



+ MUJERES DIRECTIVAS

Entrevista a Paz Martos

**Directora General
AVAYA IBERIA**

ENTREVISTA REALIZADA POR
Jesús Rivero

FOTOS
María Notario

Puro nervio. Sonrisa fácil.
Entrañable en las distancias
cortas.

De mirada vivaz... no consigue domar unos pelos negros, muy negros, de su coqueta melena, que adornan revoltosa y continuamente su frente, como queriendo muy a su pesar declarar que todavía parece, físicamente, una joven "teen-ager", aun cuando está casada y sea madre de tres hijos.

En la Escuela (Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación) debió "causar estragos"; entonces no la conocía. En AVAYA, cuando la conocí en su etapa de Directora de Canal -cuyas funciones asumió de 2002 a septiembre de 2007-, antes de ser nombrada Directora General, puedo asegurar que "movía voluntades": ni ordena, ni pide,... convence. Incluso ahora, no necesita para "mandar", un despacho de Directora General, como el que tiene asignado y en el que la hice la entrevista... todavía sigue ocupando el de su anterior puesto: su "gente", la ha dado su confianza; sus "clientes", la han confiado sus problemas, para que les facilite una solución tecnológica.

Antes de incorporarse a AVAYA, en 1999, Paz Martos, había desarrollado puestos de



responsabilidad en empresas del sector, tales como ALCATEL y ASCOM.

Nacida en Madrid, practicó el golf desde muy joven, por "influencia" de su padre. Ahora, que nadie la influencia, ahora jugar de nuevo: ahí le dejo el dato, amigo lector. De Vd., y sólo de Vd., depende dar el "golpe" definitivo... pero yo, la invitaría al "green".

¡Discúlpame!, Paz, por desvelar el secreto. Y, gracias por "poner Madrid a mis pies", recibíendome en tu despacho de las Torres KIO.

Desde su llegada a la compañía, cuando todavía ésta se encontraba bajo Lucent, ¿cuál ha sido su trayectoria y los hitos más importantes alcanzados?

Mi llegada a la compañía se produce en el año 1999, procedente de Ascom. Por aquel entonces, Avaya no existía, ya que mi contrato lo firmé con Lucent y entré como parte del departamento comercial para desarrollar la relación con Telefónica como integrador de Avaya. En el año 2000 se produce el *spin off* de Lucent creándose Avaya y pasé a tener la responsabilidad sobre el grupo de comerciales que gestionaba los clientes estratégicos y multinacionales de Avaya. Es a partir del año 2002 cuando asumo la dirección de Canal para España y Portugal. Durante este tiempo he contribuido significativamente al crecimiento y a la consolidación de la estrategia de Avaya para vender a través de Partners. Lo más



destacado es haber pasado la facturación de Avaya a través de canal de un 30% de las ventas al 70% que manejamos actualmente. En Septiembre de 2007, tras la marcha del anterior Director General, asumo la Dirección General de la compañía en Iberia.

Las actuales responsabilidades que va a afrontar en su nuevo puesto suponen un importante reto profesional, ¿qué supone para Vd. en el plano personal asumir estas responsabilidades?

A nivel personal supone una gran satisfacción, tanto personal como profesional, ya que es la primera vez que se nombra a una persona de dentro para ocupar este cargo. Creo que es un paso muy importante no sólo para mí sino para el resto de los empleados el que vean que la empresa valora y reconoce el trabajo de su gente.

¿Cuáles son los objetivos que se plantea alcanzar a corto plazo en el mercado nacional y cuáles son sus planes?

Avaya es una marca de referencia en el mundo del *call center*, de hecho la cuota de mercado se aproxima al 70% en total, siendo aún mayor en grandes corporaciones. Con la implantación de nuevas tecnologías como la Telefonía IP o el protocolo SIP se han abierto nuevas perspectivas para el mundo de las telecomunicaciones.

Uno de nuestros objetivos es consolidarnos como uno de los líderes nacionales en el mercado de telefonía IP empresarial. Nuestro crecimiento en éste área es de dos dígitos desde hace 5 años, y la confianza de nuestra cada vez más amplia lista de clientes así lo confirma. Para conseguir esta posición de liderazgo, hemos



detectado 2 nichos de mercado en los que debemos reforzar nuestra estrategia: la industria (Utilities) y la Administración Pública. Para ello hemos dedicado recursos específicos a ambos sectores, y desde hace un año vamos dando pasos en la buena dirección.

Otro pilar en el que estamos apostando desde hace un año, y el

cual me orgullezco de haber iniciado es el de la relación con Integradores y Proveedores de Servicios, tales como IBM, Telindus, BT o Colt Telecom. Ellos y el resto de nuestros canales tradicionales como Datapoint, Voiceware, Indra o Telefónica Soluciones serán nuestro pilar a la hora de ofertar una solución global que cumpla las exigencias de nuestros clientes.

Por último, no quiero dejar de mencionar las Comunicaciones inteligentes y sus aplicaciones, ya que para poder realizar la transformación de la empresa y aprovechar al máximo las posibilidades que las nuevas tecnologías nos permiten, no sólo hay que dotar de la infraestructura adecuada sino también definir la capa superior de aplicaciones que permitan integrar nuestros procesos de negocio con nuestros sistemas, proporcionando una mayor eficacia que repercute directamente en una mejora de la atención de nuestros clientes.

¿Qué previsiones de crecimiento en telefonía IP se producirán en los próximos años?





Las previsiones que todos los analistas y empresas de opinión reflejan apuntan a que la penetración de la telefonía IP en el ámbito empresarial será de más del 20%. De hecho, si bien el mercado global de telecomunicaciones empresariales apenas varía un 2%, el porcentaje de "replacement" de tecnología tradicional a IP es de más del 20% sostenido en el periodo 2008-2012.

Esta tendencia también se refleja en el mundo del *contact center* IP. Mientras que el crecimiento en número de sistemas totales es poco significativo, sí habrá un gran movimiento en dotar de aplicaciones a los *call center*, lo que dinamizará el mercado en general.

¿Qué visión tiene Avaya del *contact center* como elemento estratégico de las organizaciones?

Aunque de inicio suene un poco presuntuoso, yo diría que la visión del *call center* es la de Avaya, ya que a nivel mundial más del 60% de los

call center utilizan tecnología de Avaya. El *call center* se ha transformado en un centro de contacto, no ya sólo a través del teléfono, sino por e-mail, por web, por SMS, por fax, etc. Ya no hacen falta los grandes centros, cada agente se puede conectar remotamente desde su Home Office y atender llamadas o recibir un e-mail, o chatear en la web en tiempo real. Interesante, ¿verdad? Esta facilidad permite que la conciliación de vida familiar y laboral sea más fácil.

Para Avaya el *call center* ya no es un elemento aislado dentro de la organización sino que es el medio de unión de cualquier petición que llegue a la empresa con el resto de los procesos de negocio. Imaginemos una empresa de transportes donde las posibles roturas de stock serían terribles... Con Avaya, cuando se produce una alarma, automáticamente se emite una llamada de conferencia con todas las personas implicadas: El problema se soluciona al momento.

O una escuela, cuya ruta se retrasa por el tráfico: ¿no sería maravilloso para

los padres el recibir un SMS avisando del retraso? Más tranquilidad, ¿verdad?

Todas estas prestaciones son posibles porque Avaya ha integrado las comunicaciones en los procesos de las empresas. Lo que en inglés se llama CEBP; esto es por donde Avaya va y va por ahí porque es lo que demandan las empresas de hoy en día.

¿Hay algún aspecto más que quiera añadir?

Simplemente me gustaría insistir en que Avaya lleva año tras año demostrando que tiene una estrategia muy clara y que posee una de las tecnologías más fiables y consolidadas que podemos encontrar en el mercado, como así nos lo demuestran los clientes que llevan años confiando en nosotros. Por tanto soy muy optimista con nuestro futuro y como Avaya se va a convertir en el socio tecnológico al que las grandes empresas van a mirar y escuchar en sus decisiones tecnológicas. ♦

