**Bienvenidos al podcast de Microsoft Latinoamérica. En el episodio de hoy, hablaremos acerca de las empresas nativas digitales: empresas que han nacido en plena era digital y fueron creadas en la nube desde un primer momento. Varias de ellas hacen uso de tecnologías para crecer rápidamente y desarrollar su potencial velozmente. Hoy, para hablar de este tema, vamos a tener con nosotros a Wilson Pais, director de empresas y ecosistemas digitales para Microsoft Latam. Wilson, muchas gracias por estar aquí con nosotros. ¡Bienvenido!**

**Wilson Pais:**

Hola, Olivia, gracias a todos, gracias a ti por la invitación y al equipo. La verdad que es un placer estar hablando de estos temas que tanto nos apasionan tanto en lo personal como, obviamente, desde Microsoft y desde todo el equipo que estoy representando aquí hoy, que trabaja con este tipo de compañías.

**¡Excelente! Empecemos por hablar acerca de qué entiende uno por empresas nativas digitales. ¿Cómo podemos describirlas y qué características comparten estas organizaciones?**

**Wilson Pais:**

¡Muy buena pregunta, muy buena pregunta! Mirá, en todo este contexto que estamos viviendo del mundo del emprendimiento, de la innovación, estamos acostumbrados a trabajar, en la industria (y en Microsoft, por supuesto, lo venimos haciendo hace varias décadas) con las famosas empresas de desarrollo de software que desarrollan productos *paquetizados* y que han ido evolucionando su propuesta de productos y servicios hacia lo que, hoy por hoy, consideramos como software como servicio, que es su propuesta de soluciones en la nube.

Pero también hay una cantidad de términos y de nomenclatura y de varias denominaciones, como por ejemplo *startups, scaleups, unicornios,* o *soonicornios,* ahora. Bueno, tenemos un montón de terminología, pero en común estamos viviendo una gran revolución de empresas nativas digitales, que son empresas que tienen propuestas tecnológicas hacia el mercado, tanto para pymes como para medianas empresas, como para grandes empresas, y que, básicamente, las caracterizan algunas características clave, algunos atributos clave con que las podemos identificar.

Primero que nada, una propuesta tecnológica, una propuesta digital, una propuesta de tecnología, de digitalizar algo; lo segundo, es que son modelos de negocios escalables que pueden escalar un país, que pueden escalar inclusive una ciudad, una región, un país o un continente, y pueden convertirse en compañías globales muy rápidamente *—*y lo estamos viendo en los últimos años en toda América Latina*—*; y que tienen componentes de innovación, que tienen una propuesta disruptiva e innovadora, que traen algo y ponen algo sobre la mesa, o una forma diferente de hacer las cosas. Yo te diría que: propuesta digital, modelos de negocios altamente *replicables* y escalables, y componentes que ayuden a la innovación y a la disrupción, para que otras compañías (las pymes), para que otras compañías (las compañías grandes) se transformen también digitalmente.

**Perfecto. Entonces estas criaturas globales, escalables, digitales comparten estas características y, entendemos, son muy importantes para Microsoft, como para el resto de las empresas. ¿Por qué crees que es un área tan clave para poner el foco?**

**Wilson Pais:**

Bueno, yo estoy trabajando estos temas desde hace muchos años y empujando dentro de Microsoft y también en el ecosistema, soy un actor y participo fuerte del ecosistema, en varias instituciones y organizaciones que potencian esto. Porque creo fervientemente que esta es la nueva economía. Son las nuevas empresas de esta nueva economía. Estamos viviendo una revolución en cómo se hace empresa, en cómo se crean empresas sostenibles, amigables con el planeta Tierra, amigables con el ecosistema, amigables entre sí, con este concepto de la economía circular, con este concepto de la economía naranja, el concepto de la nueva economía, te diría yo.

Y yo visualizo que estas empresas son las empresas que hoy son nacientes, que hoy son pequeñas ­algunas ya no tanto­, pero que van a ser las grandes empresas del futuro. Estamos viviendo un momento histórico, creo, en América Latina y en el mundo, donde estas compañías han acelerado su crecimiento, su valorización de mercado, el capital privado, capital de *venture capital* al que están accediendo que les permite crecer y consolidarse como compañías.

Entonces yo creo que estas compañías son las economías del futuro, sin dejar de lado las compañías actuales, las compañías grandes actuales que están también viendo este mismo fenómeno que vemos nosotros como Microsoft, y que están interactuando con estas compañías, están haciendo *partnerships* y alianzas, haciendo inversiones. Los grandes bancos del mundo, las grandes empresas del mundo, hoy, están haciendo inversiones en lo que se llama *open innovation* *and corporate venturing*, teniendo algo que ver con el crecimiento de estas nuevas. Eso, por un lado.

Y por otro, creo que estas compañías son la clave para crear un nuevo valor, crear nuevas riquezas en nuestros países *—*particularmente en América Latina*—* donde la creatividad y el talento abundan, muchas veces no abundan las oportunidades para crecer, para desarrollarse, y para consolidarse, pero abunda el talento, abunda la innovación, abunda la creatividad, eso nadie puede desmentir, que en América Latina de eso hasta podríamos decir que sobra. Y de alguna forma esas empresas pueden poner su creatividad, su talento al crecimiento de otras.

Particularmente, quiero cerrar con el gran apoyo que estas compañías tipo “palanca” pueden hacer para el crecimiento de las pymes. Las pymes, en general tradicionales, no digitales, que, usando tecnología creada por estas compañías nativas digitales, pueden acelerar su crecimiento también. Así que yo los veo como un pivote, como una palanca superfuerte para modernizar a las grandes empresas actuales, pero también para ayudar a las pymes, en su mayoría, también a transformarse.

**Excelente. Hago un breve paréntesis para detenerme en algo que dijiste que me pareció superinteresante: ¿qué es esto de economía naranja?**

**Wilson Pais:**

Bueno, hemos estado viendo, hemos acompañado mucho de las nuevas generaciones, pero estamos viendo que los principios básicos de las compañías, que aprendíamos nosotros (mi generación en la universidad), ya están siendo cuestionados, digamos. O sea, tener una empresa que tiene desechos industriales y no atiende esos desechos industriales es algo que, hoy por hoy, es mal visto. Y no solo mal visto, sino que es malo para el negocio. Es malo para el planeta, es malo para la comunidad donde vivo, y termina siendo malo para el propio futuro de mi compañía.

No nos debemos olvidar que cuando tenemos grandes líderes de compañías muy, muy grandes hoy, gran parte de su rol es cuidar el crecimiento, y la facturación, y el valor que esa empresa está capturando hoy. Pero también (y no olvidarse) que tienen que crear valor futuro. O sea, hoy, un alto ejecutivo de una gran compañía minera, de un banco, de un *retail* grande en América Latina tiene que velar por crecimiento y facturación hoy, pero también por crecimiento y facturación futura, el valor futuro de la empresa. Y es en esto que se concibe este concepto de economía circular, economía naranja, en donde podemos, de alguna forma, crear un nuevo concepto de economía y un nuevo concepto de empresas que cuidan el efecto circular de lo que estamos generando.

Si yo creo un producto o un servicio, de alguna forma tengo que seguir en la cadena a donde va ese producto y servicio, terminan en un hogar. Después del hogar, después que pasa cierta fecha y el producto queda caduco, ¿quién lo va a retirar? ¿Dónde va ese producto caduco mío en el siguiente paso? Y asegurarme que eso termina, posiblemente, inyectándose nuevamente dentro de mi empresa como una materia prima para poder generar otro nuevo producto y servicio.

Cuando hablamos de este enfoque, estamos hablando de un enfoque circular, de un enfoque naranja, con impacto en lo social, con impacto en el medio ambiente, que está siendo muy puesto de moda, hoy por hoy, por las generaciones nuevas. Pero que también las empresas grandes lo están entendiendo y lo están abrazando.

**Excelente. Muy, muy interesante. Estos últimos dos o tres años de pandemia, (volvemos de vuelta) a la cantidad de organizaciones que cumplen con las características de nativas digitales ¡Se disparó! Se dio un crecimiento inédito. ¿En qué estado se encuentra el sector ahora?**

**Wilson Pais:**

Bueno, el sector está en continua expansión, es un fenómeno que ya veíamos suceder en otras partes del mundo. Lo veíamos… bueno, yo soy uruguayo, así que ahí del Río de la Plata, voy a usar una referencia a un tango: con la ñata contra el vidrio.

**¡Me encantó!**

**Wilson Pais:**

Lo veíamos como de lejos. Lo veíamos sucediendo en Europa, lo veíamos sucediendo, por supuesto, en Estados Unidos, que es una economía muy, muy pujante en estos temas (emprendimiento e innovación). Lo veíamos en los países pequeños, como Israel, pero con alto potencial de innovación y de creación.

**“La Startup Nation” le decíamos a Israel.**

**Wilson Pais:**

*“Startup Nation”* exactamente, tú lo has dicho. Lo veíamos un poco de lejos, con la ñata, con la nariz, para los que no son rioplatenses: con la nariz contra el vidrio, porque uno está mirando algo que no le toca de cerca, sino que lo ve en otros. Pero finalmente sucedió, finalmente se despega este tipo de compañías, atrae la inversión de grandes fondos de inversión de capital de riesgo, de *venture capital* de todo el mundo. También se dispara una inversión de *venture capital* regionales y locales en países como Chile, como Argentina, como Brasil, como México, como Colombia, como Perú, y está pasando esto.

Yo te diría que en Argentina habíamos visualizado ya algunos primeros éxitos, como empresas como Mercado Libre, que es una de las empresas más grandes de América Latina, y surge en Argentina como país, se expande a toda la región. Despegar.com, otro ejemplo de Argentina. Pero bueno, en estos últimos dos años ya Brasil supera los 20 unicornios, ya están por los 24, 25, y sigue creciendo. México se ha despertado muy rápidamente, ya con 4, 5 unicornios. Uruguay, que es un país pequeño, en el cual yo nací, ya tiene su primer unicornio, y esa empresa ya está cotizando en bolsa. Chile, también un país relativamente pequeño, ya con dos unicornios y con varios *soonicorns,* o empresas que pronto, o muy rápidamente pueden llegar a ese estatus de unicornio.

**Ahora hablaremos más de eso.**

**Wilson Pais:**

La verdad que estamos en un momento único para América Latina, atrayendo inversiones más que otras regiones del mundo y creo que trabajamos más de una década, capaz dos décadas, desde muchos países, agencias gubernamentales, fondos de inversión, empresas como Microsoft, que están bien, bien dedicadas también a apoyar ese tipo de emprendimientos y de empresas a que crezcan. Así que la verdad que estamos en un momento único, que solamente lo hemos soñado tiempo atrás.

**Excelente. Estos *soonicorns* entonces, retomo esta palabrita que mencionaste antes: “soon to be unicorns” es un sobrenombre para las organizaciones próximas a tener valoraciones por encima de los mil millones de dólares. ¿Cómo se relaciona este concepto con las empresas nativas digitales?**

**Wilson Pais:**

Bueno, la gran mayoría de estas empresas que tienen valorizaciones tan abultadas, tan grandes (desde cualquier parte del mundo, pero hablemos de las que están surgiendo, creándose y agrandando, y acelerando su crecimiento, y expandiéndose desde América Latina) son mayoritariamente digitales, o mayoritariamente basadas en tecnología. ¿Por qué? Porque las tecnologías *—*las tecnologías de computación en la nube, la tecnología de la inteligencia artificial, la tecnología de internet de las cosas— son un gran habilitador para crear modelos *replicables* y rápidamente escalables.

Si vamos al pasado y decimos “bueno, vamos a crear una compañía que fabrique autos”. Los autos son cosas materiales y físicas, que requieren una cadena de producción, de materia prima, de ensamblaje, de producción y de distribución. Esa es una industria que tiene bienes físicos, que su crecimiento (y lo podemos ver en la historia de cómo creció esa industria) tiene sus complicaciones, porque hay que armar una fábrica en otro país. No podemos despachar todos los autos del mismo país, hay que armar fábricas por continentes, por países. Hay que cumplir con legislaciones y regulaciones de cada país. Tenemos que mover bienes, principalmente, productos de un lado a otro, en los barcos y en los aviones.

Sin embargo, en el tipo de industria con propuesta digital tenemos un modelo muy rápidamente escalable y muy inmediato de replicar en otro país. Entonces yo te diría que estas empresas unicornio y los *soon to be unicorns* en general, en su gran mayoría (por no decir todas) están fuertemente basadas en el uso intenso de tecnología, de nuevas tecnologías.

**Excelente. ¿Cómo es que Microsoft ha apoyado a estas empresas en los últimos años y cuál sería el enfoque que usa para hacerlo?**

**Wilson Pais:**

Bueno, obviamente Microsoft, como una de las *big tech*, como una de las grandes empresas de tecnología del mundo, nosotros creamos tecnología de computación en la nube, creamos tecnología de inteligencia artificial, internet de las cosas. O sea, nosotros somos un insumo, por decirlo así, crítico y clave para este tipo nuevo de compañías y lo que estamos haciendo, básicamente, se resume en tres ejes:

Uno, el apoyo tecnológico, el apoyo de la tecnología en sí misma, la tecnología que nosotros les damos como tecnología de base, a bajo costo, altamente escalable, fácil de aprender para que los ingenieros, para que las personas, ingenieros, ingenieras, creativos, creativas de estas empresas creen su propia innovación en base y encima de la nuestra. La tecnología en sí misma, más apoyo tecnológico: tenemos un equipo de gente técnica, muy, muy senior dedicado a ayudar este tipo de compañías en el correcto uso de estas tecnologías, en capacitarlos, en transferirles conocimiento, en transferirles la experiencia que tienen nuestras personas, nuestros especialistas técnicos. Eso como primer gran eje.

El segundo gran eje que es lo que necesitan todas estas compañías: los ayudamos a armar planes de marketing y planes comerciales. Porque no solamente teniendo un buen producto podemos hacer una compañía exitosa. Microsoft tiene experiencia en esto, Microsoft es una organización global. Tenemos subsidiarias y negocios en todas partes del mundo, salvo muy pocos países. Tenemos un negocio global, somos una compañía que factura en todo el mundo, tenemos experiencia en el *B2B,* grandes empresas. Tenemos experiencia en trabajar con pequeña y mediana empresa y apoyarlos en su crecimiento con nuestras soluciones. Entonces ese es el segundo gran eje: la creación de lo que nosotros llamamos los *go to markets,* los GTM, que es cómo vamos al mercado juntos.

Y el tercer y gran tema, la cereza de la torta, le digo yo siempre, es vender juntos, vender en conjunto. Que Microsoft le abra las puertas de otros mercados a una compañía que nació en Argentina, que nació en Chile, que nació en Perú, poder abrirle la oportunidad de trabajar en México, poder abrirle la oportunidad de trabajar en Brasil, o viceversa. Abrir mercados y abrir puertas de grandes clientes es algo que nos identifica bastante a nosotros en Microsoft, que desde que nos fundamos en 1975 tenemos la concepción de trabajar siempre con *partners* y siempre buscando complementariedad, buscando el crecimiento de un ecosistema muy saludable y grande alrededor, y que trabaje con nosotros. Microsoft es una de las empresas que con más socios trabaja en el mundo. Microsoft trabaja con más de un millón de empresas de tecnología en el mundo, que trabajan, desarrollan productos, venden, asociado a la tecnología de base, de plataforma que desarrollamos nosotros. Así que, esa es un poco la forma que tenemos de trabajar e impulsar el crecimiento de estas compañías

**Excelente. Muchísimas, muchísimas gracias. Creo que no me queda ninguna otra pregunta. ¿Hay algo que te gustaría agregar a vos?**

**Wilson Pais:**

Bueno, a mí me gustaría agregar una invitación. O sea, para todos aquellos emprendedores nativos digitales de América Latina que estén escuchando este podcast, invitarlos. Invitarlos a acercarse a Microsoft, acercarse a las diferentes subsidiarias que tiene Microsoft en cada país de América Latina, a trabajar con nosotros, tanto en el aspecto técnico, robustecer sus soluciones técnicas, o innovar en temas en que aún no han innovado o incursionado, de la mano de nuestra tecnología, y que salgamos a vender juntos, no solamente en su país, o no solamente inclusive en América Latina, sino en todo el mundo.

**Buenísimo. Entonces hemos hablado hoy de empresas nativas digitales, qué características comparten, si son globales, si son apoyadas sobre todo en tecnología, qué hace Microsoft para complementar este ecosistema tan importante, qué pasó durante la pandemia y cuál es el estado de situación de la industria hoy, que está como nunca lo hemos visto, quizá como alguna vez se habrá soñado. Hablamos de los *soonicorns*, o *soon to be unicorns,* estas pequeñas criaturas próximas a jugar en las grandes ligas, como le diríamos en los deportes. Y bueno, toda la relación que Microsoft tiene con este ecosistema. Wilson, ¡muchas gracias!**

**Wilson Pais:**

¡Gracias a ustedes!

**Gracias, Wilson, por hacernos llegar información tan importante y actualizada sobre las organizaciones nacidas digitalmente. Sin duda, los cambios en los últimos años han sido enormes, pero también lo es el potencial de hoy en adelante. También quiero agradecerles a quienes nos acompañaron en este episodio de Microsoft Latam Podcast. Pueden unirse a la conversación en las redes sociales, con el #MicrosoftPodcast. Mi nombre es Olivia Goldschmidt y esto fue Microsoft Latam Podcast.**