



Casas de apuestas online:

# Regular es un desafío ineludible

**Antonio Nunes, de Instaleap:**

"El retail debe adaptarse al e-commerce"

**Arcomed lab:**

Tecnología en la impresión de huesos

**Avi Schiffmann:**

La voluntad de innovar

# TOSHIBA MEKANOSIGE

La nueva línea de soluciones robustas para apoyar tu estrategia de **autoservicio** en la era del nuevo Retail.



**Self Checkout System 7**  
MODULAR Y ESCALABLE

**PRO-X**  
HÍBRIDO Y VERSÁTIL

<b>Contenido</b>	<b>12</b> Personaje	Avy Shiffman, estudiante de neurofilosofía: Cambiar el mundo sin salir de tu dormitorio
<b>04</b> Mensaje	Microsoft, una máquina que no para	<b>14</b> Punto de vista
<b>05</b> Claves	Inteligencia artificial aplicada a modelos de negocio	<b>18</b> Columna
<b>06</b> Tendencias	Regulación de casas de apuestas online: Un desafío ineludible	<b>20</b> Caso de éxito
<b>11</b> Caso de negocios	Arcomedlab, implante craneal a medida: Pasión por reconstruir vidas	<b>22</b> Novedades

**Comité Editorial**  
 José María Álvarez, director MekoSige  
 Maximiliano Penna, gerente general MekoSige  
 Ricardo Steeger, gerente general Meko  
 Roberto Steeger, presidente Meko

**Edición y producción periodística**  
 Vicente Pérez Zurita y Cia Ltda.  
**Editora General:** Paula Pérez Amenábar  
**Periodista:** Magdalena Pulido  
**Diseño y diagramación:** Sebastián Silva Gatta  
**Fotografía:** Karina Vega y www.istockphoto.com.  
**Impresión:** Impresora Óptima

## Destacados

El mundo de las apuestas, no fue la excepción y como todo, evolucionó al modo online. En este escenario, tal como ha pasado en muchos rubros, el marco legal no da abasto y se desarrollan en un mundo paralelo que corre con cuestionadas ventajas. ¿Hasta cuándo?

**Tendencias**

**06**

**Caso de Negocios**

**11**

Ser jóvenes, chilenos y emprendedores en salud, parecían ser tres condiciones que harían imposible cumplir el sueño de Ilan Rosenberg y Marcos Skarmeta. Sin embargo, la inquietud que sentían al ver la falta de respuesta en las malformaciones craneales los hizo crear la solución perfecta.

Las marcas offline, aquellas que nacieron físicas tienen, contrario a lo que se piensa, importantes fortalezas que facilitan su entrada al comercio electrónico y deben aprovecharlas. De lo contrario, morirán en el intento.

**Punto de vista**

**18**

# Microsoft, una máquina que no para

No es casualidad que la única empresa de TI que estaba en el ranking de las diez empresas más valiosas del mundo el 2005 y se mantiene (subió) en 2022, es Microsoft. Liderada por su fundador Bill Gates durante veinticinco años y luego solo dos CEOs en los siguientes 22 años, refleja una visión y consistencia impecable, más allá de lo genios que son. Podríamos decir que no han sido los más innovadores, pero sin duda lo han hecho bien en la industria a

menor costo y masificando las soluciones hasta convertirlas en las líderes de sus segmentos.

Vale la pena ver el video de la apertura de Satya Nadella, actual CEO, hace unas semanas en la conferencia anual de Microsoft Inspire 2022 (disponible en YouTube). El lema fue “*doing more + with less -*”, que básicamente ha sido la consigna histórica de Microsoft. Presentaron cada una de las seis áreas en que Microsoft está presente y absolutamente todo sobre la nube de Microsoft, Azure.

1. *Infraestructura*, uno de los líderes de la nube, con crecimientos de más del 40% anual, que el próximo año comenzará a operar datacenter de Chile y México.

2. *Digital and app innovation*, basado en PowerPlatform, una suite de apps, portales, flow, business intelligence (BI), bots y virtual agents. Soluciones muy simples de usar, que tienen más de 20 millones de usuarios activos.

3. *Data & AI*, que incorpora analytics, AI (inteligencia artificial) y servicios cognitivos en la nube, con una serie de rutinas como reconocimiento facial, entre otras, para llegar y usarlas.

4. *Modern work*, con varias herramientas de productividad personal, como Office 365, Windows 365, Teams, Outlook y más de 1.200 millones de usuarios.

5. *Business applications*, con una suite de aplicaciones ERP, CRM, *supply chain*, e-commerce, marketing, customer service entre otras, todo en una sola aplicación integrada, Dynamics 365.

6. *Security*, todo esto con la seguridad de la nube, con más de un 60% de ahorros en costo respecto a sus competidores.

Es un hecho que en algunas de estas soluciones Microsoft aún está más atrás que algunos de sus competidores, así como lo estuvo en las planillas de cálculo hace 30 años, pero siempre ante un competidor distinto. Muy pocas empresas de TI están en más de dos de estas seis áreas. ¿Se imaginan lo difícil que puede ser llegar a competir con soluciones que apalancan todo lo anterior? No cabe duda de quién estará en el ranking de las más valiosas el 2030 o 2035.

**Ricardo Steeger**  
Gerente General Mekano



# Inteligencia artificial aplicada a modelos de negocio

Hoy empresas de todos los rubros están usando inteligencia artificial (IA) para optimizar sus modelos de negocios. En Chile ya hay más de 100 firmas que construyen y entregan sus servicios a partir de esta tecnología. Las más conocidas, los unicornios chilenos NotCo y Cornershop. Aquí otros más.

## Gauss Control, inteligencia artificial que salva vidas

**Qué:** utiliza la inteligencia artificial para combatir el riesgo de accidentes laborales, previniéndolos de una manera estratégica e innovadora.

**Cómo:** utiliza millones de datos generados por diferentes dispositivos para predecir y calcular los índices de riesgo de los trabajadores de una empresa. A partir de estos datos ofrece análisis y planes de mitigación, lo que permite anticipar errores humanos que terminan en accidentes.

## Wholemeaning, rentabiliza las conversaciones con los clientes

**Qué:** filtra, analiza todos los correos recibidos y los prioriza de acuerdo con las necesidades de la empresa. Esto permite aumentar la eficiencia y evitar las pérdidas económicas por correos no respondidos en el momento adecuado y de la manera adecuada.

**Cómo:** a través de inteligencia artificial se analizan los correos electrónicos entre clientes y agentes de venta y pos venta. Luego cuantifica las oportunidades que llegan a los gestores de cuentas.

## Protera, desarrollo de proteínas funcionales

**Qué:** crear biología sintética especializada en el diseño de proteínas. No se trata de las proteínas que se consumen en masa, como la carne, sino proteínas muy específicas denominadas “funcionales”. Por ejemplo, una que es capaz de matar a los hongos de ciertos alimentos, extendiéndoles la vida media (como el pan de molde), o modificar la textura y sabor de un alimento.

**Cómo:** la clave de su desarrollo es una plataforma basada en inteligencia artificial, llamada MADI, que es capaz de identificar en fuentes naturales qué proteínas específicas pueden cumplir la función que están buscando.

## Odd Industries, mejorando el mundo con mejor información

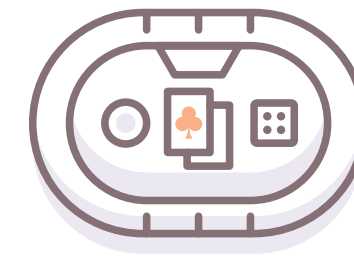
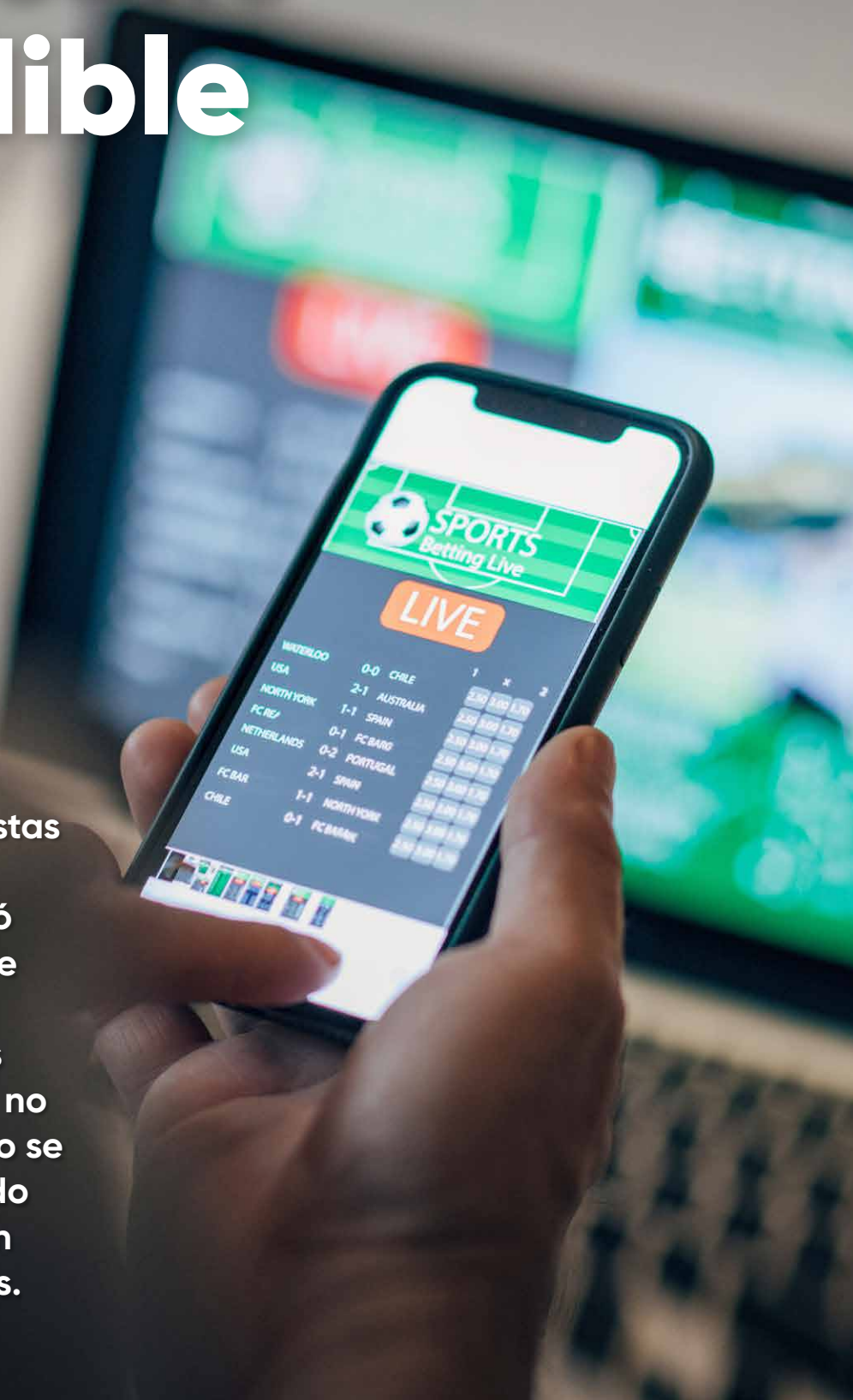
**Qué:** se enfoca en obtener, descifrar y distribuir de manera remota y en tiempo real información valiosa para mejorar los procesos industriales de rubros como la construcción, cuidando el medioambiente.

**Cómo:** con el poder de una cámara hiperconectada con inteligencia artificial es posible capturar los lugares de interés para proyectos, medir, analizar, controlar procesos y así mejorar la productividad y eficiencia en las operaciones.

Regulación de casas de apuestas online:

# Un desafío ineludible

El mundo de las apuestas no fue la excepción y como todo, evolucionó al modo online. En este escenario, tal como ha pasado en muchos rubros, el marco legal no da abasto y el negocio se desarrolla en un mundo paralelo que corre con cuestionadas ventajas.



**EN CHILE LAS PLATAFORMAS DE APUESTAS ONLINE OPERAN EN LA ILEGALIDAD, NADIE LAS REGULA Y, POR LO TANTO, NO TIENEN NORMAS PARA GARANTIZAR EL PAGO DE LOS PREMIOS, NO PAGAN IMPUESTOS NI TAMPOCO SON OBLIGADAS POR EL SERNAC A RESPETAR LAS LEYES DEL CONSUMIDOR.**

Entre enero de 2019 y marzo de 2022 la Superintendencia de Casinos y Juegos (SCJ) recibió un número inédito de denuncias sobre sitios que estarían dedicados al negocio de los juegos de azar fuera de las normas en Chile.

La ilegalidad en la que operan las casas de apuesta online no necesariamente los hace estar en la clandestinidad. Hoy el fútbol chileno les da una importante tribuna, pues famosas marcas internacionales dedicadas a este negocio aparecieron a principios de este año como sponsor en las camisetas de 15 de los 16 equipos clubes de primera división, en la publicidad de las canchas y hasta en los nombres de campeonatos.

Tras ellas hay una actividad que en Chile no está reglada, pero su presencia es un indicio de que mueven cifras millonarias.

A nivel mundial, según el último The European Club Footballing Landscape de UEFA, las casas de apuestas pasaron a ser el primer auspiciador del fútbol europeo. Representan un 19% de las principales camisetas, un 2% más que hace un año. De hecho, un cuarto de los 183 clubes que dieron a conocer un nuevo patrocinador al comienzo de la temporada había cerrado acuerdos con casinos o empresas de apuestas deportivas, transformándolo hoy, en el sector que más invierte en el fútbol de ese continente.

En Chile, según datos de la SCJ, hay más de 900 páginas web y plataformas que permiten desarrollar apuestas en línea desde Chile, alojadas en países o jurisdicciones como Malta

o Curacao, generando un mercado que reporta a nivel nacional ganancias de alrededor de US\$150 millones.

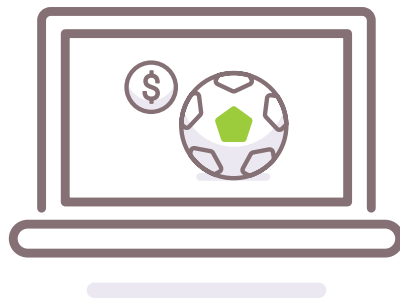
El salto en su masividad lo tuvieron en tiempos de pandemia. Con el confinamiento y el encierro, las puertas que sí se abrieron fueron las del mundo *online*. La necesidad de buscar alguna actividad recreativa hizo que aumentara el público de jugadores apostadores, sumándose un nuevo nicho: los nativos digitales.

Según Betsson, la casa de apuestas que hoy financian a Colo Colo, en 2020 sus usuarios crecieron un 44%, el 2021 la tendencia se mantuvo y sus clientes activos superaron el 1,1 millón. Mismas cifras de éxito reportan otras casas de apuestas internacionales también presente en el fútbol chileno como Betano y Betway.

Y no solo en el fútbol está el boom. Las apuestas deportivas están en todas las disciplinas tales como handball, tenis, béisbol y hockey sobre hielo, entre otros. Además, el negocio *online* también ofrece juegos de casino y póker. Se estima que mundialmente las ganancias alcanzan unos US \$60 mil millones y en 2023 se pronostica que subirá a US \$93 mil millones.

## La ilegalidad a un solo click

Las apuestas en Chile están regladas por la Ley de Casinos No. 19.995 de 2005. Ella establece con claridad que la autoridad da luz verde para su funcionamiento a Polla Chilena, Lotería de Concepción, los hipódromos y los 25 casinos en funcionamiento que existen en el país.



## UNA PRONTA REGULACIÓN ES UN PASO FUNDAMENTAL DE ADAPTACIÓN Y UNA EVOLUCIÓN LÓGICA QUE PERMITIRÍA A QUIENES OPERAN FÍSICAMENTE AMPLIAR SU NEGOCIO.

De ellos, solo tienen permitido la modalidad online Polla, a través de Xperto. Para el resto de los casos, la transacción digital, se considera una actividad ilegal que está fuera del marco regulatorio y, por tanto, son una competencia ilegal y desleal.

Pero como las casas de apuesta ya arribaron en masa a Chile a través de internet, ingresar a este mundo es sumamente fácil. Basta registrarse con un correo y abonar dinero con tarjeta de crédito, débito o Caja Vecina, entre otros. Además, la gran mayoría de estas compañías cuentan con aplicaciones para que las personas ingresen desde sus móviles y no dependan de un computador. De esta manera, ser usuario está a solo un par de click.

Sin embargo, como en Chile estas plataformas operan en la ilegalidad, nadie las regula y, por lo tanto, no tienen el deber de tomar acciones para prevenir el lavado de dinero, tampoco son obligadas por el Sernac a respetar las leyes del consumidor. En el mundo del deporte se sospecha que incluso puedan favorecer el acuerdo de resultados, no tienen reguladas las normas para garantizar el pago de los premios y mucho menos, están afectos a pagar los impuestos correspondientes.

Entonces mientras en 2021, el aporte tributario de los casinos autorizados fue de \$90 mil millones, según datos de la Superintendencia; las salas online están al margen de aquella responsabilidad.

El modelo de negocio de las casas de apuesta ha demostrado ser muy rentable y se implementa de diversas maneras. La forma más usual es ofrecer bonificaciones u ofertas especiales para determinados eventos. También brindan apuestas gratis o bonos adicionales para estimular a los usuarios para que apuesten en un determinado evento.

En algunas plataformas tienen disponibles tutoriales o guías para ayudar a realizar sus apuestas a los nuevos usuarios. Otros utilizan plataformas webs valoradas para promocionar y explicar su ofrecimiento y brindan trucos y consejos que potencian las posibilidades de obtener ganancias.

De hecho, ya surgieron los oficios que se desprenden de este mundo, como son los tipster: personas a la que se le paga para que entregue información estadística sobre cómo apostar. Se trata de una oferta tentadora al alcance de la mano y que de un solo click deja al público en un mundo que funciona en la ilegalidad.

### ¿Regulación?

En el Congreso hay dos proyectos de ley que buscan dar un marco regulatorio para el desarrollo de las plataformas de apuestas *online*, ya sea para los casinos, las casas deportivas, y todo lo que implique apuesta con dinero.

El primero de ellos, es el **Proyecto de Ley de Apuestas Deportivas y Juegos Online**, que está actualmente en tabla. Este propone establecer las reglas que garanticen la protección de los usuarios, la formación de un mercado competitivo y la recaudación por el pago de impuestos de cerca de US \$55 millones anuales para el fisco. Además, una de sus apuestas más fuertes se centra en la prevención de riesgos y la protección de los usuarios, especialmente, de aquellos que forman parte de colectivos vulnerables. La salud mental o la ciberseguridad son también objetivos de la propuesta de ley.

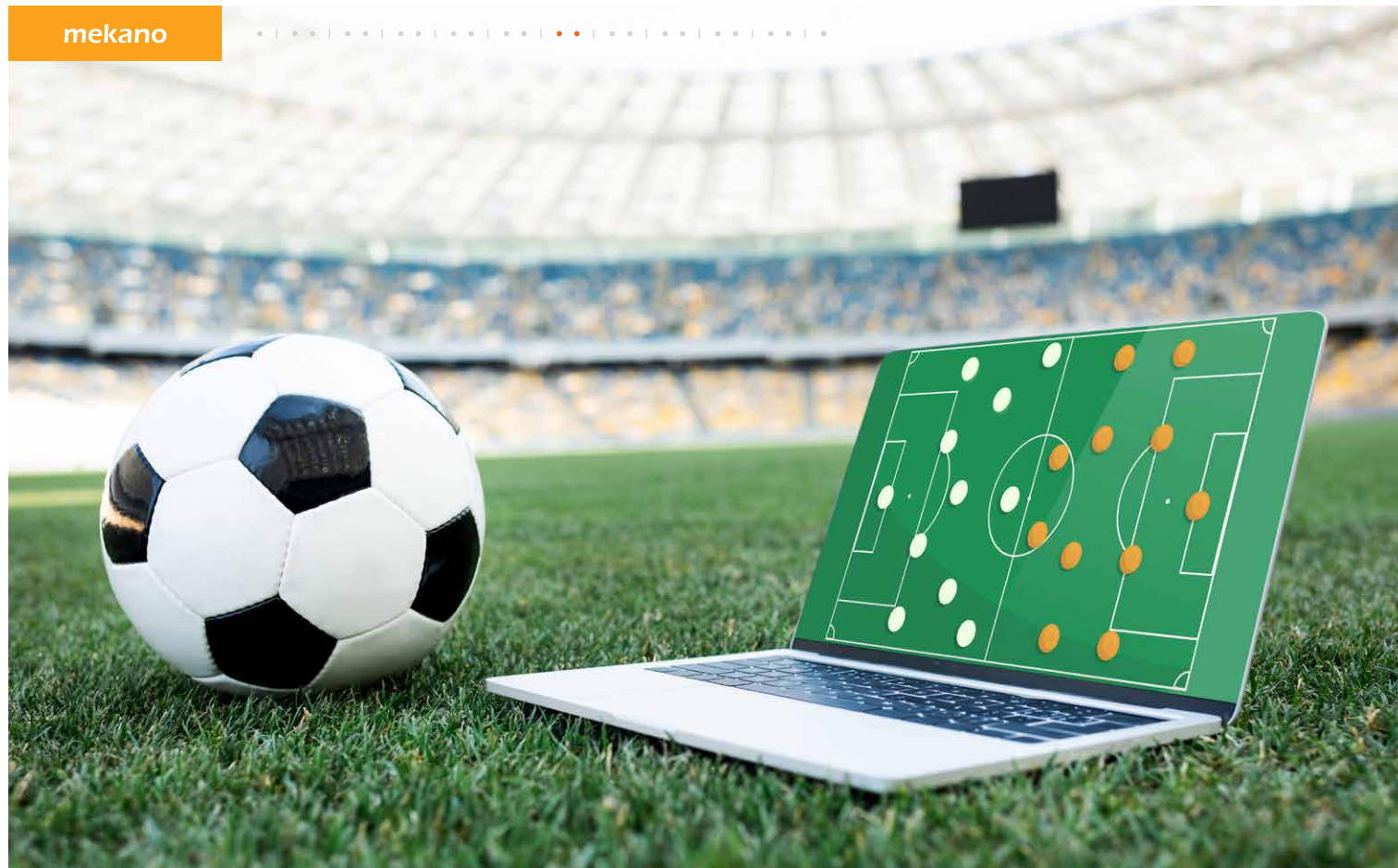
También, en caso de entrar en vigor, se elaborará un reglamento específico para establecer las bases de regulación y se creará una Superintendencia de Casinos, Apuestas y Juegos de Azar cuya finalidad principal sería dar respuesta a las necesidades de la industria.



EN LA ACTUALIDAD

15 DE LOS 16

CLUBES DE FÚTBOL DE PRIMERA DIVISIÓN LLEVAN EN SU CAMISETA EL NOMBRE DE UNA CASA DE APUESTA ONLINE.



En Chile quienes nacieron con este negocio en su versión digital, ven la regulación como una soga al cuello, pues temen que pueda restarles competitividad. Sin embargo, para quienes funcionan físicamente y ya tienen regulada su actividad, este es un paso fundamental de adaptación. De hecho, sostienen que es una evolución lógica y prácticamente obligatoria que los beneficiaría por varias razones. La primera, es que aumentan los jugadores. Es obvio que la pandemia rompió el “resquemor” frente a la tecnología y hoy seguro hay más personas que se animan a apostar si solo tienen que apretar un botón a que si tuvieran que desplazarse a locales físicos. Por ejemplo, Colombia reguló las apuestas online en 2016, entregando licencias a cinco empresas. Hoy son 18 las casas de apuestas online, y solo en 2019 movieron US \$1,5 mil millones de 2,7 millones de usuarios.

Por otra parte, la regulación es una forma de favorecer la innovación. Y así lo demuestra España. Con la legalidad, el desarrollo de las casas de apuestas online se transformó en una “carrera” en las que todas quieren tomar la delantera para ser la casa de apuestas elegida por la mayoría de los jugadores. Es que también en la medida que entran en la regulación, las apuestas se transforman en una actividad en la que cada vez se apuesta más por diversión y menos de forma profesional. Es decir, llegan más usuarios que quieren divertirse viendo el partido de fútbol de su equipo preferido mientras sienten la emoción de ganar una apuesta y punto.

El segundo proyecto, también en trámite en el Congreso, tiene por objetivo prohibir que las casas de apuestas en línea puedan auspiciar actividades deportivas presenciales, en transmisiones vía *streaming*, radio y televisión. Este proyecto de ley también busca vetar la propaganda de esta industria en “camisetas o equipamiento deportivo”. Con ello, Chile alcanzaría un contexto de regulación similar a otros países latinoamericanos que ya cuentan con una legislación específica y claramente definida. Y de hecho, se espera que el resto de los países de América Latina poco a poco vayan dando pasos firmes hacia un sistema más controlado, sostenible y seguro tanto a nivel económico, como legislativo.

Ambos proyectos serían discutidos a principios de agosto, pero fue justo ahí cuando el gobierno le pidió al legislativo pausar su tramitación para incorporarlo dentro de la actual Reforma Tributaria en la que están trabajando. El ministro de Hacienda, Mario Marcel, sostuvo que entre los puntos que incluye la reforma está el proyecto de los impuestos correctivos, entre los que se incluye un gravamen a las apuestas en línea y ajuste a los impuestos al alcohol. Esta iniciativa contempla que las plataformas online queden con tributos específicos de 20% sobre los ingresos brutos para las sociedades operadoras, y de 15% para los usuarios. Como sea por uno u otro camino se espera que de aquí a fin de año, esta regulación que ya es ineludible, se haga realidad.

Arcomedlab, implante craneal a medida:

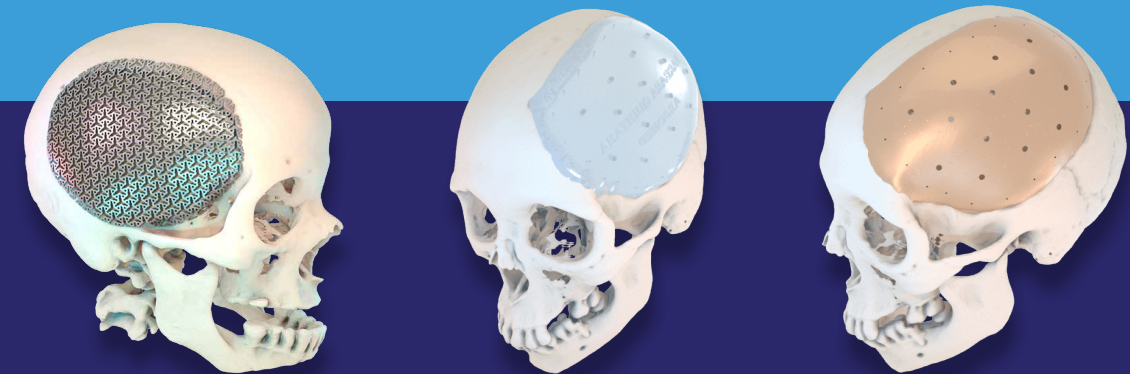
# Pasión por reconstruir vidas

Ser jóvenes, chilenos y emprendedores en salud, parecían ser tres condiciones que harían imposible cumplir el sueño de Ilan Rosenberg y Marcos Skarmeta. Sin embargo, la inquietud que sentían al ver cómo cientos de pacientes con una malformación craneal truncaban su vida, fue más fuerte.

Rompieron prejuicios, recorrieron el mundo en busca de una solución que no encontraron, sortearon una pandemia y aunque todo siempre fue adverso, nunca se rindieron. A Ilan Rosenberg, técnico protesista maxilofacial y Marcos Skarmeta, odontólogo, la vida los juntó en Italia el año 2013. No se conocían, pero bastó la casualidad para darse cuenta que compartían la misma preocupación: ambos querían irrumpir en el mercado de los implantes con una solución que fuera personalizada, asequible para todos y con tecnología de punta.

Hasta ese momento la mayoría de los implantes se trabajaban en metal, pero Ilan y Marcos fueron visionarios en darse cuenta que esta no era la mejor opción, al menos en el área de la reconstrucción craneo maxilo facial. “El metal genera muchos efectos adversos, no tiene la elasticidad del hueso humano, genera artefacto en imagen radiológica, en pacientes con cáncer no deja ser irradiado, en pacientes infantiles el titanio es complejo y además, eventualmente hay que hacer un recambio a medida que el paciente va creciendo”, explica Ilan a Mekano.

Por otra parte, los implantes estaban solo en manos de multinacionales, quienes trabajaban con sistemas CNC. En simple, esto se trata de máquinas que esculpen un bloque de un material especial para darle forma al implante solicitado. Este proceso es poco eficiente, se pierde el 40% del material. Además, y lo más importante es que “estos implantes no cumplen con la anatomía interna de cómo se compone un hueso, porque es un bloque de material sólido y los huesos del ser humano no lo son, tienen una médula y una composición interior por donde pasa sangre, nutrientes y más”, afirma Ilan.



Frente a estas condiciones y con la tremenda inquietud de ver cómo cientos de pacientes limitados por una malformación, quedaban sin un tratamiento y confinados a una vida truncada, decidieron, literalmente, no descansar hasta dar con la innovación que hasta ese momento solo existía en sus mentes.

## Más que una reconstrucción de huesos

Santiago, Hospital El Salvador, 2017. Esa fue la fecha y el lugar en el que el sueño de Ilan y Marcos finalmente se hizo realidad. La operación a una mujer con la primera prueba del implante de hueso sintético por el que habían trabajado tanto, dio resultado. Pero lo hizo no solo desde la perspectiva médica, sino también desde la dignidad de la persona. Aquella paciente, que por su malformación craneal producto de un derrame cerebral, llevaba dos años recluida en su casa, al cabo de un par de semanas, volvió a salir a las calles.

¿Cómo lo habían logrado? Ambos profesionales llegaron a Chile de Italia, con la franquicia de un laboratorio dental de alta tecnología en prótesis que utilizaba impresión 3D. Pero después de unos años “teníamos desafíos más grandes”, dice Ilan. No querían limitarse solo a la boca y fue así como desde Arcodent decidieron luchar por cambiarle la vida a más pacientes y se lanzaron al rubro médico, específicamente a la zona cráneo facial, transformando su startup en Arcomedlab.

Recorrieron varias partes del mundo buscando una tecnología para imprimir en 3D sobre la base de algún material que no fuera metálico y pudiera simular lo más parecido a un hueso. No lo encontraron y por eso decidieron crearlo ellos mismos.

“Se nos ocurrió invertir el proceso de fabricación, es decir, producir en un material denominado biopolímero, un implante desde nada para tenerlo



Ilan Rosenberg y Marcos Skarmeta se unieron por el deseo de innovar y reconstruir vidas.

completo, capa a capa, de adentro hacia fuera lo que nos permite personalizar cada estructura e imitar la composición interna del hueso”, explica Rosenberg.

Para lograr aquello, compraron impresoras 3D aptas para materiales biocompatibles, las rearmaron, reprogramaron e incluyeron piezas y repuestos de todas partes del mundo. “A través de un escáner en 3D que realizamos al paciente, sacamos una imagen con un software altamente especializado, con el que diseñamos e imprimimos un implante totalmente personalizado. Así cambiamos el concepto”, concluye el especialista.

## A paso firme

Hoy a ese primer implante instalado en el hospital Salvador se han sumado más de 500 con total éxito, tanto en Chile como en otras partes del mundo (Brasil, Perú, Argentina, México y España). Así desde aquel entonces, han transcurrido cinco años de crecimiento en los que con tecnología que perfeccionan a diario, Arcomedlab ha sabido demostrar que tiene una solución de categoría mundial.

En este tiempo han visto con inmensa alegría y orgullo como cada reconstrucción cráneo facial, ya sea por malformaciones de nacimiento, accidentes y traumas de alto impacto, cáncer; aneurismas o por simple estética, tanto en niños como adultos y ancianos, atendidos en el servicio público y privado en Chile y Latinoamérica, significa la reconstrucción de una vida.

“Además, esta es una innovación que beneficia a todos los involucrados, pues hace que las cirugías sean más cortas, más simples para el cirujano, menos invasivas para el paciente y hacemos ahorrar costos a la institución de salud, porque el proceso de internación posquirúrgico es mucho más reducido”.

El resultado de aquella primera operación los hizo merecedores de un concurso de innovación en España y Chile. Luego siguieron trabajando arduo hasta lograr la certificación del Instituto de Salud Pública (ISP) en Chile y dos certificaciones ISO (13485 y 17664) y actualmente en proceso de la FDA (Estados Unidos) para fabricaciones de este tipo.

Según explica Rosenberg “un producto que va dentro del cuerpo es comercialmente lo más complejo que existe. Por razones obvias, no hay nada en el mundo que requiera más regulación, más certificación y más supervisión, entonces lograrlo y saber que reconstruiremos más vidas nos llenó de alegría”.

El 2021 además se adjudicaron un fondo Corfo para internacionalizar la empresa. En Chile siguieron creciendo con la construcción de un laboratorio de categoría y estándares mundiales que cuenta con el primer “clean room” de América Latina para la impresión de huesos sintéticos. Y el 2022 también lo empezaron con buenas noticias: “nos reclutó una aceleradora global, nos compraron parte de la empresa, entramos a su portafolio, y ahora juntos nos vamos a Estados Unidos”, explica Rosenberg.

Con este currículum atrás quedó el escepticismo de la comunidad científica y las interrogantes de si eran técnicamente viables. De hecho, como si fuera poco, acaban de patentar una nueva innovación para sus implantes. Sobre la base del concepto de riego por goteo buscaron dar solución a las infecciones, una de las dificultades con las que suele enfrentarse la instalación de un cuerpo extraño en los pacientes, y lo lograron.

Se trata de un sistema, que después de instalado el implante, libera por goteo dosis de antibióticos de manera sectorizada, controlada y prolongada durante un tiempo. “Esto es algo que aún no hace nadie, puesto que nosotros no acoplamos un mecanismo al implante, eso ya existía. Lo que hicimos fue desarrollar un mecanismo propio del implante que funciona con gravedad y después de dos años de trabajo lo acabamos de patentar en Estados Unidos”.



**EL ESCENARIO EN EL QUE NOS DESARROLLAMOS FUE ABSOLUTAMENTE ADVERSO, HABÍA UN 0,5% DE PROBABILIDADES QUE ESTO TUVIERA ÉXITO, PERO HA SIDO UN CAMINO DE MUCHA ENTREGA, DE MUCHA CONSTANCIA, AMOR Y PASIÓN POR LO QUE HACEMOS”.**

## Nuevos desafíos

Con tantas batallas ganadas la pasión por seguir innovando y la adicción que produce ver vidas reconstruidas, la innovación no se detiene y Arcomedlab está trabajando en:

**Implantes para otras partes del cuerpo** como extremidades, columna, dedos, caderas y esternón, “siempre fabricando hueso sintético”, afirma Rosenberg.

**Un convenio con la Fundación Teletón** mediante el cual desarrollarán extensiones de huesos para generar en las extremidades un soporte del cual puede instalarse de mejor forma una prótesis de mano por ejemplo.

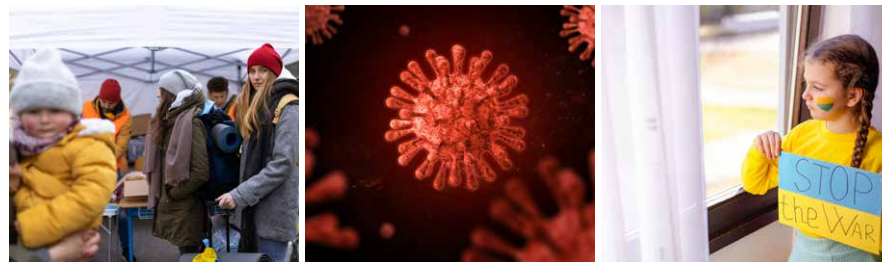
**Un futuro en 4D.** “En este rubro no hay límites y ya estamos pensando en que no nos quedaremos con el concepto de impresión 3D, sino que llegaremos a la impresión 4D. El actual objeto en 3D no interactúa con el medio en que se encuentra, en nuestro caso con el cuerpo humano. Por su parte, la impresión 4D sí nos pone el desafío de pensar en una bioactivación, es decir, en algo que no solo está, sino que además interactúa con el organismo”.

Avy Shiffman, estudiante de neurofilosofía:

# Cambiar el mundo sin salir de tu dormitorio

Parece una frase cliché, pero en este caso es lo que realmente ha hecho Avy Shiffman. Con solo 19 años y con la programación que aprendió en Youtube, ya suma a su currículum dos plataformas que han sido una luz de esperanza en la pandemia y en el conflicto entre Rusia y Ucrania.

“Webchampion” es solo uno de los elogios que en poco tiempo y a su corta edad ya ha ganado el norteamericano Avy Shiffman. Y es Tim Berners-Lee, el propio creador de la World Wide Web quien se ha encargado de destacarlo, pues ha encontrado en este adolescente y en sus creaciones el ejemplo perfecto de cómo usar la web para crear un futuro más justo, haciendo que la información vital sea gratuita y de fácil acceso.



Inquietud y empatía/  
**“Si sabes cómo hacer la pregunta, siempre encontrarás la respuesta”**

**Enero 2020.** Recién empezaban a conocerse los primeros casos de Covid -19 en China cuando Avy Schiffman a sus 17 años fue capaz de darse cuenta que en pocos meses la información de contagios, hospitalizaciones y muertes se haría incontrolable. Fue entonces cuando comenzó a idear en su cabeza una página web en la que se consolidara toda la información mundial en tiempo real.

**Febrero 2022.** Cuando a finales de febrero Rusia invadió Ucrania, Schiffman participó en su país de una marcha contra la guerra. Ver con sus ojos la angustia de ucranianos que sufrían por sus familiares que debían huir, lo llevó a desvelarse una noche completa, pensando en cómo podía ayudarlos.

En ambos casos, Schiffman es categórico en decir que no es su juventud la razón de tanta inquietud. “Hoy en día puedes aprender cualquier cosa en internet, la edad no es un impedimento para nadie, solo se necesita un teléfono y buena conexión. De hecho, todo lo que sé de programación lo aprendí con tutoriales de YouTube”, dice Schiffman, quien agrega con convicción, “lo que realmente me gusta es hacer cosas que sean muy útiles para la mayor variedad de personas, entonces el punto crucial es: si sabes cómo hacer la pregunta, siempre encontrarás la respuesta”.

“

LAS PERSONAS QUE ESTÁN TAN LOCAS COMO PARA CREER QUE PUEDEN CAMBIAR EL MUNDO, SON LAS QUE LO LOGRAN”, ES LA FRASE DE STEVE JOBS QUE INSPIRA A SHIFFMAN.

Acción inmediata/  
**“Es emocionante hacer algo útil y que la gente lo esté aprovechando”**

**Enero 2020.** Antes de que el Covid se apreciara como una amenaza real, Schiffman creó y puso a disposición de todos, el rastreador web de casos de coronavirus más grande del mundo. Esto con la idea de garantizar un lugar de información segura, crucial para estudios y para el desarrollo de los modos de actuar en el combate de la pandemia. Su objetivo fue desvincular las estadísticas de la interferencia y distorsiones políticas y así lo hizo. De hecho Avy, creó un recurso tan preciso que los propios epidemiólogos confían en su información para desarrollar sus modelos.

**Febrero 2022.** Después de esa noche de desvelo, Avy desarrolló, en tres días y tres noches, junto a su compañero de curso, Marco Bursntein, una página web que, al estilo de las páginas de alojamiento como Airbnb, pone en contacto a refugiados ucranianos con ciudadanos de todas partes del mundo que ofrecen alojamiento gratis.

Cuando entran en la web, los refugiados facilitan su ubicación y al momento reciben ofertas de acogida en las ciudades más cercanas. “Es emocionante hacer algo útil y que la gente lo esté aprovechando”, afirma Schiffman. Los usuarios también pueden especificar el número de personas que solicitan asilo o cualquier otro filtro imaginable: edad, duración de la estancia, cuidados médicos, transporte y mascotas, entre otros.

Actualmente, mientras la página no deja de crecer, Schiffmann y Burstein se esmeran en perfilar al máximo todos los detalles como ha sido lanzarla en una docena de idiomas y mejorar la experiencia de usuario.

Satisfacción/  
**“No me quiero jubilar a los 17 años”**

**nCov2019.live y Ukraine Take Shelter** son las páginas web creadas respectivamente para las inquietudes de Avy y ambas se caracterizan por sus cifras de éxito. El rastreador de pandemia cuenta con más de 30 millones de visitas diarias y mantiene la actualización en línea. Por su parte, la web para refugiados ya cuenta con más de 25 mil anfitriones registrados para ayudar a los refugiados y acumula más de 100 millones de visitas. Además, día a día siguen mejorando el servicio, garantizando, entre otros aspectos, la seguridad frente a los ciberataques..

Pese a recibir ofertas millonarias por la compra de sus plataformas, Schiffman se niega a venderlas. También rechazó ocho millones de dólares por añadir publicidad a su web. “No los necesito, hay cosas mucho más valiosas que eso”. A lo que agregó, “es muy fácil para mí rechazar este tipo de ofertas, porque tampoco tengo mucho interés en ganar grandes cantidades de dinero. Me sentiría como muy adulto. Podría decir, vale, me jubilo ya; pero no me quiero jubilar con 17 años”, asegura.

Con este historial lleno de inquietudes, empatía, decisión y éxito, Schiffman, sin duda, volverá a sorprender, desde su dormitorio con una respuesta concreta frente a una necesidad mundial. Él mismo señala que siente que no puede detenerse ante la cantidad de proyectos que tiene en la cabeza. Mientras esto sucede se prepara también con sus estudios universitarios, en los que optó por la Neurofilosofía en Harvard, una combinación de neurociencia, psicología y filosofía, que según él es parte del camino que tiene que recorrer para cumplir su sueño de desarrollar grandes cambios en la conexión del cerebro con la computadora, siempre de manera correcta y positiva.

Antonio Nunes, socio fundador de Instaleap:

# "O el retail se adapta al e-commerce o muere en el intento"

Las marcas *offline*, aquellas que nacieron físicas tienen, contrario a lo que se piensa, importantes fortalezas que facilitan su entrada al comercio electrónico y deben aprovecharlas.

El 2020 fue el año de la pandemia y también el de *e-commerce*. El cierre del comercio físico por medidas sanitarias aceleró un proceso que si bien se sabía necesario ni *retailers* ni clientes se habían decidido a optar por él.

Fue el virus que atacó al mundo entero el que finalmente hizo que se prendieran las pantallas, se normalizara el vitrino *online* y fuera un "enter" el que permitiera abastecer tanto de alimentos como de entretenimiento, pasando por vestuario, tecnología y tanto más.

Resultado de la historia: en los últimos años el crecimiento del comercio electrónico ha sido exponencial y se consolida como uno de los principales canales de consumo en la actualidad.

Sobre los pronósticos de cómo continuará su desarrollo y sobre cuáles son los desafíos para el comercio *offline*, conversamos con Antonio Nunes, CEO y fundador de Instaleap, una *startup* que ofrece al retail la orquestación para una

“

**PARA UN JUGADOR ONLINE CONSTRUIR DE CERO LAS VENTAJAS QUE TIENE EL RETAIL FÍSICO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO ES MUY COSTOSO Y ESO EL OFFLINE TIENE QUE APROVECHARLO",**  
ANTONIO NUNES.

perfecta operación digital en mercados de Europa y América. En Chile Instaleap, opera a través de Mekano como partner.

**El último informe de las ventas online del retail elaborado por la Cámara Nacional de Comercio, correspondiente al primer trimestre de este año, evidenció una baja anual de 9,4%. ¿Esta tendencia refleja el fin del boom del e-commerce? ¿Cómo lo ven ustedes desde Instaleap?**

En los temas de *e-commerce* Chile no es una isla que se pueda separar del resto del mundo y nosotros tenemos la ventaja de poder ver las cosas con la perspectiva que da el tener operaciones en Europa, México y Brasil, entre otros. En este contexto, lo que vemos, es que si bien la curva por momentos puede no tener la inclinación tan acelerada que tuvo en 2020 y 2021, no hay dudas de que hay un cambio estructural. El mundo dio un brinco muy importante en penetración digital y hoy el cliente tiene un comportamiento que es digital. Efectivamente pueden haber ele-



mentos coyunturales de la economía y de la incertidumbre política que afectan a los negocios, pero el comercio electrónico es la macrotendencia y el retail debe, sin opción, capturar al cliente digital.

**Frente a la cantidad de marketplaces que nacieron digitales, el retailer offline, aquel que no tiene en su core este modo de operar, ¿también debería desarrollar el comercio electrónico?**

En estos últimos años los *marketplaces* lograron capturar la migración digital de los clientes. Frente a ellos el *retail* tradicional debe pensar cómo tener herramientas para capturar también a esos clientes, pues hoy ya no hay dudas de que gran parte del mercado será digital y nadie, aunque quiera, puede abstraerse de esto. Hasta el momento los grandes beneficiados han sido los jugadores digitales, cuando en realidad debieron haber sido los *retailers*. Ellos ahora tienen que adaptarse, aprender o morir en el intento.

**¿Cómo pueden hacerlo? ¿Qué les recomendaría?**

Les recomendaría que aprovechen las enormes ventajas que tienen. De hecho, una de las razones por las que nace Instaleap, es porque creemos que el *retailer* que vive en el mundo *offline* tiene determinadas condiciones estructurales que lo deberían hacer competir con ventaja sobre el jugador *online*.

**¿Cuáles son esas ventajas?**

La primera de ellas es la existencia de las tiendas, que están ahí, implementadas y

son una red que funcionan como un centro donde el cliente puede experimentar la marca y desde esa experiencia hacer *e-commerce*. Mientras que por su parte, los jugadores digitales intentan construir esto desde cero.

La segunda ventaja es que los jugadores *offline* muchas veces son marcas consolidadas que la gente ama, son marcas con las que las personas crecieron y vieron toda la vida en sus barrios. Son marcas que tienen una historia con la que los consumidores genuinamente se conectan. Si yo como *retail* ya tengo eso, tengo un plus. Por el contrario, para el jugador *online* construir una marca con la cual la gente se conecte es extremadamente caro.

También el mundo *offline* tiene como fortaleza la relación con los proveedores, que estructuralmente significan un surtido importante de productos y precios sosteniblemente bajos, en relación a lo que puede obtener el jugador *online*.

Un *retailer* ya tiene un *staff* estable de personas que conocen sus tiendas y productos. Mientras que el digital no los tiene, pero necesita contratar por ejemplo, *pickers* que no conocen su marca, ni su lugar físico, porque no lo tiene.

Por último, el *retailer offline* tiene una relación con los clientes, hay fidelización y seguro guarda una serie de datos como nombre, mail, teléfono, que puede apalancar fácilmente para el canal digital. El jugador digital parte de cero.

**¿Y por qué, si tiene tantas ventajas, el retail offline suele quedarse atrás en la omnicanalidad?**

En nuestra experiencia, la principal cosa que le falta a un *retailer* para que se pueda digitalizar y para que pueda tener éxito en este mundo, es el acceso al mismo tipo de tecnologías que tiene un jugador 100% digital. Les falta tener acceso al software, que les aporte esa tecnología y todas las herramientas para operar con éxito. Para ofrecer aquello es que nace Instaleap. Nosotros entregamos al *retailer* la herramienta adecuada con tecnología de categoría mundial que le garantiza el buen funcionamiento de toda la operación digital para una buena experiencia del cliente. (ver recuadro).

**Una experiencia que es muy importante, pues en época de confinamiento los principales reclamos fueron por problemas en la última milla. ¿Por qué es tan relevante?**

Típicamente hay dos problemas con la última milla. El primero es de costo, la última milla es costosa y es lo que hace que el *e-commerce* no sea rentable. Y el segundo elemento que es más importante, es justo la experiencia de compra. De hecho, en donde los *marketplaces* y jugadores digitales empezaron a ganar a los *retailers*, fue en la experiencia digital y fue la falta de eficiencia lo que hizo que los *offline* dejaran de invertir en *e-commerce* cuando debieron haberlo hecho.

### ¿Qué significa experiencia de cliente? ¿De qué elementos se compone una buena experiencia?

Principalmente de tres: el primero es tiempos de entrega definidos, rapidez y cumplimiento de plazos. Si yo como cliente pido una entrega en una hora tiene que llegar en una hora, si yo la pido entre las 7 y las 8 de la noche, tiene que llegar en ese mismo horario. Lograr esto requiere de un muy buen proceso, con un muy buen *software* que permita entregar según lo prometido.

Experiencia cliente también es consistencia, si yo pido 1 kilo de banana tiene que llegar 1 kilo de banana, y si eso no pasa tiene que existir un muy buen proceso de reemplazo por detrás, tan real como cuando voy a la tienda y no hay lo que buscaba, pero siempre existe algo parecido. La experiencia cliente *online* debe ser capaz de replicar la experiencia física.

Y finalmente la experiencia es saber qué está pasando con mi compra. Antiguamente en los primeros *e-commerce*, tu comprabas, llegaba un mail de confirmación y después empezabas a rezar para que la compra llegara en algún momento.

### ¿Cómo es posible lograr cada uno de estos puntos?

Con tecnología adecuada. Y eso es Instaleap, un *software* que permite garantizar que lo que se pidió llegue tal cual, a la hora señalada y que el cliente pueda saber en tiempo real la evolución desde el picker hasta la puerta de su casa.

Además, la tecnología permite medir, saber lo que va bien o mal, optimizar lo que sea necesario y hacer que esa experiencia sea consistentemente buena.



**EL PRINCIPAL ELEMENTO QUE LE FALTA A UN RETAILER PARA QUE PUEDA TENER ÉXITO ES EL ACCESO AL MISMO TIPO DE TECNOLOGÍAS QUE TIENE UN JUGADOR 100% DIGITAL.**

**LES FALTA TENER ACCESO AL SOFTWARE, QUE LES APORTE ESA TECNOLOGÍA Y TODAS LAS HERRAMIENTAS PARA OPERAR CON ÉXITO”.**

## Hablemos de Instaleap ¿Qué es?

Instaleap nace como un *marketplace*, al estilo de un Cornershop. Sin embargo, a poco andar si bien estas plataformas tienen aspectos positivos, también presentan el inconveniente de que el *retailer* quiere controlar la relación con el cliente y definir, con razón, sus estrategias.

Entonces a finales de 2018 lo que decidimos fue usar la tecnología que habíamos construido para ese modelo de *marketplaces* y transformarlo en un *software* para que los propios *retailers* armaran su *e-commerce* y pudieran lanzar ellos mismos su propio canal digital. Eso es Instaleap hoy, es decir, una tecnología que permite al *retail* tener su propio *e-commerce*, operar directamente con sus clientes sin la intermediación de un *marketplace* y con la mejor tecnología que garantiza una muy buena experiencia en toda la operación digital.

Nuestra misión es darle al canal de *e-commerce* del *retailer*, las herramientas tecnológicas para que puedan desplegarse en este mercado.

# E-GROCERY: tendencias que están moldeando el 2022



El mundo del *e-grocery* ha evolucionado muy rápidamente en los últimos años. Durante la pandemia, el comportamiento de los consumidores se centró principalmente en compras a través del canal de *e-commerce*, con muchos compradores nuevos ingresando por primera vez a este canal, viviendo la experiencia y modificando sus hábitos de compra, al menos parcialmente.

Solo en Estados Unidos, el mercado de compras de supermercados en línea generó un estimado de 95,8 mil millones de dólares, con un pronóstico de ventas de 187,7 mil millones para el año 2024. Este es un mercado en evolución que se mueve a la velocidad de la luz. Los *retailers* tradicionales están desarrollando una transformación digital significativa para satisfacer la demanda y las expectativas de los consumidores y las nuevas empresas de *e-grocery* de última milla están surgiendo a nivel mundial con una sólida financiación.

En relación con este crecimiento, hay cuatro fases que han caracterizado su evolución:

La primera comenzó con los supermercados tradicionales, que ofrecían operaciones de entrega al día siguiente. Líder, Jumbo,



Tottus, Grupo Éxito (Colombia) Tesco, Carrefour y Whole Foods, entre otros, lideraron esta tendencia. (Promesa de entrega al día siguiente y cumplimiento utilizando inventario propio).

Luego los jugadores dedicados al formato digital o *pure players*, comenzaron a entregar dentro de los espacios de tiempo estipulados. Amazon Fresh, Ocado y Prime Now, SPID, lideraron la segunda fase con tiempos de entrega más cortos, pero aún más lentos que lo que estaba por

venir. (Promesa de entrega en 2 horas y cumplimiento utilizando inventario propio).

On-demand (por pedido) es el tercer modelo de entrega que entró a competir, apalancándose del inventario de los supermercados y desarrollando una relación directa con su base de clientes. Es muy importante constatar que los clientes no son del supermercado, sino del agregador de demanda. Ellos desarrollan el engagement, manejan la relación y finalmente capturan y administran la data de los clientes. Empresas como Pedidos Ya, Cornershop, Rappi, Instacart, Glovo, Mercados Libre, entre otros, comienzan a ofrecer entregas rápidas. (Promesa de entrega de 30 minutos y cumplimiento mediante el inventario de terceros).

Por último, las entregas ultrarrápidas causaron sensación a nivel mundial en 2020. Esta es una tendencia que

se acrecienta con muchos jugadores nuevos surgiendo en cada región: JOKR, LÍQUIDOS, Gorillas, Getir, lideraron el mercado ofreciendo entregas on-demand en 10 minutos, distribuyendo desde darkstores ubicados cerca de los clientes, y con su propio inventario. (Promesa de entrega de 10 min y cumplimiento mediante inventario propio).

Sin duda seguiremos viendo importantes y acelerados cambios en la industria del *retail* en general y en *e-grocery* en particular, en un mercado que busca permanentemente mejorar los estándares de entrega y el nivel de satisfacción de los clientes de una forma eficiente y rentable, que permita masificar y escalar estas operaciones. Entonces será clave contar con probadas soluciones de gestión de logística de la última milla.

Maximiliano Penna  
Gerente General MekanoSige

Erich Strelow, Subgerente de Sistemas de Moller & Pérez-Cotapos

# “La experiencia de Mekano en el rubro de la construcción ha sido clave”

La historia con Mekano se inició en 2015 cuando Moller & Pérez-Cotapos optó por optimizar sus procesos y aplicar tecnología al control de proyectos de construcción. Hoy después de años de trabajo en conjunto se consolida entre ambos una sólida relación de partnership.

Con 60 años de exitosa trayectoria, Moller & Pérez-Cotapos ha liderado el desarrollo y construcción de obras que han contribuido a mejorar la calidad de vida de miles de personas, formando mejores barrios y ciudades.

Su acción se centra en dos grandes áreas. La primera, dedicada al sector inmobiliario ha tenido a su cargo la construcción y comercialización de una amplia gama de condominios y edificios en sectores residenciales de muchas comunas de Santiago y también en regiones con edificaciones en Concepción y Rancagua, entre otras.

La segunda área dedicada a la construcción a terceros, destaca por la gran diversidad de obras para el sector educacional, centros tecnológicos, deportivo y comercial; destacando el nicho de obras hospitalarias de alta complejidad.

## Expertise en construcción

Para Erich Strelow en las constructoras el control de costos es un tema crucial. “Lamentablemente por problemas de esa índole las empresas de este rubro a menudo terminan en pérdidas, pues la administración pierde el control”.



MPC HA CONTADO CON EL SOPORTE TOTAL DE MEKANO, QUIENES NOS AYUDARON A PROFUNDIZAR EL CONTROL DE GESTIÓN Y LA FACILIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN POR PARTE DE LOS USUARIOS DE OBRA”.



En el último tiempo estamos muy enfocados y especializados en la construcción de hospitales. Estamos en San Antonio, en Talcahuano y en Chiloé”, Erich Strelow, Subgerente de Sistemas de Moller & Pérez-Cotapos.

Fue por esta razón que en 2015 Moller & Pérez-Cotapos de la mano de Mekano implementó un ERP que cambió la práctica con la que se llevaba el control de costos e ingresos de proyectos de construcción iniciando así un continuo proceso de mejora.

“Nosotros teníamos una idea de cuál tenía que ser la metodología, Mekano con la experiencia que tiene en este rubro logró dar con la solución tecnológica y nos ayudó mucho. Ahora las obras tienen cómo definir las órdenes de compra, los contratos y estamos constantemente controlando los avances y proyectando. Así por ejemplo, si estamos al 2% del avance de la obra y ya nos hemos gastado el 5% del presupuesto, sabemos que hay que tomar acciones”, explica Strelow.

Para que este completo sistema de control funcionara y la obra pudiera interactuar directamente con él, según el ejecutivo “se requería de enlaces, servidores, aplicaciones virtuales y toda una arquitectura técnica que gracias a la gestión de Mekano siempre ha sido muy sólida y potente”.

De hecho, echar a andar estas soluciones toma su tiempo y lograrlo en su modo óptimo demoró para esta empresa cerca de dos años. En este proceso fue primordial el total compromiso que la alta dirección de la constructora tuvo con el cambio

tecnológico. Contar con la asesoría constante de Mekano, que ya tiene una historia importante en el rubro de la construcción, fue clave. “Mekano ha trabajado mucho tiempo con empresas constructoras, entonces sabía el “idioma”. Tuvo una llegada bastante directa con el equipo de los usuarios clave que puso Moller & Pérez-Cotapos. Nos sentimos muy acompañados, ellos siempre están dispuestos a contestar nuestras dudas”, afirma Strelow.

En este tiempo, la empresa además se ha visto en la necesidad, por el modelo de negocio, de aumentar la cantidad de sociedades. Por ello, la administración, la contabilidad, los libros de compra se multiplicaron y no era fácil abordar el crecimiento. Sin embargo, la solución implementada por Mekano “nos ha permitido crecer sin problemas. Es una plataforma flexible y especialmente diseñada para eso, por lo que en todo momento hemos asegurado nuestros servicios y enlaces de manera de llegar a todas las obras”.

Para el futuro, la propuesta de Mekano permite nuevas actualizaciones en el momento que se considere necesario. “Y seguramente cuando las condiciones lo requieran así lo haremos, porque estamos muy contentos con Mekano, valoramos mucho su experiencia sobre todo en el rubro de la construcción”.

## Novedades

### Centro de Experiencia Retail en MekanoSige

Con el objetivo de mejorar la experiencia de compra de los consumidores de nuestros clientes a través de distintas soluciones de hardware y software, hemos innovado en la forma que damos a conocer nuestros productos. Implementamos en nuestras oficinas "El Centro de Experiencia Retail", showroom habilitado con todo el mix de soluciones de autoservicio para poder demostrar en vivo a nuestros clientes los atributos, beneficios y características de nuestros productos.

### MekanoSige presente en Cegid Connections en Mónaco

Con gran éxito Cegid convocó a su ecosistema compuesto por clientes, partners, startups y proveedores de soluciones para el retail. Más de 600 asistentes compartieron las estrategias y nuevas tecnologías en torno a medios de pago, omnicanalidad del futuro, headless commerce, metaverso, experiencias de clientes y vendedores. Una experiencia con grandes novedades que tuvimos la oportunidad de conocer y que compartiremos con nuestros clientes en Chile y Latinoamérica.



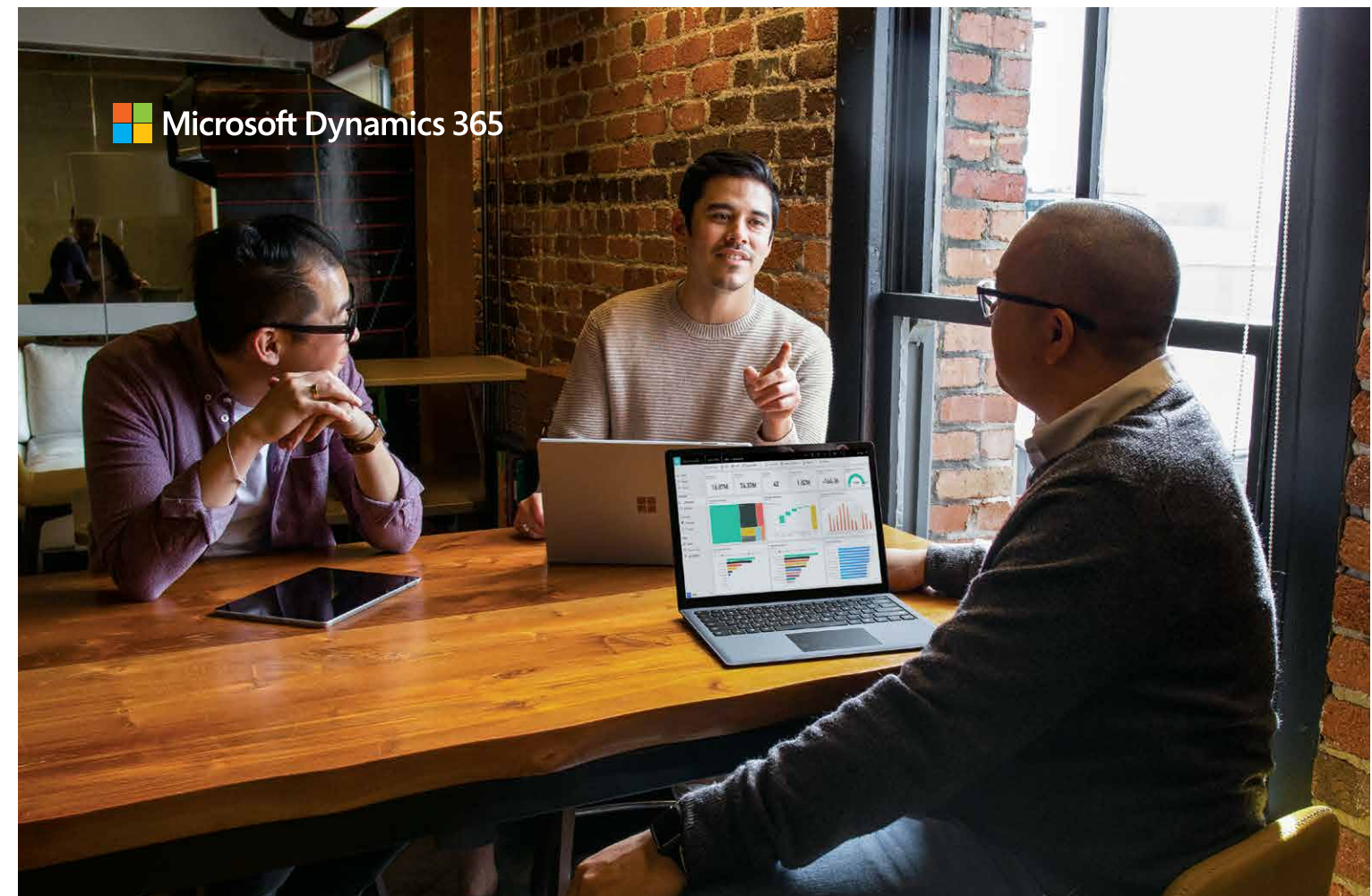
### VPC – Polar – Frutam

Vida Produce Company (VPC) es una compañía multinacional centrada en la comercialización, distribución y producción de frutas y vegetales con foco en América, con una gran inversión en TI y un ERP de clase mundial. Si embargo, los beneficios obtenidos bajo lo esperado, llevaron a VPC a contratar a Mekano para la realización de un diagnóstico. El resultado llevó a la realización de un plan de racionalización de costos y estabilización, así como un claro roadmap de cómo seguir adelante con los distintos países y negocios.



### Módulo de Importaciones - COMEX

Recientemente fue certificado por Microsoft y publicado en su Appsource el módulo de Importaciones de Mekano. Este incorpora funcionalidades requeridas para gestionar y controlar las operaciones involucradas en los procesos de importaciones, integrándose de manera natural con los distintos módulos de Dynamics 365 F&O. Esto permite vincular el orden de compra, el inventario y los registros financieros. Algunos de los principales procesos incluidos son: creación de carpetas de Importación y del documento de transporte (Incoterms, puertos salida - llegada, tipo de transporte, número de viaje), estimación y asignación de costos de la importación, ingreso de facturas y asignación de costos reales de la importación entre otros.



## Dynamics 365

Toma mejores decisiones financieras, ahorra costos y minimiza riesgos. Con Dynamics 365 obtienes:



#### +Visibilidad

Conoce el estado de salud de tu negocio y mejora los controles financieros



#### +Rentabilidad

Optimice los gastos, reduzca la complejidad financiera y disminuya los riesgos globales



#### +Unificación

Integre las operaciones financieras en los procesos esenciales de la empresa y automatice las tareas repetitivas para aumentar la productividad

Conoce mas. Visita: [www.mekano.com](http://www.mekano.com)



**“La experiencia de  
Mekano en el rubro  
de la construcción  
ha sido clave”**



**mekano**

Pedro de Valdivia N°555, piso 9, Providencia, Santiago, Chile.

Fono: (562) 2372 4400

[www.mekano.com](http://www.mekano.com)

[marketing@mekano.com](mailto:marketing@mekano.com)