas encuestadas aseguró que es su gestión el elemento más importante en la implantación de estas soluciones; por encima de la tecnología o espacio.

Marilés de Pedro

La colaboración empresarial se sitúa, según el estudio, en el principal catalizador para hacer realidad tanto las iniciativas estratégicas de las compañías como las de los propios empleados. Eso sí, cualquier propuesta de mejora, de resolución de problemas o de innovación requiere la suma de distintos talentos para implementarse con éxito.

Hay que gestionar de manera adecuada tanto la colaboración entre humanos y máquinas para aumentar la productividad y automatizar el trabajo, como la creación de nuevas oportunidades para la generación de valor dentro de la organización. La experiencia del empleado se torna cada vez más importante, entendida ésta como una forma de atraer y retener talento. En este ámbito hay que tener en cuenta la convivencia de diferentes generaciones en un mismo espacio, cada una de ellas con necesidades diferentes. No se trata solamente de responder a las exigencias de las nuevas generaciones, 100 % digitales, sino también mantener el valor que proporcionan las "maduras". Y promover que se sepa trabajar en equipo, es decir, colaborar.

El reto no se torna fácil: en 2020 convivirán cinco generaciones en la empresa: los *Old Baby Boom* (65 a 69 años) representarán el 4 %, los *Young Baby Boom* (55 a 64 años) sumarán el 12 %, el 28 % será la generación X (40 a 54 años), el 48 % será *millennials* (20-39 años) y el 5 % será la generación i (menos de 19 años). Sin embargo, según apoya IDC, las soluciones de colaboración empresarial ayudan a mejorar la experiencia del empleado y reducen esta brecha intergeneracional. El 75 % de las empresas españolas considera que las necesida-

des de colaboración son diferentes en las diversas generaciones que conviven actualmente en la empresa. De hecho, preguntadas por las necesidades de colaboración específicas por generaciones, el 35 % de los encuestados manifestó que las generaciones más jóvenes demandan herramientas de última generación, mientras que las generaciones más mayores demandas principalmente más preparación y formación. [M](#)

IDC Tel.: 91 787 21 50 Gartner Tel.: 91 114 47 00

Buenas previsiones en España

Un reciente estudio de Gartner realizado en España desvela que el puesto de trabajo digital es una prioridad para la transformación digital de las empresas. El 59 % de las empresas consultadas pretende invertir en tecnologías de colaboración, incluyendo mensajería instantánea, colaboración en la nube y comunicaciones unificadas.

La razón es sencilla: el 69 % afirma que el uso de las herramientas de colaboración aumenta su productividad entre un 20 y un 40 %. A la vista de los datos, parece que el mercado español exhibe grandes oportunidades ya que está dejando atrás las herramientas de colaboración obsoletas para apostar por un verdadero trabajo colaborativo capaz de impulsar la innovación.