



Tiempos de coronavirus:

La pandemia de la incertidumbre

Claves:

El teletrabajo
y sus buenas
prácticas.

Personaje:

Kathrin Jansen, la
microbióloga que está
salvando al mundo.

Caso de Negocios:

Betterfly, la plataforma
que premia los hábitos
saludables.

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

Contenido

04 Mensaje	Repensar el futuro, una realidad híbrida	14 Caso de negocios	Betterfly, la plataforma que premia los buenos hábitos
05 Claves	El teletrabajo y sus buenas prácticas	16 Punto de vista	La tecnología permite conseguir eficiencia, mejores pronósticos y previsiones
06 Tendencias	La pandemia de la incertidumbre	18 Caso de éxito	Compañía Sudamericana de Vapores con ERP Microsoft Dynamics.
11 Columna	Inversión en tecnología para el retail	20 Caso de éxito	MekanoSige cruza las fronteras
12 Personaje	Kathrin Jansen, microbióloga creadora de la vacuna Pfizer	22 Novedades	

Comité Editorial

José María Álvarez, director MekanoSige
Maximiliano Penna, gerente general MekanoSige
Ricardo Steeger, gerente general Mekano
Roberto Steeger, presidente Mekano

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

La pandemia de la incertidumbre

Se estima que la humanidad vive una crisis sanitaria como la actual, cada 100 años. En este escenario, ¿podía el mundo empresarial prepararse para el coronavirus? ¿Cómo se enfrenta la incertidumbre propia de un escenario así?

Tendencias



06



Personaje

12

Kathrin Jansen

Esta microbióloga creadora de la vacuna Pfizer, no es primera vez que acierta en su lucha por salvar a la humanidad. Una historia que mezcla la pasión con la rigurosidad científica.

Betterfly

Con éxito se consolida en el mercado esta plataforma virtual que estimula los buenos hábitos como el deporte y premia por eso, tanto con acciones sociales como con recusos para un seguro de vida personal.

Caso de Negocios

14

Editorial

Repensar el futuro, una realidad híbrida

La revolución industrial en 1800 movilizó a las personas a la ciudad, en 1940 la Segunda Guerra Mundial incorporó a la mujer a la fuerza de trabajo y en 1990 los computadores y el correo electrónico inauguraron la era digital, lo que aumentó la productividad. En 2020 la pandemia del COVID-19 llevó a los empleados a trabajar desde sus casas y hoy, que volvemos al lugar de trabajo, surge la oportunidad para reimaginar cómo trabajaremos.

En una encuesta de McKinsey, la gran mayoría de los gerentes cree que volveremos a la normalidad anterior con quizás 1 ó 2 días desde casa. Si bien el trabajo online funciona

asombrosamente bien, esta modalidad dañó mucho la cultura e identidad de la empresa. Hubo reconexión con el hogar y la familia, pero también se añoran las relaciones entre colegas. Muchos trabajadores aún no saben lo que quieren y si bien una gran mayoría espera seguir trabajando algunos días en casa, el estrés y el agobio los hace querer volver a la oficina. Por otro lado, muchos reinventaron su fuente de trabajo y perdieron el miedo a la incertidumbre. Sin duda los beneficios del teletrabajo y del trabajo a distancia no solo tienen que ver con el estar en casa. Si miramos más allá, surgen grandes oportunidades como los negocios a distancia, el apoyo de las tecnologías de colaboración y videollamadas en la interacción con otras geografías.

Otro estudio a nivel mundial refleja que más de un 40% está pensando cambiar de trabajo antes del término de este año, debido a la desconexión que se produjo. Más aún, el retorno puede producir una mayor desconexión entre los líderes de la organización y sus colaboradores por el efecto del “ya pasó, volvamos a lo normal”.

En este contexto, quizás los líderes deben escuchar qué quieren sus empleados y cuáles son sus inquietudes, para configurar así un cómo en conjunto, ya que seguro el modelo híbrido será más complejo que el puramente remoto.

No se trata de días en casa o en la oficina, sino de qué trabajo es mejor hacerlo remoto y cuál presencial. Al respecto algunas interrogantes son: cómo hacer las reuniones, cómo pueden interactuar los que están en la casa con los que están presencial, cómo y cuánto se deben juntar los equipos, será valorado el trabajo remoto de la misma manera que el presencial, será la gente reconocida independiente del esquema en el que se encuentre, la comunicación de los líderes llegará de igual manera a ambos. Pensar estas respuestas significa repensar el futuro laboral de los próximos años.

Ricardo Steeger
Gerente General Mekano



El teletrabajo y sus buenas prácticas



La pandemia aceleró muchos procesos de transformación digital. Uno de ellos, el teletrabajo, que hoy está regulado por una ley aprobada en Chile en 2020. Aquí la recomendación de sus buenas prácticas.

1. Identificación previa



Es importante que la empresa u organización determine las funciones que se pueden hacer desde el domicilio de la persona trabajadora y evalúe la conectividad, espacio físico y condiciones de seguridad en las que realizará el trabajo.

2. Autonomía y confianza



El trabajo a distancia conlleva que la persona que trabaja bajo esta modalidad sea lo suficientemente autónoma para cumplir con los resultados y metas planteadas. Para esto es importante acordar las expectativas, los tiempos de descanso, de horarios de trabajo y la entrega de resultados.

3. Canal de comunicación



Es recomendable designar a una persona que genere confianza para mantener una comunicación fluida y permanente con la persona que trabaja en su casa.

4. Seguridad informática



Debido a la posibilidad de ataques cibernéticos e infracciones de la confidencialidad, es aconsejable que la empresa implemente políticas de datos, medidas de seguridad y las dé a conocer a sus trabajadores.

5. Mantener presencialidad



Es importante promover actividades presenciales de carácter laboral y también de carácter social entre los trabajadores para evitar que quienes trabajan en forma remota se sientan aislados. En estos encuentros se pueden identificar dificultades, intercambiar ideas, despejar dudas y revisar objetivos del trabajo.

6. Horas extras



La empresa u organización debe tener presente que cuando se trabaja bajo la modalidad a distancia, debe pagar las horas extraordinarias en que ha incurrido la persona trabajadora. Al igual que el trabajo presencial, se pueden trabajar dos horas extraordinarias al día.

Tiempos de coronavirus:

La pandemia de la incertidumbre

COVID-19

En el ámbito de los estudios de riesgo, una pandemia es catalogada como un "cisne negro". Es decir, su probabilidad de ocurrencia es tan rara como encontrarse con un animal de este tipo. De hecho, se estima que la humanidad vive una cada 100 años. En este escenario, ¿podía el mundo empresarial prepararse para el coronavirus? ¿Cómo se enfrenta la incertidumbre propia de un escenario así?



La Real Academia de la Lengua Española en su página web publicó un artículo sobre las palabras que fueron protagonistas en el año 2020. Sin duda, todas ellas tienen que ver con la huella imborrable que el coronavirus está dejando también en el lenguaje.

Es así como en la selección del vocabulario más buscado en estos últimos meses, doce palabras están relacionadas con la realidad pandémica: asintomático, cuarentena, contagio, coronavirus, Covid-19, virtual, teletrabajo, pandemia, mascarilla, distanciamiento, confinamiento y, por supuesto, **la incertidumbre**.

Esta última, definida como la “falta de certidumbre y de certeza que ocasiona duda o indecisión en las cosas”, sin duda, grafica al pie de la letra el sentimiento que ha invadido a millones de personas de todos los ámbitos -gobiernos, ciudadanía, empresas, educación, salud y así una larga lista- de todas partes del mundo.

¿Cuánto podíamos prepararnos para enfrentar esta catástrofe? ¿Se podía evitar de alguna manera la incertidumbre que nos invadió? ¿Cómo se enfrenta la falta de certezas?

Es lo que analizamos en este reportaje desde el punto de vista del sector productivo y empresarial.

Riesgos versus incertidumbre

Tener en cuenta la diferencia entre estos dos conceptos es para Iván Díaz-Molina, profesor adjunto de Dirección General, Estrategia e Innovación de ESE Business School, un punto de partida esencial.

“Toda actividad empresarial, de innovación o emprendimiento tiene algún tipo de beneficio y eso lleva necesariamente riesgos asociados. Lo importante es saber identificar la probabilidad de su ocurrencia y el impacto que tienen”.

En relación con esto es donde puede entrar en escena la incertidumbre, pues ella surge justamente por no conocer los riesgos y no poder cuantificarlos, es decir, no ser capaz de establecer cuál es la probabilidad de su ocurrencia y cuál es su impacto. Así entonces, el riesgo es propio de la actividad empresarial, existe, es un dato y se elaboran respuestas frente a ellos.

Pero la incertidumbre es la gran enemiga. “La incertidumbre es no poder definir el riesgo que se está corriendo, lo que lleva a situarse en el peor escenario y el peor escenario, normalmente en negocios, paraliza y lo hace inviable”, explica Díaz-Molina. Esto último es justamente el escenario que se vivió y se vive aún -en menor medida- en la pandemia por coronavirus.

Incertidumbre versus pandemia

La pandemia es un fenómeno con diversas características que la hacen especialmente compleja y provoca, sin mucha capacidad de evitarlos, altísimos niveles de incertidumbre.

Dos de estas características son:

1. Muy baja ocurrencia:

Una pandemia es lo que se llama en el ambiente de riesgos un "cisne negro". Tal como este animal, es una "especie rara". Las pandemias tienen muy baja probabilidad de ocurrencia, se viven en promedio cada 100 años, pero su impacto es catastrófico. El último antecedente antes del coronavirus es la Gripe Española en 1918. Frente a esto la pregunta es ¿debo como empresa prepararme para los "cisnes negros"?

"La respuesta puede ser discutible, pero suena sensato pensar que no", explica Díaz- Molina, quien afirma: "En la empresa podemos ser extremadamente precavidos frente a todo riesgo y asumir todos los costos que eso implique, pero prepararse para un cisne negro es prepararse para algo que ocurre cada 100 años, y por lo tanto, es perder competitividad por 99 años y probablemente desaparecer en el intento, lo que es completamente contraproducente". Así, el experto concluye con seguridad que "definitivamente era muy difícil estar preparado para manejar esta crisis. Frente a este tipo de eventos lo que hay que hacer es aceptar las consecuencias y desarrollar planes de contingencia que transformen la incertidumbre en riesgo"

2. Sistémica:

Una pandemia además es sistémica. "Esto quiere decir que aunque tú te protejas absolutamente de ella, con todas las medidas de seguridad que ello implica, si otros no lo hacen, igual te ves afectado", dice Díaz- Molina.

En esas circunstancias, un problema sistémico es imposible solucionarlo solo. "Así, si yo, comunidad de negocio dijera: ya, me voy a preparar para la pandemia y estaré listo para enfrentar todos los riesgos... si la sociedad entera no lo hace, da lo mismo que la comunidad de negocio haya sido precavida, se habría visto igualmente envuelta en todas las incertidumbres vividas".

Esto se conoce con el nombre de efecto mariposa y consiste en que lo que pasa en una parte, le afecta a otros en otro lado, aunque no estén en contacto, lo que hace aún más difícil haber podido evitar la incertidumbre.

Un ejemplo claro es la vacuna. El mal manejo de la pandemia en India hizo que el virus mutara por el alto nivel de contagio, lo que a su vez provoca que al día de hoy no haya completa garantía en cuanto a la efectividad de las vacunas que se han puesto en los países que sí han tenido un buen manejo de la crisis sanitaria.



Pandemia versus reacción

Dado el contexto explicado, ¿qué debería hacer la comunidad de negocios frente a la incertidumbre?

Si bien esta no era abordable con anticipación, hoy los planes de contingencia se hacen esenciales. Y en ellos algunas recomendaciones pueden dar importantes luces sobre cómo operar.

1. Resiliencia por sobre eficiencia

En Chile las empresas y la comunidad de negocio en general han tenido mucho éxito porque se han concentrado mucho en la eficiencia. Pero ante situaciones como la que estamos viviendo hoy, en las cuales prevalece la incertidumbre, "la eficiencia no sirve y hay otros elementos que empiezan a jugar un rol importante", explica Díaz- Molina.

Para el experto, uno de ellos es la resiliencia, esto es la capacidad de tomar decisiones en base al riesgo y no a la eficiencia.

Por ejemplo, manejar más stock de productos, si bien esto es poco eficiente, hoy es necesario porque la cadena de suministro suele quebrarse. También es resiliencia el ser más conservador en el manejo de la caja. Si bien lo más eficiente es el endeudamiento, en tiempo de pandemia el tener un endeudamiento bajo es lo que evita la quiebra y controla la incertidumbre.

2. Transformación digital:

Aunque este es un tema que desde mucho antes de la pandemia ya estaba puesto sobre la mesa y había un llamado a la innovación tecnológica, el ser humano es lento para los cambios cuando no están bajo el rótulo de urgencia.

Díaz- Molina explica que "nosotros como personas y como empresas -las empresas están hechas de personas- somos seres de hábitos y de rituales y nos habituamos a hacer las cosas de una determinada manera, entre otras cosas porque esa actitud nos hace consumir menos energía. Si a una persona/empresa la sacan de esa habitualidad lo obligas a consumir más energía porque debe adaptarse a lo nuevo, entonces es un esfuerzo adicional que solo estará dispuesto a realizar si hay una muy buena razón para hacerlo".

Si la razón es que simplemente te lo dicen porque es conveniente, las personas se resisten al cambio. "Me está yendo bien como estoy, para qué voy a gastar más energía". Pero cuando hay una situación que obliga, como ha sido la pandemia, entonces la innovación es disruptiva. Ella obligó en los más diversos ámbitos a la tecnologización. "En este escenario, la empresa o lo hacía o moría. Aquí la necesidad fue absoluta y frente a ella no hay nada que hacer, no tienes resistencia, la empresa simplemente aceptó y eso ha sido notable", concluye Díaz- Molina.

De hecho, se dice que el mejor CEO para la transformación digital ha sido el Covid 19, "él logró que se hiciera en dos semanas lo que no se hizo cuando se debió años atrás". Y la mejor lección es entender que en los aspectos que sí es posible prevenir la incertidumbre, se tomen las medidas necesarias en el tiempo adecuado, antes que la situación obligue.

Incertidumbre versus riesgo

Hoy con más de un año de pandemia, con la transformación digital andando y con la llegada de nuevos casos de negocio debido a la innovación disruptiva se va transitando de la incertidumbre al riesgo.

“La incertidumbre que me paralizaba, ahora es un riesgo que evalúo, asumo y soluciono. Por ejemplo, la última milla de la logística que no funcionaba -incertidumbre-, hoy es un riesgo que se enfrenta y se soluciona” señala Díaz- Molina, quien explica que por lo mismo, comienzan también a surgir nuevos modelos de negocios.

“La incertidumbre se enfrenta haciendo todos los esfuerzos para que se transforme en riesgo. Y eso es lo que ha ocurrido”.

Por ejemplo, surgió una nueva modalidad de trabajo, la incertidumbre fue qué hacer con los espacios físicos. Hoy ya muchos optaron por el espacio virtual, con los riesgos que conlleva, pero sabiendo cuáles son y cómo mitigarlos.

“Cuando tengo riesgos yo puedo hacer algo al respecto, si es incertidumbre, no”.

Con el paso de los meses, si bien sigue habiendo incertidumbre, la comunidad empresarial ha respondido a la pandemia, convirtiendo incertidumbres en riesgos. “Frente a ellos evalúa cómo afrontarlos e incluso en muchas ocasiones, logra transformarlos en una oportunidad, en un cambio positivo”, concluye el experto.

Inversión en tecnología para el retail

Compras sin fricciones es lo que esperan los consumidores. Pero por sobre todo, que la experiencia sea similar tanto en tiendas físicas como en compras digitales.



Luego de la pandemia del Covid-19, el retail y su ecosistema pasaron del diagnóstico a la ejecución y con apuestas fuertes. La tasa de inversión en tecnología para el retail es la más alta de los últimos cinco años, siendo que ya era alta antes de la pandemia. Las menciones de la palabra omnicanalidad en las llamadas de inversionistas se cuadruplicaron entre 2016 y 2021.

Si bien la carrera se visualiza en todos los rubros dentro del retail, resulta asombroso que el rubro de los perecibles sea el menos afectado por el Covid.

Los supermercados se están reinventando y es en serio. De naciendo estrategias de comercio electrónico a modelos de entrega en horas, con modelos *in house* hasta la tercerización de la última milla e, incluso del contacto con el consumidor, parecen ser apuestas con fundamentos más asociados a la velocidad de la ejecución que a la estrategia. Hace dos años no era imaginable un supermercado entregando a un tercero el punto de contacto con el consumidor final, menos cuando hoy en día el valor de la información es ma-



yor al de la ubicación. Pero estamos frente a una noticia en desarrollo, ya existen ejemplos de retailers donde se está cuestionando si la entrega tan rápida es realmente un atributo valorado por los consumidores versus el precio, por ejemplo.

Los locales van encaminados a una sobrecarga de tecnología. Ya tenemos casos en Chile de tiendas futuristas. Las estrategias de autoservicio han pasado a ser mejor vistas toda vez que los consumidores ya saben comprar en un comercio electrónico, por lo cual, no hay barrera para darle la facilidad dentro del local y así eliminar fricciones que generan los “átomos” del mundo físico por medio de la fluidez de los “bits” del mundo digital.

Self Shopping, Self Payment, Self Checkout, Self X, otorgan oportunidades no solo a la fluidez, sino también a la auto protección del consumidor, eliminando el temido contacto con personal de tienda.

El proceso no es fácil. Explorar nuevas tecnologías, medir la respuesta del consumidor y luego, darle continuidad operacional. Cada etapa a velocidades mayores es todo un desafío que obliga a reinventarse y quizás esa sea la mayor conclusión.

Maximiliano Penna
Gerente General MekanoSige

La historia de Kathrin es una de aquellas en donde la vocación surge por su propia experiencia en la infancia. Su niñez en Erfurt, Alemania, estuvo marcada por repetidas infecciones de garganta que su padre, un ingeniero químico, solía tratar con lo que tenía siempre a mano: antibióticos y codeína.

“Una es pequeña, se siente tan enferma, y entonces existe una droga que te hace sentir mejor”, afirma Jansen, explicando así lo que fue la inspiración de su futuro profesional.

Después de sus estudios en microbiología, Jansen trabajó en diversos laboratorios. En ellos siempre planteó ideas vanguardistas con las que buscaba romper la cruda realidad de los porcentaje de fallos, el escepticismo de su círculo y el statu quo de las cosas.

Hoy, esa garra y la creación de una de las vacunas contra el coronavirus hacen que a sus 62 años, Jansen se anote tres inoculaciones best seller. Con ello el número de personas a las que ha contribuido a salvar es incalculable. El mundo científico, definitivamente ya no debiera dudar de ella y su nombre es digno de tener en cuenta, pues ya suena como candidata al Nobel 2021.

La trayectoria que desafió las estadísticas

1. Contra el papiloma: su primer acierto fue la vacuna contra el virus del papiloma humano. Trabajaba en Estados Unidos, en el laboratorio Merck, cuando Jansen se decidió a luchar contra el cáncer de útero. El problema es que no contó con el apoyo de sus colegas, pues significaba invertir sumas millonarias en un intento, que según las investigaciones disponibles estaba destinado al fracaso, pues se trataba de un virus no reproducible en laboratorios. Sin embargo, en 2002, Jansen en un ensayo de 2.400 mujeres demostró que la vacuna que había desarrollado tenía una efectividad del 100%.



Kathrin Jansen es jefa de investigación y desarrollo de vacunas de Pfizer. Este laboratorio con sede en Nueva York, es una de las compañías farmacéuticas más grandes del mundo.

“Su tenacidad a la hora de llevar sus investigaciones a término y encontrar soluciones es más importante que su propia carrera profesional. No temía fracasar o quedarse sin trabajo”, afirma uno de sus colegas.

2. Contra el neumococo: en 2020 el golpe de innovación, Jansen lo dio con el lanzamiento al mercado de la vacuna contra el neumococo, una inoculación tan necesaria en el mundo que hasta antes del Covid 19 ocupaba el lugar de las más vendidas. Con ella se logró que tasas de enfermedades como la neumonía, infecciones sanguíneas y meningitis, se redujeran un 80% en los niños menores de cinco años.

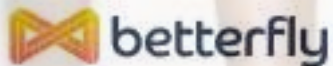
“Ella es intrépida a la hora de asumir cualquier proyecto que considere de importancia, y no teme lanzarse de cabeza e ir averiguando qué hay que hacer”, la describe otro de sus colaboradores.

3. Contra el coronavirus: al frente de un equipo de 650 personas, Jansen volvió a hacer historia con la creación de la vacuna contra el COVID -19. En noviembre de 2020 la noticia que difundía su efectividad se robó la atención del mundo entero, tanto así que bajaron las acciones de Zoom e incluso, la

campana presidencial estadounidense, que se encontraba en pleno desarrollo, pasó a un segundo plano.

Es que la urgencia que sintió Jansen por “terminar con esta pandemia espantosa” -como ella la llamó- la llevó a desplegar la pasión de todos sus sentidos y ha sobreponerse a cualquier obstáculo que pudiera trabar su meta. Se negó categóricamente a recibir fondos fiscales del gobierno norteamericano para no sentir ningún tipo de presión y también, como ya es propio de la historia de su carrera, hizo oídos sordos a las miles de opiniones escépticas que dudaron de la tecnología que ocuparían. Dejando atrás el método tradicional de utilizar fragmentos del virus, Pfizer en unión con el laboratorio alemán BioNTech utilizaron el material genético del virus. Y así Jansen lo hizo nuevamente. La vacuna que habían elaborado se transformó en la primera del mercado con una tecnología distinta y la primera en lanzarse con un alto porcentaje de efectividad.

“Me lo tomé muy personalmente. Quería combatirlo y vencerlo. Nada más importaba. Fue hecho con pasión y con gran sentido de urgencia. Siempre fue tener a la vista esta devastadora enfermedad”, confiesa Jansen.



Betterfly: un mundo de bienestar que fomenta la vida sana

Experiencias de vida y preocupaciones personales se transformaron en la fuente de inspiración para un novedoso modelo de negocio. Betterfly es hoy una comunidad virtual que a menos de un año de su lanzamiento, reúne a miles de personas en torno a tres objetivos: bienestar, seguro de vida e impacto social.

Es el propio fundador y Ceo de Betterfly, Eduardo Della Maggiora quien explica cómo su vida, que parecía estar resuelta con un trabajo perfecto en la ciudad de sus sueños, cambió drásticamente de rumbo, cuando decidió dejarlo todo para partir de cero y emprender en el mundo digital.

Fue ahí donde vio las herramientas que necesitaba para dar respuesta a las inquietudes que distintas experiencias personales habían despertado en él y ante las cuales no quiso permanecer indiferente. Un voluntariado que realizó en Tanzania lo puso frente a la realidad de la desnutrición. Cada ocho segundos muere un niño en el mundo por esta causa. La enfermedad que afectó a su madre le mostró la vulnerabilidad de la vida. Luego, un Ironman en Hawai le permitió

entender la importancia del deporte y del bienestar para el desarrollo personal. Por último, la constatación de que los seguros de vida, debido a su alto costo, son un privilegio para unos pocos, fue el broche que cerró este círculo.

Cada una de estas dimensiones, infinitas en sus objetivos, parecían difícil de abordar en conjunto. Sobre todo por el desafío que implicaba conectarlos de una manera efectiva. Sin embargo, Della Maggiora encontró los puntos en común y creó una plataforma con la que ofrece soluciones para todos.



Los orígenes: conectando inquietudes

En 2018 Della Maggiora dio los primeros pasos con la creación de Burn to Give, una aplicación que fomenta el

ejercicio. Las calorías quemadas registradas, eran “recicladas” y equivalían a raciones de alimentos para ser entregadas en lugares donde la hambruna mata a los niños. Con esto Burn to Give, daba respuesta a dos de las mayores pandemias de este siglo, la obesidad y la desnutrición.

¿Cómo? Los usuarios de la plataforma registraban las actividades físicas realizadas y esas calorías quemadas se transformaron, gracias a donaciones, en más de 1 millón de comidas que llegaron a bocas necesitadas.

Todo esto con el beneficio asociado de que además, se reportó un mayor entusiasmo y bienestar de las personas en sus trabajos. Una excelente noticia, considerando que el estrés y el sedentarismo, tan propios de nuestros tiempos,

CADA USUARIO DE BETTERFLY ES MOTIVADO POR EL IMPACTO Y POR LAS GANAS DE GENERAR UN CAMBIO TANTO EN SU VIDA COMO EN LA DE UNA FAMILIA Y DE UNA COMUNIDAD.



traen consigo un alto índice de ausentismo laboral y baja de productividad.

Con estos resultados Burn to Give había sido un acierto. Pero nuevas vivencias, como enfermedades y la irrupción de la pandemia de coronavirus en el mundo, llevaron a Della Maggiora a ampliar los beneficios de la plataforma. Entonces ideó un nuevo modelo, en junio de 2020 logró, pese a las dificultades de un escenario incierto y a un levantamiento remoto de capital, recaudar un exitoso monto de US \$8,5 millones y en noviembre de 2020 nació Betterfly.

Bajo el efecto mariposa

Gracias a lo experimentado con Burn to Give, Della Maggiora se inspiró en el hecho de cómo un simple y reiterado movimiento puede generar una gran transformación y de cómo pequeños cambios personales generan una reacción en cadena que mejora el bienestar y van construyendo un mundo mejor. Es el conocido efecto mariposa, que inspiró el nacimiento de Betterfly, una plataforma de bienestar que mantuvo la lógica de premiar los hábitos saludables, pero ampliando sus beneficios.

Así, al sistema que generaba donaciones mediante calorías quemadas, agregaron

la opción de que el registro de ejercicios y hábitos saludables se transformara también en dinero, que se suma a un seguro de vida personal, de manera que este crece día a día “literalmente con tus manos y tus pies, en lugar de crecer con tu billetera”, dice Della Maggiora.

Los usuarios, que son los trabajadores de empresas que contratan Betterfly, acceden a la suscripción de esta plataforma que ofrece una serie de servicios de bienestar. Los hábitos saludables registrados como caminar, meditar, descansar, dormir, se transforman en abonos en dinero para un seguro de vida y/o en una donación para ser destinado a fundaciones que combaten la mal nutrición, plantan árboles o entregan agua potable.

Para acceder al seguro de vida no hay exámenes médicos y tiene una cobertura que crece exclusivamente con los hábitos saludables. Por ejemplo, si una persona registra 10 mil pasos al día por un año, puede aumentar la cobertura de su seguro hasta en tres millones al año.

Además en Betterfly se encuentran servicios como telemedicina 24/7, fitness virtual, meditación, nutrición a la medida,

guía para inversión personalizada y soporte psicológico, entre otros.

A la fecha ya son más de 30 mil colaboradores los que están usando la plataforma, se trata de los trabajadores de emprendimientos, pequeñas, medianas y grandes empresas u organizaciones que han contratado Betterfly. Entre ellas, por ejemplo, P&G, Samsung, WOM, Yaneken, Pernord Ricard, Caja de Compensación los Andes y más.

Actualmente, según últimas publicaciones, en cerca de US\$300 millones se valorizó la startup chilena Betterfly, gracias a una nueva ronda de inversión “Serie B” que le permitió recaudar US\$60 millones, convirtiéndola así en la insurtech (empresas tecnológicas para la industria de seguros) con mayor valorización de América Latina.

Por su parte, las organizaciones que usan Betterfly reportan un 65% de activación de los beneficios y un 30% menos de rotación laboral. Con esta experiencia las metas son altas. Betterfly busca sumar 1 millón de personas para 2023. Si bien es un número ambicioso, están seguros de que la democratización del bienestar y el acceso a protección financiera es tan potente, que lo lograrán.



La pandemia del coronavirus ha dejado estragos no solo en la salud de las personas y en el área médica, sino que en los más diversos aspectos de la vida y de los negocios. Uno de ellos es el shock de las cadenas de suministro, que ha impactado fuertemente la economía, específicamente a la actividad comercial, la oferta y la demanda. Sin duda se transformó en un dolor de cabeza para los consumidores y en un desafío para el comercio. Sobre el diagnóstico de lo que sucedió y cómo la tecnología puede ser una gran aliada para evitar nuevos colapsos, Mekano conversó con Natalia Yankovic, profesora asociada de Gestión de Operaciones del ESE Business School de la Universidad de Los Andes.

¿Por qué la cadena de suministro se vio tan afectada por la pandemia?

La pandemia dejó en evidencia una serie de debilidades de las cadenas de suministro que tienen que ver con el hecho de que ellas estaban fuertemente vinculadas con la producción del producto final y también de componentes, principalmente en Asia. Entonces en una primera etapa vimos cómo se bloquearon los puertos, no había posibilidad de transportar esos productos y componentes a nivel internacional, lo que provocó la escasez de algunos suministros básicos.

¿Cómo reaccionó el comercio en general frente a esta situación?

Hubo cadenas de suministro de industrias que pudieron reaccionar un poco más rápido y re transformar sus capacidades productivas para poder fabricar aquello que estaba siendo falta y estaba siendo demandado durante la pandemia. Pero también hubo otras a las que les costó mucho más y hasta el día de hoy seguimos teniendo rezagos. Por ejemplo, la industria de los automóviles.

Cuando no se sabe exactamente lo que va a pasar, con la demanda se empieza a producir un efecto de amplificación en la precaución que están tomando las diferentes partes de la cadena. Esto con el objetivo de evitar un sobre stock. Eso fue lo que pasó en el caso de los automóviles y hoy, pese a la recuperación de muchas industrias, seguimos viendo una falta generalizada de autos en el país.

¿Este shock afecta solo al comercio de productos?

Uno podría pensar que las empresas menos afectadas son las relacionadas con los servicios, pero las cuarentenas y

sobre todo las restricciones de la movilidad hicieron que rubros de servicios como los restaurantes y el turismo se vieran fuertemente afectados, incluso más allá de

algunas industrias de productos que se vieron favorecidas con estos confinamientos, como la alimentación. La gente no podía salir a comer fuera, pero reemplazó el consumo por comer en la casa, por cocinar cosas ricas y durante los últimos dos años toda la cadena de fabricación de alimentos en el mundo y, en particular en Chile, se vio con un crecimiento sorprendente.

¿Podrían las industrias haber estado más preparadas para evitar el shock?

Es difícil saber qué podrían haber hecho antes, porque en general las cadenas de suministro y en especial en Chile, son débiles. No tenemos un tejido industrial potente que nos permita auto abastecernos, ni siquiera de una parte pequeña de todas las cosas que se consumen en el país. Entonces tener redundancia en los proveedores podría servir, siempre que estos estuvieran ubicados en zonas geográficas distintas para evitar los riesgos de las disrupciones como son la falta de transporte o las restricciones de comercio que hubo con China. Uno puede decir, sí podemos desarrollar la industria chilena, pero eso es una cantinela que la venimos tratando de impulsar desde hace mucho tiempo sin mayor éxito.

¿Qué rol juega la tecnología en la prevención del colapso de la cadena de suministro?

La tecnología tiene algo que opinar o algo que aportar en esa dimensión. Por un lado, porque las nuevas tecnologías de producción te permiten romper el paradigma de tener que fabricar a grandes escalas para conseguir eficiencia y puedes hacerlo a un costo de fabricación que merezca la pena. Y, por otro lado, permiten tener también mejor visibilidad de la información y hacer mejores pronósticos y previsiones de qué es lo que está pasando con los productos y bienes que están en tránsito en la red de traslado internacional.

¿Cuál es el gran desafío que queda planteado?

A nivel internacional la nueva normalidad tiene que ver con una reestructuración del tejido industrial, tratando de poner en valor la producción local. A mí me encantaría ver ese mismo tipo de iniciativas en Chile, con una integración desde el campo a la mesa en productos de alimentación, pero también con otros tipos de productos de fabricación industrial que podríamos desarrollar. En Chile hay conocimiento, hay capacidad de ingeniería, están las personas, ¡falta atreverse a invertir!

María Cecilia Tapia, Compañía Sud Americana de Vapores S.A.

“Con Mekano trabajamos por la autonomía en el manejo del sistema contable”

CSAV recurrió a Mekano para implementar el ERP Microsoft Dynamics, una plataforma sencilla, económica y que mantuviera la información financiera de manera oportuna.



LA COMUNICACIÓN Y DISPOSICIÓN DE MEKANO HA SIDO MUY BUENA Y FLUIDA, ACLARANDO Y RESPONDIENDO RÁPIDAMENTE A CUALQUIER DUDA O INCIDENCIA QUE NOS HAYA SURGIDO DURANTE TODO EL PERIODO DE IMPLEMENTACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL ERP MICROSOFT DYNAMICS”.

MARÍA CECILIA TAPIA, JEFA CONTABILIDAD CSAV.

La Compañía Sud Americana de Vapores S.A. (CSAV) es una empresa naviera basada en Chile. Su principal línea de negocios es el transporte de carga en contenedores que, desde 2014 desarrolla a través de su participación en la propiedad de la compañía alemana Hapag-Lloyd AG, quinta naviera a nivel mundial en este segmento.

Con miras a una reestructuración

A mediados del año 2020 CSAV cerró sus negocios operativos, lo que implicó una reducción en el nivel de transacciones. Frente a este escenario la compañía tuvo la necesidad de evaluar un cambio del ERP SAP en el sistema contable y reemplazarlo por uno que se adecuara mejor a su nueva estructura.

“Esto suponía encontrar un programa que fuera menos complejo, más económico y que nos permitiera seguir manteniendo la información financiera de manera oportuna y confiable”, explica María Cecilia Tapia, Jefa de Contabilidad de la empresa.

Para encontrar la solución adecuada, CSAV decidió implementar con Mekano el ERP Microsoft Dynamics, incorporando como base una estructura financiero-contable de una empresa ya asesorada por ellos y que era muy similar al tipo de estructura de la compañía.

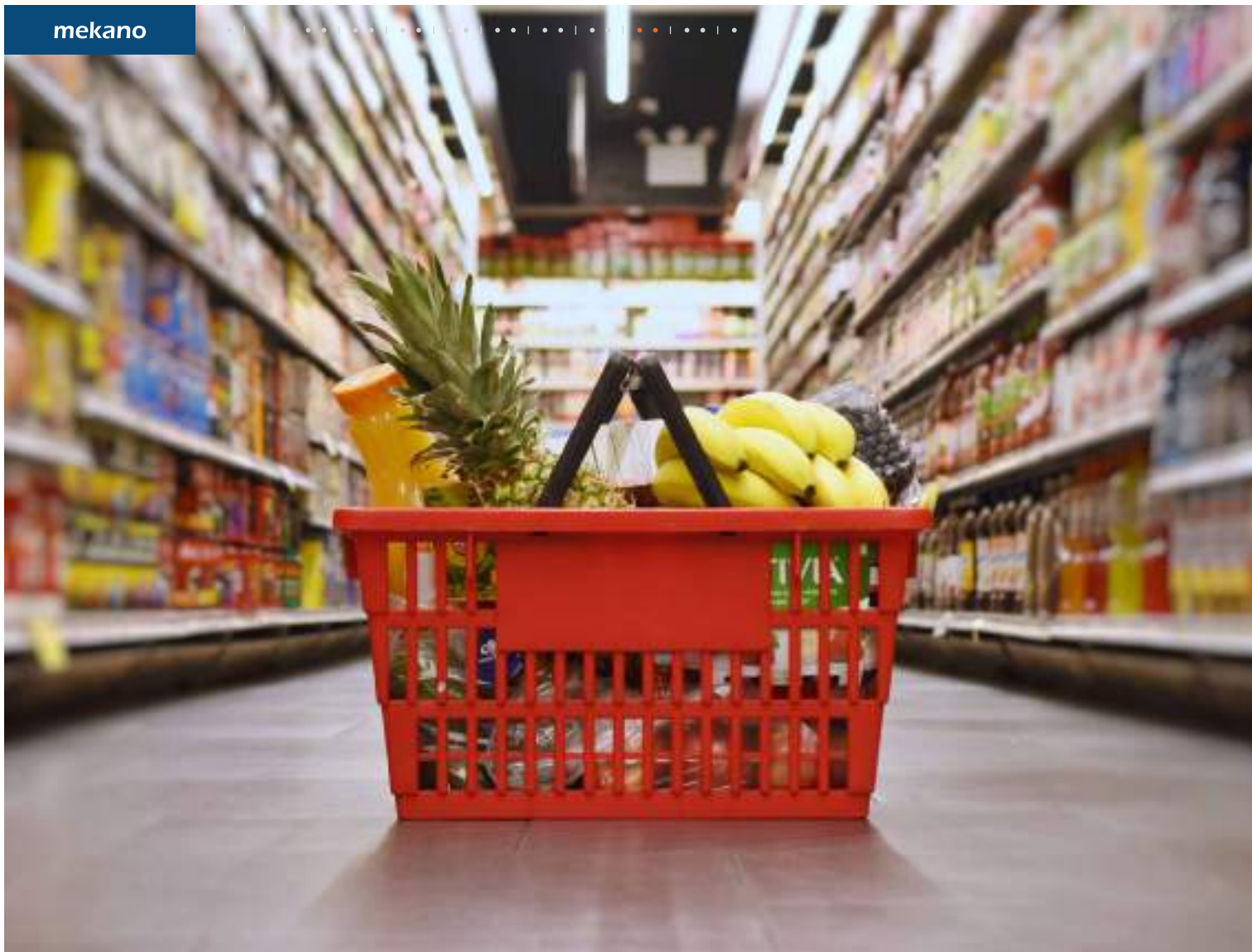
“Esta oferta tan adecuada nos permitió optar a una implementación más rápida, cuyo propósito era generar el máximo de autosuficiencia en nuestro equipo de trabajo, traspasando el conocimiento necesario de la solución y sus herramientas en el proceso de implementación”, explica la ejecutiva.

El proceso y sus ventajas

Los procesos de implementación siempre requieren tiempos de ajustes e imprevistos, que Mekano supo abordar muy bien para mantener los plazos.

“La comunicación y disposición de los consultores ha sido muy buena y fluida, aclarando y respondiendo rápidamente a cualquier duda o incidencia que nos haya surgido durante todo el periodo de implementación y puesta en marcha del ERP”, dice Tapia, quien agrega que ahora, gracias a la solución implementada “podremos ser efectivamente autónomos en el manejo del sistema contable, generar toda la información que requerimos a través de los reportes que este tiene y controlar y manejar las transacciones contables en forma segura”.

De esta manera, para la ejecutiva lo que viene ahora es aprovechar la estabilidad del sistema, la flexibilidad que ofrece frente a los nuevos requerimientos y sacar el mejor partido a las oportunidades que permite implementar.



Ketal, cadena supermercados boliviana:

MekanoSige cruza las fronteras



Gracias a su presencia en Sudamérica y a la oferta que tiene de soluciones a nivel mundial, MekanoSige fue la empresa escogida por Ketal para su proceso de modernización de software.

“

CON MEKANO HEMOS AFIATADO UNA RELACIÓN EN LA QUE LA COMUNICACIÓN Y LA TRANSPARENCIA DE AMBAS EMPRESAS HA SIDO CLAVE”.

**GUSTAVO CABRERA,
GERENTE GENERAL KETAL.**

En 1987 Ketal S.A. inició sus actividades con la apertura de su primera sucursal en la zona de La Paz, Bolivia. En ese entonces, fue uno de los primeros supermercados instalados en la zona, iniciando un exitoso proceso de aperturas que incluyó nuevos formatos como “Express de Ketal”.

En la actualidad ya son 13 salas de venta: 3 Hipermercados, 5 Supermercados y 5 Salas Express, en las zonas más importantes de la ciudad boliviana.

Desde su fundación, Ketal se ha caracterizado por brindar excelencia en el servicio, calidad en la oferta de productos, innovación, comodidad y seguridad a la familia en todas sus sucursales.

Por más excelencia

En este afán por entregar el mejor servicio y una atención de excelencia, Ketal recurrió a MekanoSige para la modernización de su software. “Por ser una empresa con reconocida presencia a nivel sudamericano, con soluciones de nivel mundial y con una importante cartera de clientes, elegimos para nuestro objetivo a Mekanosige”, explica Oscar Castro, Gerente de Sistemas Ketal S.A.

Ketal deseaba contar con una solución que le permitiera afrontar nuevos retos de cara a brindar una mejor experiencia de compra a sus clientes, así como diversificar las



ofertas y beneficios que estos reciben, buscando una mejora en procesos operativos y facilidad de gestión en sus sucursales.

Frente a este escenario, MekanoSige propuso la implementación de SMS LOC, un software canadiense que opera en 5 continentes con más de 12.000 instalaciones a nivel mundial.

El camino al cambio

El proceso de instalación ha sido muy exitoso y Ketal ya cuenta con una tienda piloto en la que está implementado el SMS LOC. Así, hoy se está trabajando en el proceso de estabilización de la aplicación y en la gestión del cambio a nivel del personal, para que puedan ir adaptándose de la mejor forma al nuevo software.

Muchas veces los cambios presentan dificultades, pero en este proceso se ha ido fortaleciendo paso a paso la implementación. “MekanoSige ha logrado entender de la mejor forma nuestro modelo de negocio y las particularidades de este en Bolivia. Además se ha generado un equipo de trabajo desde el personal de MekanoSige en Chile y todo el personal de Ketal que son partícipes del proyecto en Bolivia, que con esfuerzo conjunto han logrado sacar adelante el proyecto exitosamente. Sin duda, hemos afiatado una relación en la que la comunicación y la transparencia de ambas empresas ha sido clave para llegar a donde estamos”, concluye Gustavo Cabrera, Gerente General Ketal S.A.

Novedades



Dynamics 365 Migration Program: Standard Migration Assessment

Microsoft desarrolló un programa global para sus clientes de Dynamics ERP on premise que consiste en realizarles un assessment, cuyo principal objetivo es hacer un diagnóstico técnico y funcional de la instalación actual con miras a la migración a Dynamics 365. El servicio se entrega con sesiones de trabajo virtuales con asesores de Microsoft, en las que se ayuda al cliente a entender los beneficios de ir a la nube, identificar los principales objetivos del negocio vinculándolos con las nuevas funcionalidades y optimizar el proceso de migración con foco en reducir esfuerzos y costos.

Asset Management para la industria de venta y arriendo de maquinaria

Microsoft Dynamics 365 Asset Management es la solución de clase mundial para esta industria, que ya ha sido elegida por Arrimaq y Linde High Lift en Chile y Perú.

Algunos beneficios alcanzados: 42% de mejora del FTFR (First Time Fix Rate), 23% de reducción de costos de re aprovisionamiento de repuestos, 18% de reducción de inventarios inmovilizados u obsoletos, mejora la oportunidad y asertividad de la facturación de arriendo y obtención de estados de resultado por contrato o equipo, entre otros.




Puma

Puma y Mekano han creado una relación de confianza. Mekano apoya como proveedor estratégico en su proceso de renovación tecnológica en el corto y largo plazo, que implica la renovación del *hardware* para los puntos de ventas, servidores y equipos de operación de tienda para una mejor atención a sus clientes.



Instaleap

Buscando siempre estar a la vanguardia del retail, MekanoSige introduce su nueva plataforma de gestión de logística *On-demand* para operaciones de última milla: Instaleap. Esta solución comercializada en todo Latam ya se encuentra implementada en clientes de la región como Walmart y Falabella, Grupo éxito (Colombia), Bodega Aurrera y HEB (México) y Jeronimo Martins (Portugal) entre otros. Instaleap gestiona toda la operación de última milla en una sola plataforma, permitiendo a los retailers garantizar la mejor experiencia y eficiencia operacional.

 Microsoft Dynamics 365



Dynamics 365 Finance

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



**Compañía
Sud Americana
de Vapores
ERP Microsoft
Dynamics**



**Supermercados
Ketal, Bolivia
Software SMS LOC**

mekano

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

Fono: (562) 2372 4400

www.mekano.com

marketing@mekano.com