



Cómo transformar tu negocio con APIs, Integración y Microservicios

Acelera la innovación y moderniza tu organización



Introducción

Vivimos en un mundo cada vez más conectado, donde ya no es suficiente proporcionar experiencias digitales, que incluyan aplicaciones o dispositivos. Cuando tus clientes utilizan tus aplicaciones, no solo se conectan con tus datos e infraestructuras de back-end, ellos también se conectan con tu organización y tu marca, tal como lo harían al ingresar a tu oficina o a una tienda física.

Este eBook muestra cómo las APIs y las tecnologías de integración pueden ayudar a tu organización a acelerar la innovación y resolver tus iniciativas de transformación más urgentes. Las APIs desempeñan un papel importante en la creación de las conexiones que los colaboradores, socios y clientes demandan, pero desarrollar las APIs por sí solas no es suficiente. El desarrollo de una estrategia basada en las APIs y la tecnología de integración ayudará a los esfuerzos de transformación y modernización de tu organización de tres maneras cruciales.



Simplifica la transformación digital

Las APIs y la integración ayudarán a tu organización a aprovechar sus aplicaciones, datos y servicios existentes y transformarlos en una base para nuevas capacidades de negocio. Cuando tu empresa piensa como una organización de TI, entiende mejor cómo los recursos existentes pueden apoyar los nuevos productos digitales y ayudar a responder a las nuevas oportunidades de forma rápida y eficiente.



Acelera la innovación

Para muchas organizaciones, la creación de nuevos productos y servicios digitales es complejo. Simplemente, adquirir la tecnología o las herramientas para hacer posibles nuevos productos es un proceso que requiere mucho tiempo. Hoy el mundo se mueve demasiado rápido para que las empresas confíen en los métodos de ayer. Los negocios que prosperan en este entorno acelerado están construyendo una base de TI que reduce la complejidad de crear nuevos productos y servicios digitales innovadores.

Las APIs y la integración juegan un papel importante en este contexto.



Reduce los costos y el riesgo de modernización

Tu organización ha visto crecer la demanda de productos y servicios digitales a una escala que simplemente no existía hasta hace poco. La nube es ahora el método de entrega. La adopción de una arquitectura basada en APIs y microservicios permite escalar sin tener que sustituir las inversiones de integración existentes o heredadas.

Los datos y las aplicaciones que necesitas están ahí; el enfoque adecuado de la integración facilita la distribución.

Conoce en más detalle cómo Software AG ayuda a las empresas a tener éxito con sus iniciativas digitales y a crear las conexiones en las que confiamos todos los días.



Simplifica la transformación digital

Actualmente, cuando las empresas implementan un nuevo software como parte de su transformación digital, es casi seguro que se encuentre en la nube. La disponibilidad de miles de aplicaciones SaaS permite a las empresas elegir las mejores herramientas sin la molestia de la instalación, la infraestructura, *patches* y las actualizaciones.

¿Qué tan omnipresentes son las aplicaciones SaaS? En promedio, los colaboradores utilizan ocho aplicaciones SaaS. Las empresas con 50 colaboradores o menos tienen alrededor de 40 aplicaciones en total, mientras que aquellas con 1.000 o más colaboradores tienen más de 200.⁽¹⁾

Pero las aplicaciones SaaS casi siempre están desconectadas entre sí y ni siquiera residen en la infraestructura de tu organización. Esta es la receta para los silos de aplicaciones y datos que afectan la visibilidad y dificultan que los colaboradores encuentren rápidamente la información que necesitan. Los silos también pueden obstaculizar la capacidad de tu organización para ver el ROI de tus inversiones en SaaS porque no puedes obtener un panorama completo del negocio.

Cuando integras correctamente tus aplicaciones y datos SaaS, puedes transformar tus aplicaciones de negocios basadas en la nube en un conjunto de tecnología conectada que siempre quisiste tener en el mundo on-premise.

Sin embargo, la creación de integraciones complejas que requieren valiosos recursos de TI no es el enfoque a seguir. Las aplicaciones SaaS van y vienen, y la cantidad y los tipos de integraciones que necesita tu empresa pueden cambiar rápidamente. También puedes utilizar integraciones disponibles, asumiendo que tus proveedores tienen los conectores adecuados para las aplicaciones y fuentes de datos. El promedio de integraciones soportadas por las 1.000 principales empresas SaaS son 15.⁽²⁾

Las experiencias del cliente, altamente personalizadas, que los consumidores de hoy anhelan se basan en la recopilación, el análisis y la integración de cualquier número de aplicaciones y fuentes de datos. Una plataforma de integración que facilita la adición y eliminación de fuentes de datos y que permite a las organizaciones actualizar fácilmente la experiencia del cliente, ofrece ventajas comerciales reales sobre el trabajo de integración manual.

(1) <https://martechtoday.com/new-blissfully-report-most-companies-have-orphaned-saas-apps-in-their-stacks-231064#:~:text=0n%20average%2C%20an%20employee%20uses,1000%2B%20employees%20have%20over%20200>

(2) <https://chiefmartec.com/2020/05/proof-platform-saas-apps-median-15-integrations/>

Historia de Éxito:

Adobe Experience Platforma



Adobe Experience Platform (AEP) ofrece experiencias basadas en datos que aumentan la lealtad de los clientes los ingresos. La creación de una experiencia de AEP exitosa requiere que las empresas muevan los datos que residen en silos en toda la organización, dentro y fuera de la plataforma.

Una forma de integrar tus diversas fuentes de datos con AEP es utilizar tus propios recursos internos de TI. Esto podría significar esperar a que los colaboradores del equipo de TI estén disponibles y, una vez que lo estén, es posible que carezcan de la experiencia necesaria en AEP. También puedes recurrir a un especialista en integración para realizar las conexiones, pero necesitarás de sus servicios de nuevo cuando se necesiten nuevas conexiones. Y es posible que el integrador tampoco tenga experiencia en AEP.

Software AG es el único proveedor de integración que forma parte del Consejo Asesor de Socios de Open Data Initiative (ODI). Su plataforma de integración webMethods.io ofrece una solución de integración para AEP desarrollada en estrecha colaboración con Adobe.

webMethods hace procesamiento en batch de datos de aplicaciones como CRM, ERP y IoT a través de streaming o APIs, transformando e preparando los datos para Adobe Experience Platform.

Luego, administra la salida de datos de AEP a otras aplicaciones de negocios, aplicaciones personalizadas o herramientas de terceros.

Las empresas que utilizan webMethods para integrar fuentes de datos para AEP evitan integraciones complejas gracias a los conectores prediseñados y listos para usar y guías para la integración basada en modelos. La solución de Software AG también proporciona la escalabilidad que necesitan las empresas a medida que los volúmenes de datos continúan creciendo.

La estrecha colaboración entre Adobe y Software AG significa soporte para nuevas versiones, fuentes de datos y formatos de datos a medida que la industria de la experiencia del cliente continúa evolucionando.



Simplifica la transformación digital

Conectarse con clientes minoristas solía significar atraer movimiento a una tienda tradicional. Los minoristas de hoy necesitan llegar a sus clientes, dondequiera que estén.

En lugar de pensar en términos de “multicanal”, es hora de pensar en términos de experiencias de clientes conectadas. Una experiencia de cliente siempre activa ayuda a aumentar los ingresos al hacer que los productos y servicios estén disponibles las 24 horas del día, en cualquier dispositivo y en cualquier área. Las empresas ya no están limitadas por la geografía, ya que las marcas locales y regionales ahora pueden atender a los clientes en cualquier lugar.

Las experiencias conectadas de los clientes desempeñan un papel fundamental para atraer a los clientes Millennials y de la Generación Z que esperan que tu negocio brinde una experiencia digital perfecta. Pero la mejor razón para ofrecer una experiencia conectada es que los clientes que utilizan más de un canal son más valiosos. Consumidores que compran regularmente a un minorista tanto en línea como en la tienda, gastan un 15% más por compra que aquellos que compran en un solo canal. ⁽³⁾

Crear las conexiones que permitan una estrategia de ventas multicanal sigue siendo un desafío. Los consumidores investigan y verifican el inventario online antes de comprar en una tienda. Usan las tiendas para devolver compras online. Si tus sistemas de *back-end* no se comunican, tus clientes se sentirán desconectados.

(3)<https://internetretailing.net/mobile-theme/mobile-theme/time-to-unify-omnichannel-shoppers-spend-15-more-than-the-rest-19497>

Historia de Éxito:

Kiabi

KIABI

La cadena minorista francesa Kiabi luchó por satisfacer las necesidades de los consumidores Millennials porque sus sistemas heredados dejaron sus canales y clientes desconectados. La empresa necesitaba integrar sus dispositivos, aplicaciones, redes, contenido, canales e interacciones, así como reestructurar sus procesos para conectar a sus clientes con su marca.

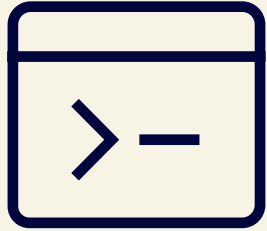
Kiabi utilizó webMethods de Software AG para orientarse más a los servicios y a los eventos.

También utilizó las soluciones de datos in-memory de Software AG para aumentar la velocidad de su sitio web ante el aumento de los volúmenes de datos.

Las empresas que desean crear experiencias de clientes conectadas deben proporcionar capacidades como personalización y precios en tiempo real. Los clientes no pueden comprar lo que no pueden encontrar y los consumidores de hoy tienen poca tolerancia para buscar las informaciones sobre productos y precios.

Usando webMethods Integration y API Management de Software AG, Kiabi conecta a los colaboradores y clientes con información, como el inventario en la tienda, a través de dispositivos móviles.

También conecta a socios, como proveedores, con los datos que necesitan para ejecutar una cadena de suministro eficiente. Establecer una nueva relación B2B una vez le llevó a Kiabi hasta cuatro meses, pero ahora solo lleva unos días.



Acelera la innovación

Actualmente los consumidores están conectados a casi toda la información del mundo gracias a dispositivos que caben en sus bolsillos. Si tus clientes no se conectan con tu empresa porque no pueden encontrar la información que buscan en sus propios términos (en su dispositivo y en cualquier momento), pueden conectarse fácilmente con la competencia.

Los clientes conectados aportan valor más allá de las ventas y los ingresos. Muestran una lealtad que se extiende más allá de las relaciones transaccionales. Ayudan a los clientes a desarrollar conexiones emocionales y a sentir que forman parte de una comunidad que comparte sus intereses y valores.

Casi dos tercios de los clientes conectados dicen que brindar una experiencia excelente fortalece su lealtad.⁽⁴⁾

Sin embargo, hacer posibles estas conexiones a nivel técnico puede resultar un desafío.

Requieren que las empresas combinen contenido transaccional, como descripciones de productos, precios y pedidos, con contenido informativo que puede incluir funciones interactivas y de video.

Estas experiencias deben estar disponibles en todos los dispositivos y aprovechar funciones como el conocimiento de la ubicación. Para negocios que se basan en sistemas heredados, esto significa integrar múltiples fuentes de información de una manera continua. Con demasiada frecuencia, esto demuestra ser una tarea manual que consume mucho tiempo y recursos valiosos.

(4) https://www.salesforce.com/content/dam/web/en_us/www/documents/e-books/state-of-the-connected-customer-report-second-edition2018.pdf

Historia de Éxito:

Miami Heat



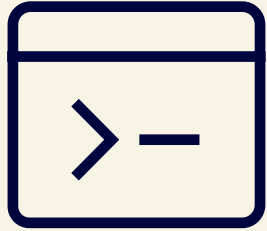
Los deportes profesionales brindan una excelente ventana a la forma en que las marcas pueden conectarse con sus clientes. Los fanáticos se relacionan con sus equipos de diversas maneras: en los estadios, por televisión, a través de la venta de productos y en los dispositivos móviles, por nombrar algunas.

Las marcas deportivas pueden envolver a sus clientes como ninguna otra. Las experiencias personalizadas de los fanáticos a través de dispositivos móviles pueden ayudar a conectar equipos y fanáticos incluso cuando están en la arena rodeados por la marca del equipo.

Cuando el Miami Heat de la NBA quiso crear una mejor experiencia para los fanáticos, para sus abonados, identificó tres objetivos:

- Primero, el Heat quería mejorar la lealtad y satisfacción del cliente. No es una tarea sencilla en un mercado importante como el de EE.UU. donde competencia por el dinero de los aficionados es feroz. El área de Miami ofrece innumerables opciones de entretenimiento y un clima apropiado para salir al aire libre casi todo el año.
- En segundo lugar, el Heat quería utilizar contenido personalizado y una experiencia sin la necesidad de utilizar dinero en efectivo y taquilla para aumentar la venta de boletos.
- Por último, el Heat quería aumentar los ingresos con una experiencia sin fricciones que hiciera fácil y agradable pedir comida, productos promocionales y entradas directamente desde los asientos de los aficionados.

Para que la tecnología impulsara estas experiencias, el Miami Heat recurrió a las capacidades de integración en la nube de Software AG en combinación con su socio Raw Engineering. La plataforma "Digital Fan Experience" de Raw Engineering proporcionó gran parte de la funcionalidad requerida para cumplir con los objetivos del equipo, pero conectar todas las fuentes de datos necesarias para hacer realidad el sueño del Miami Heat también requirió integraciones. El servicio de integración basado en la nube de Software AG, webMethods.io Integration, ayudó al equipo a conectar sus datos con sus fanáticos y cumplir sus objetivos, incluyendo un aumento en las ventas digitales de boletos del 30% al 83% en una sola temporada.



Acelera la innovación

Las conexiones digitales crean nuevas oportunidades. Para tus clientes los productos digitales ofrecen formas más rápidas de comprar, comparar, investigar y descubrir. Para tu negocio, los productos digitales representan una oportunidad para llegar a nuevos mercados y nuevos clientes. Los “nativos digitales”, que nunca experimentaron un mundo sin smartphones, a menudo recurren a lo digital cuando quieren conectarse con amigos, familiares o empresas.

Las empresas nacidas en la era digital tienen algunas ventajas sobre las empresas tradicionales. Están diseñadas para ofrecer conexiones digitales y no están sobrecargadas por tecnologías o procesos heredados. Su conjunto de tecnologías a menudo está construido en la nube y aprovecha los tipos de conexiones que las empresas más antiguas luchan por crear en sus entornos aislados.

Muchas empresas antiguas poseen una base de clientes estable y valor de la marca que les beneficia. Para estas organizaciones, el desafío es crear los productos digitales que los clientes de hoy desean antes de perder participación de mercado frente a las startups. Crear nuevos productos digitales no significa derribar planes de negocios establecidos. Significa conectar tus datos y aplicaciones con tus clientes de forma que se abra nuevas oportunidades de upsell y venta cruzada y se establezcan nuevas fuentes de ingresos.

Historia de Éxito: BTPN



BTPN es uno de los bancos líderes en Indonesia, con una larga trayectoria como principal facilitador de los servicios de pensiones. La distribución de los pagos de las pensiones exigía que los indonesios acudieran personalmente a una sucursal del BTPN, lo que no es poca cosa en un país formado por 17.000 islas.

Con el rápido desarrollo de la economía de Indonesia, el país se encontró con una gran población de Millennials y más teléfonos móviles que personas. Su diversidad socioeconómica hacía que la población representara a los pescadores que trabajaban en las costas del archipiélago y a los empresarios urbanos que vivían en algunas de las ciudades más modernas del mundo.

En 2011, BTPN comenzó a trazar el rumbo de su transformación digital. El reto: Conectar a esta población diversa y dispersa. La solución: Lanzarse de cabeza al mobile banking.

Trabajando con webMethods Integration de Software AG, BTPN comenzó su transformación digital mediante la construcción de una arquitectura basada en microservicios para integrar sus sistemas de *back-end* dispares mientras que escalaba la demanda según el uso. Comenzó con los sistemas utilizados para procesar transferencias interbancarias, lo que permitió a BTPN ofrecer servicios como pago de facturas online. BTPN ahora se estaba transformando en un banco transaccional, aumentando su participación de mercado y, finalmente, conectándose con sus clientes a través de un par de aplicaciones móviles llamadas Wow! y Jenius.

Wow! permite a los usuarios realizar operaciones bancarias online utilizando un teléfono celular heredado. Jenius, que se introdujo en 2016, se dirige a los Millennials nativos digitales con características que facilitan la división de cuentas en restaurantes, el uso de un nombre como número de cuenta y la realización de transferencias por correo e-mail y SMS. Se abrieron más de 85.000 cuentas de Jenius en los primeros tres meses.

webMethods Integration de Software AG es una plataforma probada, estable y fácil de usar que trabaja tras bastidores para ayudar a BTPN a garantizar que todos los sistemas estén conectados, de modo que el banco pueda ofrecer productos innovadores más rápidamente.



Reduce los costos y riesgos de la modernización

Características como pedidos con un solo clic y recomendaciones personalizadas hacen del comercio electrónico minorista una experiencia fluida para muchos compradores. El comercio B2B, en cambio, continúa siendo una historia completamente diferente.

Conectar proveedores y socios en un entorno B2B a menudo requiere navegar por una red compleja de portales, intercambios de documentos y tecnología de intercambio de datos electrónico (EDI). Las especificaciones complejas y la personalización son una parte rutinaria de las transacciones B2B. Los precios al por mayor, las ofertas más grandes y una variedad de soluciones de logística añaden aún más complejidad.

En otra parte de este eBook, discutimos la importancia de la experiencia digital para los consumidores.

La misma idea se aplica al comercio B2B. Para ofrecer los mejores productos y precios a tus clientes, necesitas hacer negocios con los proveedores adecuados. Establecer esas relaciones y poner el producto correcto frente a tus clientes depende cada vez más no solo de hacer las conexiones correctas, sino de facilitar las conexiones para todos los involucrados.

Cuando es más fácil conectarse con proveedores y eliminar la complejidad que acecha a muchas relaciones comerciales B2B, estás preparando tu negocio para el éxito. Las tecnologías de integración y las APIs pueden ayudar a simplificar y automatizar estas complejas conexiones B2B y hacer que tu negocio sea más atractivo para los socios actuales y futuros.

Si tu empresa elige una plataforma de integración que admita múltiples formatos de datos y facilite el trabajo con organizaciones de cualquier tamaño, independientemente de sus recursos de TI, tus oportunidades son ilimitadas.

Historia de Éxito:

Proveedor de Logística Global

Las cadenas de suministro de hoy en día, son complejas, y los proveedores de logística internacional están acostumbrados a las diferencias de conectar empresas y clientes en todo el mundo.

Cuando un proveedor de logística global buscaba una plataforma de integración para ofrecer visibilidad de conexiones con sus clientes, de punta a punta, desde el manifiesto hasta la factura, necesitaba una plataforma que pudiera soportar:

- Formatos de datos personalizados
- Diferentes opciones de conectividad
- Clientes y socios de cualquier tamaño con una variedad de recursos de TI a su disposición
- Operaciones en diferentes husos horarios.

Esta complejidad entre los socios de la empresa estaba generando complejidad en su portafolio de aplicaciones. El mantenimiento de todas estas conexiones requería que la empresa admitiera aplicaciones con capacidades limitadas basadas en diferentes tecnologías. La compatibilidad con diferentes formatos de datos, por ejemplo, obligaba a la empresa a ejecutar varias aplicaciones en el mismo dominio porque cada una de ellas admitía un formato diferente. El objetivo de la empresa era implementar una única plataforma de integración híbrida para reemplazar su sistema de órdenes de servicio existente. Esta única plataforma necesitaba admitir todos los formatos de datos que la empresa utilizaba para conectarse con los clientes, incluidas las APIs, JSON, XML, SOAP, CSV, archivos simples y EDI.

Al elegir la plataforma adecuada, el proveedor de logística podría acelerar el proceso de integración de clientes al tiempo que reduce los costos de tecnología y soporte. Gracias a webMethods iPaaS, basado en la nube, de Software AG, este proveedor global de logística tiene ahora la capacidad de visualizar las conexiones de sus clientes de principio a fin. Software AG ayuda a este proveedor a administrar todo, desde la integración de socios hasta la seguridad y distribución de APIs con herramientas fáciles de usar y una infraestructura basada en la nube que reduce los costos sin sacrificar la conectividad para los clientes.



Reduce los costos y riesgos de la modernización

Nuestra capacidad de investigar casi cualquier cosa desde la palma de la mano y de realizar compras en segundos mediante dispositivos eléctricos oculta el hecho de que muchas empresas siguen dependiendo en gran medida de los procesos manuales.

Los procesos manuales persisten por varias razones. Las fusiones y adquisiciones, los cambios en el liderazgo y las prioridades, además de la renuencia a alejarse de los procesos heredados, siempre fueron los principales motivos.

Tareas comunes de alto volumen y velocidad, como el procesamiento de transacciones y las actualizaciones de inventario, probablemente no sean manuales en muchas empresas digitales. Pero cuando las empresas cuentan con sistemas heredados que no están conectados, un proceso de negocio manual suele llenar el vacío. Conoces el dicho: “Una cadena es tan fuerte como su eslabón más débil”.

Los procesos manuales son tu eslabón débil. Los procesos manuales ralentizan tu organización en un punto de nuestra cultura impulsada por la tecnología donde la velocidad es fundamental. Más que ineficaces, los procesos manuales son propensos a errores, lo que significa que aumentan el riesgo para la organización.

La automatización de tus procesos de negocio manuales reduce ese riesgo, mejora la visibilidad, aumenta la velocidad y ayuda a ahorrar dinero. Nada de esto es posible sin conexiones. Cuando conectas tus datos y aplicaciones, fortaleces tu cadena al integrar información que anteriormente residía en silos.

Actualmente, las organizaciones están utilizando una serie de estrategias para reducir los procesos manuales. A menudo comienzan dividiendo grandes aplicaciones monolíticas y heredadas mediante microservicios y APIs para exponer los datos que contienen. El siguiente paso es hacer que los datos sean más accesibles y colocarlos en manos de las personas y los procesos que los necesitan.

Historia de Éxito: Ejército del Reino Unido



El Ejército del Reino Unido está creando un importante consorcio abierto de múltiples proveedores para mejorar su comprensión sobre la preparación de sus tropas y equipos antes de cualquier despliegue.

Como muchas organizaciones con una larga trayectoria, el ejército británico trabaja con una serie de tecnologías heredadas superpuestas, con informaciones en silos, almacenadas en muchos sistemas y bases de datos diferentes contratados para integradores de sistemas. Esta situación a menudo conduce a grandes retrasos para acceder a los datos y realizar cambios en la funcionalidad de la aplicación.

El Ejército está transformando sus sistemas mediante la descomposición de grandes aplicaciones monolíticas en servicios débilmente acoplados diseñados para ser externalizados. Entre los requisitos para este proyecto se encuentra una plataforma de gestión de APIs para permitir la gobernanza, el monitoreo, la seguridad y el soporte de las APIs, así como una solución técnica capaz de integrarse con grandes aplicaciones de Defensa para exponer servicios y datos de referencia.

Las plataformas webMethods Integration y API Management de Software AG están ayudando al Ejército a conectar de forma segura aplicaciones y datos y permitir la integración con sistemas heredados.

Son parte de la primera estrategia de APIs del Ejército, que aumentará la potencialidad al brindar acceso a datos y servicios que antes no estaban disponibles, y aumentará la agilidad organizacional y el retorno de la inversión.

¿Cómo ayuda la gestión de APIs al Ejército a comprender la preparación de sus tropas? Permite la liberación más rápida de capacidades necesarias, reduce los sistemas aislados y hace posible exponer los servicios a dispositivos personales. La capacidad de integrarse a sistemas de Defensa más amplios con una solución que se puede reutilizar en múltiples proveedores proporciona datos que ayudan a informar la toma de decisiones del Ejército.



Da el próximo paso

Para obtener más información sobre visita:
https://www.softwareag.com/en_corporate/platform/integrationapis.html

SOBRE SOFTWARE AG

Software AG comenzó su viaje en 1969, el año en que la tecnología ayudó al hombre a llegar a la luna y nació la industria del software. Hoy nuestros softwares de infraestructura hacen posible un mundo de conexiones. Todos los días, millones de vidas en todo el mundo están conectadas por nuestras tecnologías. Un flujo continuo de datos alimenta la integración híbrida y el Internet de las Cosas (IoT) Industrial. Al conectar aplicaciones onpremisas y en la nube, negocios, gobiernos y la humanidad pueden identificar oportunidades instantáneamente, tomar decisiones y actuar de inmediato. Software AG conecta el mundo para mantenerlo vivo y próspero. Para más información visite www.softwareag.com/latam.

© 2021 Software AG. Todos los derechos reservados. Software AG y todos los productos de Software AG son marcas registradas de Software AG. Otros nombres de productos y empresas mencionados aquí pueden ser marcas registradas de sus respectivos dueños.

2021_2_E-book_Transform_Your_Business-ES

 **software** AG

