

# autentia

---

Innovación digital y metodologías ágiles  
para CEOs y CIOs

# Índice

1. [Introducción](#)
2. [Cómo arrancar la innovación digital](#)
3. [Qué es conseguir ir más deprisa](#)
4. [Cómo poder construir más proyectos en paralelo](#)
5. [Cómo mejorar la fiabilidad y calidad de lo entregado](#)

# 1. Introducción

Cada día nos llaman a Autentia más responsables de tecnología y desarrollo diciéndonos, con cierta preocupación, que la dirección general les reclama una participación más activa en la innovación digital y un aumento de la velocidad a la hora de entregar soluciones.

## Los CIOs deben tener una labor más activa en la disrupción

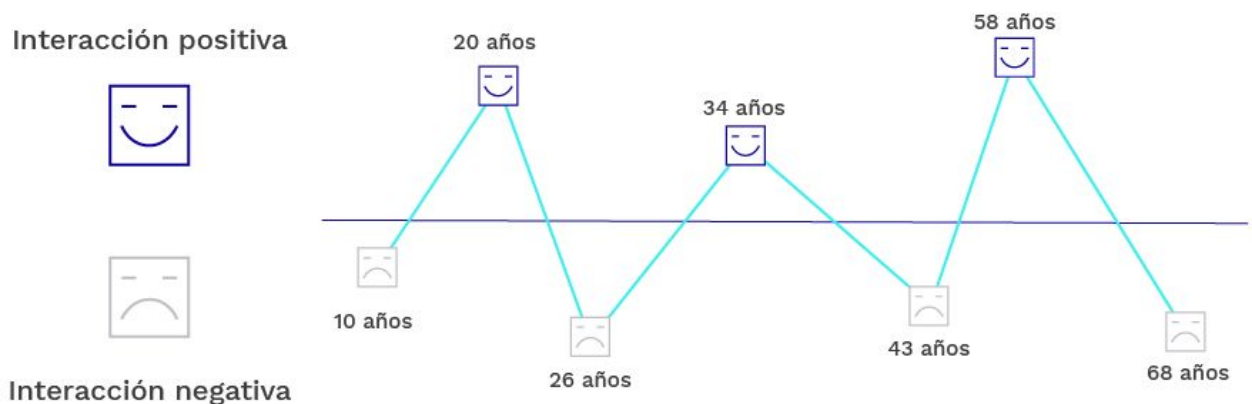
Entonces se quedan un tanto sorprendidos al hablar un rato porque normalmente se dan cuenta que mezclan 4 conceptos diferentes y solapados:

- Cómo arrancar la transformación digital.
- Cómo conseguir ir más deprisa.
- Cómo poder construir más proyectos en paralelo.
- Cómo mejorar la fiabilidad y calidad de lo entregado.

Vayamos por partes.

## 2. Cómo arrancar la innovación digital

Todas las personas tienen multitud de interacciones con las organizaciones y estas pueden ser tanto positivas como negativas. Siempre que hay una interacción negativa hay una oportunidad de innovación.



Estas innovaciones pueden ser:

Lineales, mejorando pequeños aspectos conocidos del modelo de negocio.  
Normalmente se arriesga poco y se hace desde dentro.

Disruptivos, en los que en cierta manera cambiamos el modelo de relación con los distintos actores afectando a toda la organización. Se asume un riesgo y el fallo forma parte del proceso de aprendizaje y validación. Normalmente gente no contaminada suele aportar nuevas visiones.

## Las interacciones negativas son siempre una oportunidad

Teniendo en cuenta estas premisas, podemos justificar arrancar la Transformación Digital para realizar un cambio (normalmente disruptivo) que apoyado en aspectos tecnológicos, transforma una interacción negativa de los usuarios en una visión positiva.

Poniendo un ejemplo concreto digamos que la primera interacción que tiene un niño con un supermercado es cuando su madre le manda, a las 13:00h., que baje a comprar el pan.

El chaval, que está jugando con el móvil, asociará a la marca en cuestión un profundo odio.

¿Cómo podemos entonces convertir esta frustración en algo positivo a través de la innovación? Qué tal si le ofrecemos a la madre una APP donde una vez registrada, dejando 3 segundos pulsado el botón, a los 15 minutos máximo, un motorista le haya traído la barra de pan (Telepizza tiene algo muy similar).

## La disrupción implica asumir riesgos



Es más, integrado con el sistema de fidelización corporativo, la aplicación podría proponer a la madre comprar en el mismo viaje algunos productos habituales.

Esto se podría correr como la pólvora de boca en boca entre niños o incluso ser vital para colectivos con dificultad para salir de casa (hasta podría ser subvencionado).

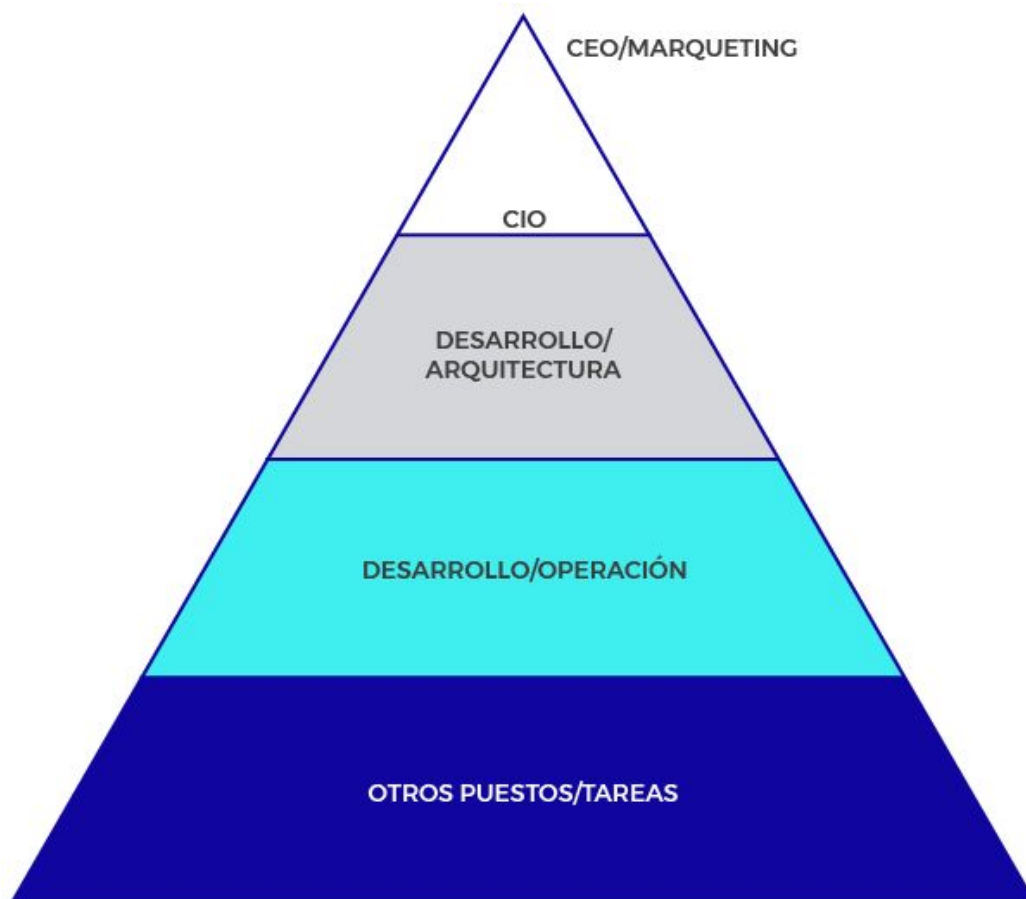
Pero claro, la cadena entera de tiendas debería hacer multitud de cambios:

- Comprar un horno, motos y contratar conductores.
- Gestionar la demanda variable de pan.
- Etc.

Hablamos por tanto de transformación y gestión del cambio.

### 3. Qué es conseguir ir más deprisa

Estamos viendo que la dirección general tendrá en mente un montón de proyectos que querrá que se ejecuten: algunos para arreglar deficiencia de procesos existentes y otros relacionados con la transformación digital.



Uno de los primeros problemas que los encontramos, si seguimos con el ejemplo del supermercado es que seguro que cuando el área de innovación pregunte a los departamentos tradicionales sobre qué necesitan de la APP para el pan, cada uno hará la carta a los reyes magos disparándose el potencial coste y tiempo para llevarlo a cabo.

Llegados a este punto, el uso de ‘metodologías ágiles’ introduce el concepto de ‘historias de usuario’. Una historia de usuario nos permite definir un producto como si ya estuviera construido y pensando cómo los distintos usuarios lo utilizarían.

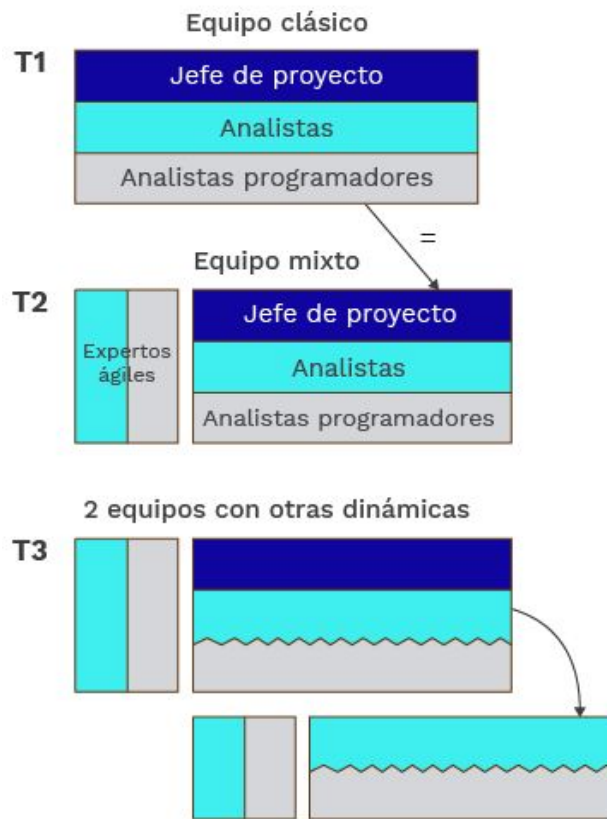
1. Yo como cliente quiero poder descargarme la app para así pedir desde mi móvil.
2. Yo como cliente me quiero registrar para indicar dónde mandarlo.
3. Yo como cliente me quiero identificar para que la aplicación sepa quién soy.
4. Yo como cliente quiero pedir una barra de pan para evitar que mi hijo baje.
5. Yo como usuario quiero poder añadir barras adicionales para cubrir las necesidades variables cada día..
6. Yo como sistema quiero ofrecer al cliente recomendaciones de otros productos a mandarle para aumentar el ticket y ponérselo fácil.
7. Yo como usuario quiero poder elegir productos adicionales a recibir para aprovechar el viaje.
8. Yo como...
9. ... y muchas más

## Debemos redactar los requisitos de otro modo

Esta visión, perfectamente comprensible tanto para las áreas de dirección como técnicas, nos puede ayudar a visualizar el alcance del proyecto, definir un ‘Producto Mínimo Viable’, siempre forzando a dejar elementos fuera del alcance inicial, con elementos priorizados por su valor para negocio.

## Hay que poder antes de empezar





Obviamente para hacer esto hay que incorporar a personal con gran aptitud y actitud que además cambie las dinámicas de trabajo tradicionales: agilismo, calidad integrada en el desarrollo, pruebas automáticas, integración continua, tdd, etc son paradigmas que deben formar parte de cualquier equipo moderno de desarrollo.

## Hay que potenciar los equipos y prácticas existentes antes de constituir nuevos

En poco tiempo se pueden construir nuevos equipos y transformar las dinámicas clásicas. Con algo de tiempo y esfuerzo las nuevas prácticas y capacidades se entenderán en la organización.

Pero cuando esto se consigue, comienza a cambiar un poquito la organización y negocio empieza a tener problemas de coordinación. Tienen que tener una actitud más cercana y dinámica. De nuevo el agilismo y los paneles visuales ayudan a que las áreas de negocio se adapten al ritmo.

Primero, negocio pide que tecnología se ponga las pilas y luego son ellos a los que más afecta el cambio



