



Empresas nativas

digitales:

¿cómo elegir la tecnología correcta para mi negocio ahora y en el futuro?

Organiza



Patrocinador



A background image of a man in a white shirt and glasses, seen from the side, holding a tablet. He is looking towards the right. The background is a blurred office environment with large windows and modern lighting.

Empresas Nativas Digitales:

flexibilidad y agilidad para asegurar el éxito del negocio

En un escenario en que la digitalización de los negocios es una realidad inexcusable, podemos dividir las empresas existentes en dos grandes bloques.

Por un lado, y siendo el grupo más grande de los dos, las tradicionales, que deben asumir como un elemento esencial la Transformación Digital para atender las nuevas y cada vez mayores demandas de los clientes, aprovechando las ventajas que les proporcionan las nuevas tecnologías frente a una infraestructura legacy que, en muchos casos, es más un freno que un acelerador. Por otra parte, un grupo menos numeroso,

pero con una mayor agilidad y flexibilidad aprovechando su propia definición a partir de una tecnología más moderna, las denominadas Empresas Nativas Digitales (NDB, Native Digital Business).

En una realidad en la que la agilidad y flexibilidad que aporta la tecnología no es una opción, sino una imperiosa necesidad, las [Empresas Nativas Digitales](#) parten de una posición de ventaja, dado que no tienen que solventar los retos que les impone una infraestructura tecnológica pensada para otro ritmo de negocio menos acelerado. Creadas sobre la premisa de que la tecnología es el gran motor del crecimiento, este tipo de compañías tienen una serie de características comunes, inde-

pendientemente del negocio, tamaño u orientación que tengan.

¿QUÉ ES UNA EMPRESA NATIVA DIGITAL?

Una Empresa Nativa Digital es una compañía que ha nacido y se ha desarrollado sobre una [premisa tecnológica ágil y flexible](#), y con el objetivo de poner la [Experiencia de Usuario](#) al frente de todo. A diferencia de las empresas tradicionales, que han tenido que repensar sus TI para atender las demandas del negocio y los clien-

tes, las Empresas Nativas Digitales conocen a la perfección el entorno y el cliente, y han sido capaces de adelantar los cambios necesarios en la propia definición de su operativa, aplicando una visión y filosofía B2C a un entorno B2B.

Se trata de [negocios](#) que se apoyan y desarrollan en internet, aunque en algunos casos puedan mantener líneas o áreas no puramente digitales, con la nube como principal herramienta, y con una filosofía de colaboración, integración de departamentos, agilidad en la respuesta al cliente, y flexibilidad para adecuarse a la velocidad de cambio que impone el mercado actual.

Pero ¿cómo se consigue esto? Con una tecnología adecuada al desafío planteado, con base cloud, y una estrategia que pone al cliente en el centro de todo y aprovecha el conocimiento de éste, los datos, para garantizar la mejor oferta de productos y servicios posible, con la mejor experiencia de uso alcanzable y con el modelo de negocio necesario en cada caso. Y todo esto de forma segura, porque la ciberseguridad no es un elemento añadido para este tipo de empresas, sino un elemento fundacional que les permita proteger las operaciones, los datos y los procesos.

ELEMENTOS Y CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN A LAS EMPRESAS NATIVAS DIGITALES

Como decíamos, no todas las Empresas Nativas Digitales están cortadas por el mismo patrón, porque dependen del sector económico



¿Qué es una empresa nativa digital?

en que se muevan, su tamaño, o el tipo de cliente que tengan, pero sí es cierto que existen una serie de elementos y características comunes que se repiten en este tipo de empresas, y principalmente una: la nube.

Las Empresas Nativas Digitales deben su éxito en el mercado a su capacidad para sacar el máximo partido a las posibilidades que ofrece Cloud Computing, que en todos los casos es la apuesta tecnológica sobre la que construir su propuesta. Pensadas y creadas a partir de las TI, y no con éstas como elemento adicional, este tipo de compañías tienen los sistemas, datos y procesos integrados y accesibles en un entorno cloud que, por definición, debe estar protegido. A partir de ahí, cualquier cambio e innovación es más sencillo de acometer, porque la base está claramente definida.

La nube aporta dos elementos básicos para estas empresas: optimización del trabajo y capacidad para [recopilar, almacenar y analizar los datos](#) como elemento básico para desarrollar y potenciar el negocio. El hecho de que los trabajadores puedan acceder a la información que necesitan para sus labores cotidianas de forma sencilla, fomenta la colaboración, aporta dinamización, reduce los costes operativos y capacita a los propios empleados en capacidades digitales, un elemento que cada día se posiciona como más básico para el negocio.

Pero todo esto se potencia con las posibilidades que se abren para este tipo de negocios a partir del dato. La plataforma tecnológica sobre la que

Una Empresa Nativa Digital es una compañía que ha nacido y se ha desarrollado sobre una premisa tecnológica ágil y flexible y con el objetivo de poner la Experiencia de Usuario al frente de todo

EMPRESAS NATIVAS DIGITALES Y SU VIAJE A CLOUD

La digitalización empresarial ha seguido un ritmo desigual en los últimos años, si bien las compañías, independientemente de su modelo de negocio y sector, tienen claro que la evolución hacia lo digital es crucial para su desarrollo en el mercado y ya implementan estrategias en esta línea, aunque son muchas las variables a considerar para el éxito.

Un plan de transformación no solo se basa en implementar la tecnología más vanguardista en los procesos y sistemas, sino en saber también cómo adoptar e integrar las soluciones digitales según las necesidades de cada compañía.

El reto de las empresas españolas en cuanto a transformación

tecnológica para los próximos años será triple: definir las necesidades a cubrir, evaluar el nivel de conocimiento de sus equipos e invertir en su formación, y actuar en sintonía con el comportamiento de los clientes, que demandan cada vez más productos, servicios y sistemas con mayor capacidad tecnológica y facilidad de uso.

En el documento [Las Empresas Nativas Digitales y su viaje a Cloud](#), Incentro analiza las necesidades de las compañías antes de iniciar su transformación, así como los pasos y herramientas necesarias para finalizarla con éxito, haciendo especial hincapié no solo en la vertiente tecnológica del cambio, sino también, porque es sumamente importan-



te, en la cultura de la empresa y en la modificación profunda que esta puede llegar a precisar.

Además, se ofrece una visión global de las opciones que cualquier empresa tiene, tecnológicamente hablando, para redefinir su infraestructura para convertirla en una propuesta ágil, flexible y eficiente como la de una Empresa Nativa Digital.



se desarrollan estos negocios facilita la recogida, almacenamiento y análisis de los datos, y, a partir de esta información, este tipo de compañías pueden tomar decisiones de negocio más adecuadas, detectar problemas antes de que surjan o establecer conexiones útiles para los objetivos de la empresa que, en compañías con menos integración de la información no es sencillo o, incluso, posible obtener. Además, partiendo de una base tecnológica efectiva y eficiente, es más sencilla la innovación y la integración de nuevas capas tecnológicas que potencien enormemente las posibilidades de desarrollo.

Eso sí, la ciberseguridad no debe ser vista como un freno, sino como un acelerante del negocio, porque se integra como una parte esencial de la propuesta de valor para los clientes e, incluso, para los empleados. Hablamos de una seguridad que debe tener un enfoque global, atendiendo a retos básicos en la protección como la autenticación de los usuarios y trabajadores, el acceso seguro a los datos desde cualquier punto y en cualquier momento, el cifrado de la información... En definitiva, una protección total que, sin embargo, debe seguir una máxima que, como hemos dicho, es fundamental en este tipo de empresas: no perjudicar la experiencia de uso de los clientes o de la fuerza laboral.

TECNOLOGÍA COMO BASE PARA EL NEGOCIO

Como decíamos, la tecnología no es un elemento más de las Empresas Nativas Digitales,

sino el componente básico sobre el que se despliega el resto. Por esto motivo, las TI de este tipo de compañías son una apuesta por la flexibilidad, escalabilidad, agilidad, innovación y velocidad, tanto para adaptarse como para llegar al mercado, porque en el negocio actual los tiempos de respuesta se han reducido drásticamente y nadie puede permitirse tiempos de desarrollo de un producto o servicio de meses cuando la competencia puede ponerlos sobre la mesa en semanas o, incluso, en días.

Para esto, es vital la cloud, que permite el despliegue de nuevas aplicaciones, productos o servicios de forma rápida y eficiente, acelerando los plazos y permitiendo una renovación y transformación más veloz. Pero, para ello, este componente no solo debe afectar a TI, sino que debe ser básico para el negocio y los procesos, incrementando potencialmente los efectos sobre la cuenta de resultados.

Así que la apuesta tecnológica de una Empresa Nativa Digital debe ser:

❖ **Ágil y flexible.** La fuerza laboral de este tipo de empresas debe tener la capacidad de trabajar en equipo, incluso con conexiones interdepartamentales, acercando todo lo posible TI y negocio. Además, no podemos tener límites para los trabajadores ni de dispositivo, ni de ubicación ni temporales.

❖ **Sencilla.** Una de las ventajas de este tipo de empresas es la fácil implantación de la tecnología y del uso de sus productos y servicios.



Con una curva de aprendizaje reducida para empleados y clientes, la velocidad se dispara, al ideal que el número de usuarios potenciales.

❖ **Colaborativa.** Es uno de los principales signos diferenciadores de estas compañías fomentar el trabajo en equipo entre los diferentes departamentos, permitiendo que las capacidades y conocimientos de unos fortalezcan y se aprovechen de las del resto de personal, multiplicando los resultados obtenidos. Si, además, esto se produce en tiempo real, se aporta una eficacia y una agilidad al negocio que redundan claramente en los resultados que se obtengan.

❖ **Segura.** Es imprescindible una infraestructura sólida y protegida para poder obtener todo el potencial de esta visión del negocio. Esto no solo debe aplicarse a la tecnología, sino a la cultura y estrategia de la empresa, que debe asumir la seguridad como un elemento funda-

cional y potenciador del negocio, no como un freno o un impedimento.

❖ **Controlable en costes.** Este tipo de planteamiento tecnológico permite un mejor control de los costes, ya se consuma la tecnología como un servicio o esté integrada en la propia compañía, porque ofrece una visión de conjunto y una predictibilidad que permiten ajustar los costes a la demanda esperada en todo momento.

❖ **De personas.** Quizá no es un elemento tecnológico en sí, pero las personas sí son una pieza fundamental en este tipo de negocios. En un momento en el que el talento escasea, tener una visión que pone a la persona en el centro, tanto al cliente como al trabajador, [permite a las empresas posicionarse como una mejor alternativa para los profesionales](#) que han dejado de colocar el económico como principal valor para trabajar en una compañía. ■



MÁS INFORMACIÓN

- www [Empresas Nativas Digitales: preparadas para conquistar el mundo](#)
- www [Beneficios de la tecnología en la nube](#)
- www [Empresas Nativas Digitales: Cómo surgen y por qué](#)
- www [En 2020, el 80% de los ingresos provendrá de servicios digitales](#)
- www [8 de cada 10 jóvenes tienen en cuenta la digitalización de las empresas para trabajar](#)
- www [Diez tendencias que impulsarán las experiencias digitales](#)
- www [8 tendencias de negocio para la era digital](#)
- www [Ecosistemas de datos colaborativos para potenciar al negocio](#)

MESA REDONDA:

Empresas Nativas digitales, la tecnología empodera el negocio

Inmersos como estamos en un momento de clara digitalización y transformación de los negocios, las empresas nativas digitales cuentan con la clara ventaja de no tener que cargar con tecnología heredada que les impida tomar decisiones con la agilidad y la flexibilidad que les demanda el mercado. ¿Es esta apuesta clara por la tecnología desde el origen de las compañías la que respalda el éxito de estos negocios? ¿Cómo van a mejorar sus infraestructuras para seguir estando al día?

Una toma de decisiones ágil, una apuesta estratégica por la nube, una flexibilidad que permite responder a las demandas crecientes del negocio... son algunas de las características que comparten las llamadas empresas nativas digitales. Se trata de organizaciones en las que el componente tecnológico no ha sido un añadido posterior al core del negocio, sino un elemento básico en la definición de la estrategia, los procesos y los objetivos de la



Tecnología en las empresas nativas digitales. Conclusiones de Incentro sobre la mesa redonda en la que participaron Gataca, Perfume's Club, Fide/Topii, RookieWise y Truckster

compañía, lo que supone una ventaja frente a competidores que parten de un planteamiento más tradicional y con una visión más tradicional de sus TI.

Sin embargo, esta ventaja inicial no supone que estas firmas no deban asumir retos y solventar las propias necesidades de un negocio que, cada día, evoluciona más rápidamente y presenta unas exigencias cada vez mayores.

Para hablar de cómo estas empresas han construido sus plataformas tecnológicas y las han ido evolucionando para dar respuesta a nuevas necesidades de su sector, **IT User Tech & Business** organizó, de la mano de **Incentro**, un Encuentro de su Comunidad IT en el que participaron Samuel Gómez, CTO de **Gataca**; Carlos Garijo, jefe de Transformación Digital de **Perfume's Club**; Marcos Núñez, CTO de **RookieWise**; Javier Celaya, director ejecutivo de **TOPii**; David Espínola, full stack software engineer de **Trucksters**; y José Miguel Prada, sales manager de **Incentro**.



“Por la naturaleza de nuestra empresa hemos ido directamente a un modelo cloud, porque, si vamos a dar servicio a nivel mundial, no podemos hacerlo desde servidores in-house”

Samuel Gómez, CTO de Gataca

El mercado de la identidad digital se disparará en los próximos años por la necesidad de proteger con mejores medidas la actividad de los usuarios en el entorno digital. En este campo es donde se mueve **Gataca**, compañía de ciberseguridad que ofrece una plataforma de identidad digital descentralizada. Samuel Gómez, CTO, explicaba este concepto: “el elemento importante en lo que hacemos es la palabra

descentralizada, que es un nuevo paradigma en el mercado europeo y mundial que ofrece el control de su identidad digital al usuario final. Actualmente, las autenticaciones se consiguen, en un modelo centralizado, en base a un perfil del usuario que tiene la empresa que proporciona el servicio, o en un modelo federado, que es el que ofrecen Google o Twitter, que está basado en un modelo de identidad compartida entre servicios. Nuestra propuesta nace a partir de la tecnología Blockchain, y, partiendo de los datos del usuario en su dispositivo móvil, éste los comparte cuando y con quien quiere, manteniendo siempre el control sobre el posible uso de estos datos”.

Con esta propuesta se dirigen a “las entidades que quieren usar este elemento de autenticación. Para el usuario, la wallet de identidades es totalmente gratuita, pero estamos pensando en ofrecerle otros servicios adicionales en el futuro, como podría ser un servicio de copia de seguridad del dispositivo”.

El responsable técnico de Gataca explicó que, cuando nacieron, “el mercado era inmaduro. Somos de los pioneros, a nivel mundial, en ofrecer una solución de este tipo, y participamos en el desarrollo de los estándares a nivel mundial, los protocolos, los modelos de datos, las infraestructuras... y todo esto, lo hemos integrado en un flujo de metodología agile de constante evolución del producto. Por tanto, por la propia naturaleza de nuestra empresa hemos ido directamente a

un modelo cloud, porque, si vamos a dar servicio a nivel mundial, no podemos hacerlo desde servidores localizados en España, por ejemplo”.

“Quizá es más rápido empezar con servidores in-house, pero a la hora de escalar se hace inviable -añadió-. En cloud es tan sencillo como clicar un botón y tienes una nueva máquina igual que la anterior. Quizá requiere más preparación previa, pero después es muy sencillo y automático”. Además, indicó Gómez, “estamos perdiendo el miedo a poner la tecnología en cloud, lo que ofrece grandes ventajas, pero también inconvenientes. Como, por ejemplo, la seguridad”.

De cara al futuro, Samuel Gómez concluía que “necesitamos que se desarrollen estándares que nos permitan evolucionar cumpliendo con las normativas independientemente del mercado en el que nos movamos. Eso nos permitirá, por tanto, definir la hoja de ruta para los próximos años”.

“Necesitamos que se desarrollen estándares que nos permitan evolucionar cumpliendo con las normativas independientemente del mercado en el que nos movamos”

“Si la tecnología es el core de tu negocio, protégela in-house, pero si tu elemento diferencial es tu capacidad y tu flexibilidad, dedícate a lo que te aporta valor, y deja la tecnología en manos de expertos”

**Carlos Garijo,
jefe de Transformación Digital,
Perfume's Club**

Aunque una característica común a las empresas nativas digitales es precisamente ese, su origen digital, también tenemos referencias de compañías que han reinventado su negocio aprovechando el conocimiento adquirido durante años. Es el caso de [Perfume's Club](#). Su origen está en el negocio off-line de las perfumerías, pero hace doce años decidieron llevarse toda la actividad al mundo online. “Hemos superado los 141 millones de facturación y tenemos presencia en 27 mercados, con más 6 millones de clientes. Somos una empresa 100% digital, y eso es algo que nos diferencia de nuestra competencia en el mercado, y que nos ha servido para ayudar a las marcas a entender el mundo digital y a convertirnos en su partner de desarrollo tecnológico, aprovechando nuestra capacidad y flexibilidad”, explicó Carlos Garijo, jefe de Transformación Digital de la compañía. “En

la actualidad, tenemos un doble foco de negocio: B2C con Perfumes's Club, y otra línea B2B más orientada a la distribución. Y, por cómo hemos ido evolucionando, nos apoyamos mucho en el desarrollo interno, que es lo que nos ha permitido crecer. Esto ha generado una complejidad que hace muy difícil la decisión de migrar a una plataforma estándar, si bien sí estamos integrando desarrollo de terceros, porque nos ayuda a poder dar a las marcas lo que necesitan, gracias a nuestro conocimiento de la tecnología y de los usuarios”.

Como ejemplo, adelantaba Garijo que, en dos meses, “vamos a lanzar la primera plataforma de servicios para el sector de las peluquerías asociado al entorno digital. Hemos creado una plataforma en un sector muy reactivo a la digitalización, de ahí que haya que ayudarles con esta transformación. Hemos desa-



rollado un ecosistema digital para ofrecer los servicios que necesitan los usuarios, marcas y peluqueros, en formato llave en mano y pensando que ellos no tengan que hacer nada”.

RECOMENDACIONES PARA MANTENER LA TECNOLOGÍA AL DÍA

Cuando hablamos de las infraestructuras necesarias para un proyecto, por qué tecnología apostar y cómo desplegarla, el responsable de transformación digital de Perfume’s Club indicó que “depende mucho del proyecto que vas a abordar. Si se ha podido hacer un análisis previo y tienes el tiempo para desarrollarlo, cloud es, evidentemente, un elemento básico. Pero en proyectos como el nuestro, donde hace 12 años no existía este concepto, fuimos convirtiendo elementos y servicios off-line en on-line poco a poco, creando una infraestructura que ha ido creciendo y evolucionando completamente. En cualquier caso, el movimiento natural es hacia sistemas cada día más descentralizados, porque hoy por hoy no puedes depender de un servidor o de un equipo humano concreto. Debes ir a un con-

cepto más flexible en el que no dependas de personas, equipos o desarrollos concretos. De todas formas, depende de cuál es el elemento core de tu negocio. Si es la tecnología, protégela in-house, pero si tu elemento diferencial es tu capacidad y tu flexibilidad, dedícate a lo que te aporta valor, y deja la tecnología en manos de expertos”.

De cara a este mantenimiento de la tecnología, la lista de retos que se plantea Carlos Garijo es amplia: “de formación, de definición de procesos, de tecnología, de seguridad, de adaptación, de actualización, de migración a nuevas tendencias, de integración de modelos de negocios... Pero en cada organización se priorizan estas necesidades de forma diferente. De todas formas, el gran reto es poder avanzar a la velocidad que demanda el mercado, que cada día es mayor. El producto o el servicio tiene que estar disponible cuando es necesario, aunque eso pueda implicar que lo que ofrecemos no sea tan robusto como hubiéramos deseado. Mi mayor reto es ser lo suficientemente flexible para adaptarme a la velocidad del time-to-market sin perder el paso”.

“Una empresa que quiera ser muy reflexiva desde el punto de vista tecnológico, está muerta. No podemos permitirnos tomar decisiones precipitadas, pero tenemos que hacerlo a la velocidad necesaria”



“Cloud es la respuesta para poder solucionar la necesidad de llegar inmediatamente al mercado”

Marcos Núñez, CTO, RookieWise

RookieWise es otro ejemplo de compañía que vio en el entorno digital -y más concretamente en la nube-, su nuevo hábitat. Marcos Núñez, su CTO, explicó que “durante 4 años fuimos Triporate, una agencia de viajes tradicional, pero con tecnología desarrollada internamente. Si tenemos en cuenta que el 80% de las gestiones de viajes profesionales se hacen por correo electrónico, aprovechábamos la Inteligencia Artificial para leer estos mensajes y extraer la información para usarla con los principales proveedores, multiplicando en un x7 la eficiencia de cada agente y proporcionándonos una gran competitividad frente a la operativa clásica. Con la pandemia, el sector prácticamente se quedó a cero, y aprovechamos una ronda

de financiación que habíamos realizado para parar y centrarnos en escalar la tecnología. A día de hoy, ofrecemos la misma tecnología, pero como software como servicio para clientes B2B. De momento, hemos puesto el foco en España, pero tenemos planes de expansión internacional, porque, al estar dentro de un gran grupo, escalar nos permite hacer crecer la red neuronal y seguir ganando en efectividad”.

A nivel de Infraestructura, cloud es la respuesta para Marcos Núñez, “por la necesidad de ofrecer una respuesta ágil al mercado y porque, al ser una startup con un grupo de inversores con la intención de que todo esto escale, tienes que llegar lo antes posible. De ahí que la apuesta por cloud haya sido evidente desde el primer momento, aunque hemos cambiado de proveedores, porque la tecnología te permite, con un cierto coste asumible, cambiar de proveedor. Partimos de la base de que tenemos una serie de recursos, económicos y humanos, con una serie de conocimientos, y hay que optimizarlos. Hay que contar con personas capacitadas en DevOps y realizar las tareas exactas que se necesitan, para no tener gastos extras sin sentido, pero sí cierto margen para atender picos de demanda”.

Desde su punto de vista, “la decisión sobre la nube tiene que ver con un cambio cultural que se ha producido en el mercado, porque hace diez años se quería tener tecnología in-house, pero poco a poco ese miedo se ha ido perdiendo. Es parte de un proceso de maduración de las

“Hay que contar con personas capacitadas en DevOps y realizar las tareas exactas que se necesitan, para no tener gastos extras sin sentido”

empresas. De hecho, nosotros hemos pasado de entrenar modelos de IA internamente a hacerlo en cloud, porque es mucho menos costoso”.

El CTO de RookieWise señaló como prioritario el trabajo remoto “y el enfoque de trabajo a asumir cuando existe la posibilidad de un modelo híbrido. La dificultad es adaptarnos y definir una regla permitiendo el trabajo remoto con ciertos

requerimientos. A nivel de infraestructura no nos afecta porque todo lo basamos en la nube; el desafío, por tanto, es a nivel personal, no tecnológico. Y lo mismo ocurre en la relación con los clientes, dado que ahora trabajamos con algunos más grandes, y ahí los retos son más de toma de decisiones y de agilidad al hacerlo que de tecnología”.

La experiencia de usuario en los nuevos canales también es fundamental para Marcos Núñez, “ofreciendo una respuesta rápida pero dentro de la normativa. Es un desafío complejo cuando quieres expandirte internacionalmente. Otro reto es aplicar la IA en la automatización de los procesos para evitar errores humanos y permitir que las personas se centren en procesos de mayor valor”.





“Empezar con tecnología legacy impone demasiados condicionantes y afecta de forma directa al time-to-market en un momento crítico”

**Javier Celaya,
presidente ejecutivo de TOPII**

El sector financiero está encontrando en las empresas nativas digitales -concretamente en el segmento de las Fintech- aliados que les permiten enriquecer y aumentar su oferta. [TOPII](#), compañía desarrolladora de una plataforma que ofrece servicios financieros, acaba de anunciar un acuerdo en España con ING para gestionar

su servicio de retirada de efectivo en tienda con la solución TOPII. “Nuestro objetivo es ofrecer, alrededor del pago, una oferta de soluciones de valor añadido. Tenemos presencia en diferentes países con propuestas diversas por la realidad de los pagos en cada uno de ellos, y, en el caso concreto de España, ofrecemos la posibilidad de sacar dinero en efectivo, como si se tratase de un cajero, al pagar, mientras que el dispositivo se encarga de aplicar, de forma automática, los posibles descuentos o ventajas a los que tenga derecho el usuario. Se trata de un servicio que se ofrece a través de los bancos y hemos arrancado con los clientes de ING y con acuerdos con seis cadenas de distribución líderes: Corte Inglés, Día, Estancos de Logista, Galp, Once, y Shell. Estos acuerdos nos permiten ofrecer 30.000 puntos de acceso a nuestros servicios”, detalló Javier Celaya, presidente ejecutivo de la firma.

“En nuestro caso, al ser un proyecto muy nuevo, tenemos toda nuestra plataforma nativa digital, pero en el caso español, debíamos integrar algunas soluciones que tenía ING desarrolladas hace unos años. Y ahí es donde se deben tomar decisiones que no son fáciles. Nuestra decisión fue rehacerlo completamente, porque convivir con tecnologías legacy puede suponer demasiados condicionantes y suele afectar de forma directa al time-to-market. El reto cuando se incorporan elementos nuevos en una infraestructura y una arquitectura razonablemente recientes debe quedarse en

la definición del concepto, en cómo se traslada la idea a la solución tecnológica”, continuó. En otro punto de la conversación, Celaya apuntó que “no sirve de nada abarcar mucho si el resultado es complejo. Toda novedad pasa por tres filtros: tener claro que problema es el que estás resolviendo al cliente, que la experiencia de uso que se ofrece sea excelente, y la sencillez del concepto”.

Como desafíos para mantener la arquitectura tecnológica al día, el presidente ejecutivo de Fide indicó que “estamos en el mundo bancario, donde la seguridad es algo básico, y es cierto que la nube plantea una serie de dificultades, pero hoy en día son totalmente solucionables, más que por las herramientas, por la importancia que se da en el modelo tecnológico a la seguridad. Se ha de tener claro que se está en un entorno público y accesible, pero no se tiene otra opción”. Asimismo, destacó que también “hay retos culturales a que asumir, como puede ser la diferencia de usos horarios entre las diferentes oficinas”.

Hacer evolucionar la experiencia de usuario al mismo ritmo que la tecnología y el mercado es otro de los grandes retos de cara a futuro que se le plantean a Javier Celaya, “excelencia en customer experience es algo que se está complicando por la diversidad tecnológica del front-end, como por ejemplo, por los smartwatches. Otro de los temas es asegurar la globalidad de las soluciones y los requisi-

tos normativos en cada país. Y, por supuesto, la sostenibilidad, que poco a poco vamos incorporando a nuestra solución, que debe garantizar la compatibilidad con el medio ambiente, con las personas y con la viabilidad financiera”.

“En el mundo bancario la seguridad es algo fundamental y, si bien es cierto que la nube te plantea una serie de dificultades, hoy en día son totalmente solucionables”



“Vemos un avance muy importante en la IA para integrarla con la nube, aportando una velocidad de cambio que no podemos ni imaginar”

David Espínola, full stack software engineer, Trucksters

Uno de los principios de las empresas nativas digitales es que sus productos resuelven una necesidad muy concreta. Y así sucedió con [Trucksters](#), plataforma on-line para la gestión de transporte de mercancías. Según detalló David Espínola, full stack software engineer en la compañía, “el de la logística de larga distancia era un negocio que tenía grandes posibilidades de mejora, porque no era lo suficientemente eficiente. De ahí que nuestros fundadores vieran la opción de transformarlo usando las nuevas tecno-

logías. A partir de la problemática del sector, empleamos Inteligencia Artificial para optimizar un sistema de relevos para que los conductores tengan trayectos más cortos, lo que redundaría en la eficiencia de la entrega, la reducción de tiempos y el incremento de la satisfacción. Se trata de una operativa compleja que necesita de la IA para su automatización para conseguir tiempos de entrega similares al avión con envíos por carretera”.

Argumentaba David Espínola que, “al tener que reinventar el negocio apostando por la innovación, teníamos que optar por cloud, porque nos permitía despenalizar las operaciones y aprovechar los recursos humanos. Poder integrar las innovaciones a la velocidad necesaria sin personas con conocimientos específicos, era clave porque, si no, hubiéramos ido mucho más despacio. Queríamos redefinir el negocio, pero no estaba claro cómo, así que tuvimos que ir descubriéndolo poco a poco. Al ser B2B, la demanda de nuestro sistema es predecible, y no necesitamos por tanto una arquitectura muy complicada, lo que nos permite ser ágiles”.

De hecho, ese es el principal desafío de la compañía: “seguir siendo tan ágiles como éramos al principio. La plataforma nació como algo interno y poco a poco la hemos ido abriendo a clientes y partners. Con pocos desarrolladores podíamos integrar muy rápido, pero el equipo cada vez es mayor y los retos

son más grandes y complejos, y cloud nos da la flexibilidad necesaria”.

A la hora de diseñar funcionalidades, destacó el portavoz de Trucksters que “huimos de las grandes ideas que resuelvan muchos problemas y nos centramos en las funcionalidades pequeñas que solucionen problemáticas concretas. Detectamos una necesidad y buscamos darle una respuesta concreta lo más rápidamente posible. Y siempre midiendo el impacto de esa necesidad y olvidándonos de los grandes desarrollos que ralentizan la respuesta”. En este sentido, añadió que “vemos un avance muy importante en la IA para integrarla con la nube, aportando una velocidad de cambio que no podemos ni imaginar”.

“Nuestro principal reto es seguir siendo tan ágiles como éramos al principio. Con pocos desarrolladores podíamos integrar muy rápido, pero el equipo cada vez es mayor y los retos son más grandes y complejos, y cloud nos da la flexibilidad necesaria”



“Nos amoldamos a la cultura de las empresas nativas digitales, con una apuesta clara por la valoración del empleado, el talento, la agilidad y la colaboración”

**José Miguel Prada,
sales manager, Incentro**

Desde el punto de vista de una compañía como [Incentro](#), consultora y partner para la implementación de cloud, además del rendimiento, “que con cloud lo tienes”, indicaba desde la compañía José Miguel Prada, “la apuesta por la nube te da flexibilidad para plantear nuevos modelos de negocio, y te habilita para aprovechar tecnologías como Big Data o Machine Learning”.

“En este encuentro hemos visto la realidad de diferentes empresas nativas digitales, que presentan sus propias singularidades, pero al mismo tiempo tienen mucho en común”, continuó en sus conclusiones el portavoz de Incentro: “Para todas ellas, la tecnología es fundamental, pero no es lo único, deben estar arropadas por elementos tales como cultura, estrategia, procesos... La tecnología ayuda, pero no es la única clave”.

También destacó que este tipo de compañías “en su mayoría son autosuficientes, aunque en ocasiones se ven obligados a pivotar su propia idea de negocio o reconstruir sus aplicaciones, con todo lo que ello implica a nivel de recursos y capacitación. Es el caso de la empresa Topii, que como nos han comentado, tras una evaluación exhaustiva, decidieron reescribir la aplicación desde cero para adaptarse a las exigencias de su negocio. Para estos casos es necesario contar con un acompañamiento adecuado para minimizar riesgos, reducir deficiencias y adaptarse a las nuevas tecnologías, que son las que nos van a permitir abrir la puerta a la innovación y hacernos así más competitivos. Sin los equipos adecuados perdemos agilidad, corriendo el riesgo de quedarnos atrás.

En este sentido, Prada manifestó que Incentro se siente muy identificada con algunas de las situaciones expuestas por el resto de portavoces de la mesa, “porque buscan estar muy alineados



y cohesionados sobre una propuesta de valor apoyada en el empoderamiento del empleado”.

Desde el área cloud específicamente “ofrecemos soluciones extremo a extremo, desde la evaluación y definición del plan de movimiento a la nube (que es fundamental), hasta la implementación, optimización y modernización de infraestructuras y aplicaciones, aportando en paralelo un capa de servicios gestionados y mantenimiento para nuestros clientes a los que les ofrecemos nuestra experiencia acumulada con otras empresas durante años. Nos amoldamos a la cultura de las empresas nativas digitales, con una apuesta clara por la agilidad, la colaboración, el empoderamiento del empleado y la transferencia de conocimiento.

Para todas aquellas empresas más tradicionales, cuyo core de negocio no sea la tecnología en

sí misma, o que quieran dedicar sus esfuerzos en lo que es el core de su negocio, proveemos de una serie de servicios gestionados para que el cliente se olvide del mantenimiento y optimización de su ecosistema tecnológico y se centre en lo que de verdad les aporta valor. Ayudándoles, a la vez, con el diseño y planificación de su hoja de ruta estratégica”.

En resumen, “nos gusta escuchar al cliente y tener un conocimiento profundo de su negocio y su entorno tecnológico para poder dar respuesta a sus necesidades específicas y prioritarias. A partir de ahí, el camino hacia la nube puede tener diferentes enfoques, ya sea mediante un rehosting, un replataformado o una redefinición completa de las aplicaciones e infraestructura, por ejemplo. Es fundamental controlar todo el journey, sabien-

¿Te gusta este reportaje?



do en qué punto se encuentra la compañía y definir un plan estratégico, por supuesto contando con un equipo especializado y con experiencia en estos nuevos entornos. Nosotros, como consultores, ayudamos y acompañamos a los clientes a lo largo de todo el camino”. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Tecnología para empresas nativas digitales: flexibilidad y agilidad para potenciar el negocio.](#)
[Conclusiones de la mesa redonda](#)

“Además del rendimiento, que con cloud lo tienes, la apuesta por la nube te da flexibilidad para plantear nuevos modelos de negocio, y te capacita para aprovechar otras tecnologías, como Big Data o Machine Learning”



Las nativas digitales y su viaje al cloud

¿A qué necesidades
y retos se enfrentan
estas empresas?

Descárgate el ebook



incentro

