

# Business Mekano

Nº 42 · Año X · Noviembre, 2010



**LAFARGE**

**LOS 20 AÑOS  
DE MEKANO  
VISTOS POR  
SUS CLIENTES**



# LA SOLUCIÓN PRECISA DE PUNTO DE VENTAS



Lleve a sus clientes a una experiencia de compra superior, a través de la mejor solución de punto de venta, poseedora de una veloz impresión térmica fiscal y validación en línea para todos los medios de pago de casas comerciales y bancarias existentes.

#### Otras características destacadas:

- Integrable a todos los ERP del mercado nacional.
- Favorece la fidelización del cliente.
- Lectura, validación en línea e impresión de cheque.
- Fácil implementación de Promociones, Ofertas, Descuentos y Listas de precio por grupos de cliente.
- Operación Fuera de línea y sincronización automática POS Central.
- Instalable tanto en PC's como en Hardware POS IBM.
- Fácil de instalar y usar.

**MEKANOSIGE**  
SOLUCIONES PARA EL COMERCIO

Para mayor información llámenos al 372 4400 o visítenos en  
Av. Pedro de Valdivia 555, piso 9 - Providencia  
[www.mekanosige.cl](http://www.mekanosige.cl)





# 9

Portada

## Mekano Deja Huella en sus Clientes

Una marca indeleble dejó Mekano en sus clientes en estos últimos 20 años. Así lo establecieron representantes empresariales de gran nivel.

## Historia de Éxito En Samsonite Mekano Readeculó ERP

Gracias al trabajo de Mekano, Samsonite pudo utilizar el poderoso JDEdwards. El cliente calificó la labor de Mekano de “verdadero trabajo de hormigas”.

# 7



# 14

## Informe Especial Gran Minería y las T. I.

Un cambio impresionante se encuentra experimentando la minería chilena: camiones sin conductores, naves que exploran la superficie, realizan sondajes y envían la información en línea.



## Contenidos

- 4 Editorial.
- 5 Boleta electrónica  
Este instrumento se convirtió en una herramienta de trabajo fundamental para muchas empresas gracias a una plataforma tecnológica basada en Oracle.
- 16 Business Intelligence  
Los programas de Business Intelligence están de moda. Mekano vuelve a incorporarlos en su mix de servicios, desde una perspectiva más estratégica que tecnológica.
- 20 Constructora Pehuénche  
Mekano instaló en la Constructora Pehuénche el software para la construcción de Mekano, SIGIC (Sistema Integrado de Gestión para la Industria de la Construcción).
- 22 Noticias.

## LA DEGRADACIÓN DE LOS PROCESOS DE SELECCIÓN E IMPLANTACIÓN.

Para asegurar una selección e implantación exitosa, no basta con un buen software –incluso uno de clase mundial–, ni con el mejor implantador, sino que se requiere un foco en objetivos de negocio realistas, entre otros, para lograr un pleno resultado en la exitosa puesta en marcha de una aplicación tipo ERP.

Los principales trabajos que hemos realizado –visto esto en la retrospectiva de haber cumplido este año dos décadas al servicio de nuestros clientes– incluyeron varios otros elementos fundamentales, sin los cuales nunca habríamos conseguido un éxito total que, en muchos casos, incluso traspasó las fronteras del tiempo y las generaciones.

Por ejemplo, el hito que se marco con la implantación de un sistema de Business Intelligence en Telefónica, hace 20 años (ver reportaje de portada); un sistema de información de gestión pionero alrededor de esa misma fecha, en el ex Banco O'Higgins, calificado por la autoridad que nos contrató como un “un servicio soñado”; y, entre otros, la instalación de las primeras cajas registradoras de la cadena de Supermercados Rendic (hoy Unimarc). Todos estos casos revelan varias cosas a mi juicio.

Una, que no siempre el que compra más tarde, compra mejor. Al revés, los que compraron antes fueron mucho más involucrados y conscientes de los elementos competitivos de valor que en general el resto de sus pares hoy en día y por ello obtuvieron mejores resultados.

Dos, para implantar estas tecnologías, como ERP o programas de Business Intelligence, hay que poseer objetivos de negocios bien claros y áreas de mejoras identificadas, tales como rotación de inventario; días de cobranza en la calle; costo de instalación, producto de cambios en la planificación; costos de la misma. Eso fue lo que hicieron esas empresas hace más de una década. Recuerdo que, incluso, en esos casos, estos objetivos de negocios los cuantificábamos en conjunto con los clientes, con el fin de contar con medidas que se convertían en las metas a lograr para las distintas áreas de la organización.

Tres, en todos los casos hubo real involucramiento del más alto nivel ejecutivo y nunca vimos que nadie cediera a la tentación de delegar una tarea tan clave como la esencia de la

operación de la empresa. Basta con ver las opiniones de los entrevistados del artículo de portada, para percibir que ninguno era experto en TI y, sin embargo, participaron, se comprometieron a lo largo de todo el proceso. Existe una premisa en Tecnologías de la Información que constituye una gran verdad: si un concepto o un procedimiento no lo entiende cualquier individuo significa que o está mal explicado o algo anda pésimo. En esto no hay misterios ni conocimientos “tecnológicos”, diseñados sólo para privilegiados.

Cuatro, en todos los casos no hubo falsas expectativas ni de lo que se requería ni de las capacidades reales internas de la organización.

Cinco, para lograr una buena implementación es fundamental medir para administrar lo que es importante para el negocio, y poner énfasis y los objetivos en hechos concretos de mejora, por ejemplo: ¿en cuánto estamos reduciendo los quiebres de stock? Esto debe darse a conocer en la organización para ir generando un mayor foco en ello y no en hechos más superficiales como si tal o cual módulo está o no operando.

El mensaje que deseo entregar es simple: los resultados de estas inversiones son mucho más rentables cuando el primer nivel organizacional se involucra en este proceso e incluye el tema de las Tecnologías de la Información en el corazón mismo de la estrategia de la empresa y con métricas de mejoras muy concretas. Aunque nosotros proporcionemos el servicio, el trabajo en equipo, el compromiso de toda la compañía, nuestro cliente, es fundamental.



Ricardo Steeger, Gerente General, Mekano

### MEKANO

Pedro de Valdivia N°555, Piso 9,  
Providencia, Santiago. Chile  
Fono (56-2) 372 4400;  
www.mekano.com

### COMITÉ EDITORIAL

Álvarez, José María,  
Gerente General, MekanoSige.  
Busch, Pamela, Marketing.  
Garrido, Waldo, Gerente Clientes.

Penna, Maximiliano, Gerente Comercial.  
Steeger, Ricardo, Gerente General.  
Steeger, Roberto, Presidente.  
Stehr, Rainer, Consultor.

### EDICIÓN Y PRODUCCIÓN

K&D Comunicaciones Ltda.  
11 de Septiembre, 1945, Of. 213 Providencia.  
Fonos: 481-6940; 481-6941,  
kliwa@entelchile.net

S.II.

# BOLETA ELECTRÓNICA HERRAMIENTA FUNDAMENTAL. EL USO

DE LA BOLETA ELECTRÓNICA, SE CONVIRTIÓ EN UN INSTRUMENTO DE TRABAJO FUNDAMENTAL PARA MUCHAS EMPRESAS QUE LA PREFIEREN POR SUS VENTAJAS EN RELACIÓN A LA BOLETA TRADICIONAL, QUE VAN, DESDE EL AHORRO DE COSTOS Y DE TIEMPO, HASTA EXENCIONES DE DECLARACIONES JURADAS.

## RESUMEN

Gracias a una plataforma tecnológica, basada en Oracle, que utiliza el Servicio de Impuestos Internos, la boleta electrónica se transformó en un éxito de grandes proporciones. Con esta herramienta se puede evitar la evasión tributaria y mejorar el servicio.

**H**oy, toda empresa puede emitir boletas electrónicas de ventas y servicios, para ello sólo requiere de la autorización del Servicio de Impuestos Internos (SII), con excepción de los usuarios del portal Mipyme del SII. De esta manera es posible acceder a una serie de beneficios tecnológicos, que únicamente se obtienen de forma digital.

El Subdirector de Fiscalización del SII, Iván Beltrand, sostuvo que la motivación del organismo es entregar un mejor servicio y calidad. "El uso de Tecnologías de la Información apunta a conseguir ese objetivo, ya que ofrecemos aplicaciones que permiten a cada persona acceder a su información tributaria y a herramientas de trabajo diferenciadas según su perfil, sea persona o empresa. El acceso es seguro y con total confidencialidad; mediante esta plataforma se facilita el cumplimiento de las obligaciones tributarias, a través del uso de instrumentos tecnológicos como éste, lo cual disminuye los tiempos de autorización del documento y se consigue el propósito de cumplir con las obligaciones tributarias a un menor costo".

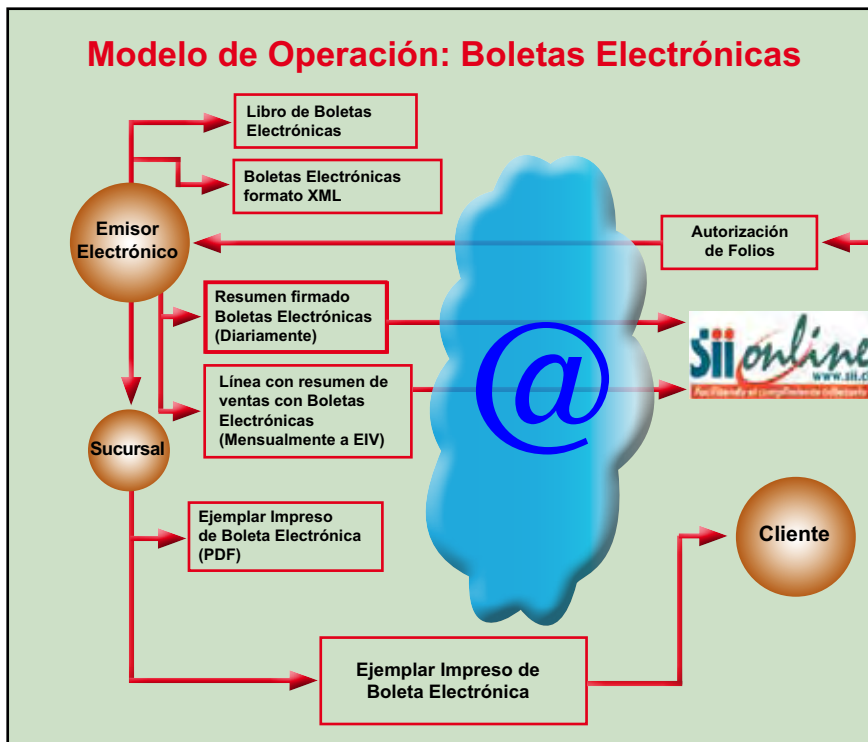
Beltrand manifestó que para las empresas que generan una

gran cantidad de boletas y vales de reemplazo, la boleta electrónica es la forma más conveniente, porque agiliza la emisión del documento de venta. Además, aseguró que aumenta la flexibilidad de uso por ejemplo, al publicarla o enviarla en formato PDF vía e-mail, permitiendo ahorros en costos, como también, pudiéndose mantener los documentos almacenados en forma electrónica.

Asimismo, señaló que esta modalidad mejora su imagen frente a los proveedores, clientes y el mundo financiero, en la medida en que sus procedimientos pasan a ser electrónicos, y facultándolo a comercializar productos o servicios en plataformas tecnológicas y desarrollar nuevos negocios en forma eficiente y económica.

El Subdirector señaló que, desde que entró en vigencia la boleta electrónica, el balance es positivo, ya que este sistema permitió disponer y procesar información más rápida que el modelo tradicional de emisión de documentos en papel, facilitando su administración.

"Las personas constaron los beneficios de utilizar documentos electrónicos, lo que se refleja en la incorporación de más de 26 mil contribuyentes como emisores electrónicos, 447 organismos públicos como



receptores de estos y más de 500 millones de documentos tributarios electrónicos emitidos desde el año 2003”, expresó el funcionario.

En relación a la disminución en la evasión de impuestos, Beltrand dijo que el modelo de facturación electrónica, que incluye la emisión de boleta, establece que los contribuyentes deben informar periódicamente al SII sus ventas y compras, por lo que su percepción apunta a que dicho organismo tiene más herramientas y datos de sus actividades económicas. “En este sentido, son contribuyentes de buen comportamiento tributario los que han incorporado el modelo de facturación electrónica a su operación comercial”.

Además, Iván Beltrand destacó que el uso de tecnologías electrónicas para el cumplimiento tributario incrementa la eficiencia de los procesos de ventas, entre otras razones, porque permite tener un mayor orden de los registros conta-

bles. “La emisión electrónica posibilita a los contribuyentes eximirse de ciertas obligaciones, por ejemplo, la presentación de determinadas declaraciones juradas”.

En definitiva, lo que busca el SII, es que el acatamiento tributario se realice bajo los mejores estándares de calidad, eliminando las barreras que lo impiden, mejorando los procesos, incrementando la calidad de la información que el SII dispone, “y que los contribuyentes vean en el cumplimiento tributario un aporte y no una traba al desarrollo de sus emprendimientos. Así, la necesidad de ir a las oficinas del SII disminuye, lo cual nos ayuda a entregar una atención presencial de mayor calidad y oportunidad”.

El Subdirector estimó una serie de ventajas de la boleta electrónica para las empresas. Entre otras, no requiere autorización de equipos o controles administrativos adicionales; la aprobación de documentos es vía electrónica, de modo que

no requiere ir a timbrar documentación física en las oficinas territoriales del SII; en operaciones comerciales que cumplen ciertas condiciones establecidas por el organismo, es posible omitir la impresión del documento; los equipos utilizados en la emisión de boletas electrónicas podrán ser usados en la emisión de otros documentos tributarios electrónicos u otros empleados en las operaciones comerciales del contribuyente, sin necesidad de proceder en forma segregada (se elimina la caja de sólo facturas en los supermercados, por ejemplo).

Otros beneficios es que se pueden recibir las boletas a través de vías electrónicas (e-mail o publicación en el sitio web del emisor) y ofrece acceso a una mejor y más rápida información entregada por el emisor, a través de otros medios distintos al papel (electrónicos).

La Jefa del Departamento de Desarrollo del SII, Aurea Hervías, dijo que la plataforma tecnológica que utilizan está basada en Oracle, y permite que los receptores de boletas puedan obtener desde la aplicación computacional, informes mensuales con los datos de dichos documentos emitidos a su nombre. Estos informes servirán de respaldo al contribuyente para llevar el control de pagos de honorarios y retenciones mensuales, los que, además, podrán ser guardados en un archivo computacional con formato de planilla electrónica. Ello evitará tener que digitar, una a una, las boletas confeccionadas a mano, trayendo consigo ahorros administrativos y constituyéndose en una mejor gestión de la empresa o actividad profesional. ■

GERENTE DE FINANZAS DE SAMSONITE

# “ESTAMOS MUY CONTENTOS POR EL NIVEL DE COMPROMISO DE MEKANO”

MEKANO ESTABILIZÓ Y READECUÓ EL ERP CORPORATIVO DE SAMSONITE, JD EDWARDS, CON EL OBJETO DE QUE LA FILIAL CHILENA PUDIERA UTILIZAR EL PODEROSO SOFTWARE EN SU TOTALIDAD. LA EMPRESA CONSULTORA DEBIÓ REALIZAR UN “VERDADERO TRABAJO DE HORMIGAS”, SEGÚN LOS EJECUTIVOS DE LA TRANSNACIONAL.

## RESUMEN

Para que Samsonite Chile pudiera aprovechar al máximo el software corporativo de la organización, un ERP JD Edwards, Mekano tuvo que liderar un trabajo de gran minuciosidad, con el fin de estabilizar el sistema y satisfacer las necesidades de la organización.

Entre las tareas de Mekano figuró realizar adecuaciones para operar con las peculiaridades locales del esquema tributario nacional, reemplazar un software de bodegas, agregar un módulo de inventarios y capacitar, en profundidad, al personal.

Samsonite es una empresa de retail de gran prestigio y éxito a nivel internacional y propietaria en Chile de tres marcas muy conocidas: Saxoline, en maletas; Chic, en carteras; y Extreme, en mochilas escolares.

Hace tres años la marca Saxoline en el país fue comprada por Samsonite Internacional y la empresa local se vio obligada a utilizar el software de gestión que usa la corporación a nivel mundial, o al menos en el 80 por ciento de los países donde la empresa tiene representación: un poderoso

ERP JD Edwards.

Cómo lógica de administración, pese a que la filial chilena ocupaba otro software de gestión, con el objeto de centralizar las actividades, hubo que migrar hacia esa aplicación de negocios, pero bajo la supervisión de la matriz de la empresa multinacional que estaba en México.

“Esta implantación fue muy especial”, señala el Gerente de Finanzas, Sandro Inostroza, “porque se realizó en términos muy customizados según la visión mexicana, según los expertos de ese país y no de acuerdo a las verdaderas necesidades del mercado chileno. Por eso durante un tiempo convivimos con una herramienta en teoría poderosa, pero que utilizábamos apenas en un 10 por ciento. Fue precisamente en ese instante cuando surgió la necesidad de contactar a Mekano, buscando ayuda local primero; estabilización del sistema, después; recibir mayor capacitación en profundidad y llevar a cabo complementos de desarrollo en algunas aplicaciones, donde hoy no tenemos los estándares correspondientes”.

La tarea de los expertos de



Rodrigo Bravo, Contralor y Sandro Inostroza, Gerente de Finanzas.

Mekano no fue fácil. Hubo que adecuar el software a la realidad chilena, que vendía un volumen tres veces más grande que México. A lo anterior se sumaron problemas con los aspectos tributarios propios de nuestro país, que había que considerar y programar, reemplazar un software de bodegas y agregar un módulo de inventarios de JD Edwards, es decir "un trabajo de hormigas", como agrega el Contralor, Rodrigo Bravo.

La decisión de contratar la consultoría inicial con Mekano se adoptó durante el verano

pasado, de modo que el trabajo se inició en marzo de este año, con dos profesionales de la organización con permanencia constante en las oficinas de Samsonite.

"En estos 10 meses se nota la flexibilidad del trabajo, se pueden observar las mejoras. Hoy sentimos que dentro de muy poco lograremos el desarrollo de una solución que nos permitirá ganar cada vez más autonomía, conocimiento de los procesos, mayor capacitación del personal. Estamos aprendiendo a conocer mucho mejor esta herra-

mienta, una aplicación que estábamos subutilizando, tanto que para operarla teníamos que hacerlo dándonos muchas vueltas previas, es decir, realizando muchas tareas preliminares", expresa el Gerente de Finanzas.

Existe satisfacción en la empresa por los avances logrados y, en especial, por el grado de compromiso de Mekano hacia sus clientes. "Los asesores de la empresa están muy involucrados con nuestro personal; no se trata de ofrecer fríamente una solución tecnológica. Podemos decir que estamos muy contentos con el servicio y la actitud de Mekano, ellos están siempre preocupados de nuestras necesidades, de nuestra capacitación", expresa Rodrigo Bravo.

Para Sandro Inostroza su sueño es "apretar un par de teclas y ver los cierres del mes y los reportes, lograr mucha información de gestión, sin procesos intensivos manuales. Desde el punto de vista de la distribución, esperamos que se nos permita medir la productividad, sentir el apoyo de este equipo en el día a día. No nos cabe duda que lo lograremos y que más adelante podremos ingresar en la era de los softwares de Business Intelligence, que nos permita modelar los reportes para mayor agilidad. No cabe ninguna duda que será el paso siguiente".

Algo que, sin lugar a dudas, es necesario para la compañía, ya que Samsonite transa grandes volúmenes de productos, con una facturación anual de 20 mil millones de pesos en las 56 tiendas de la organización, ubicadas a lo largo de todo el país, desde Antofagasta hasta Punta Arenas y 28 sólo en Santiago, donde además ocupa 180 puntos de ventas en las grandes tiendas. ■



# MEKANO DEJA HUELLA EN SUS CLIENTES.

UNA MARCA INDELEBLE DEJÓ MEKANO EN SUS PRINCIPALES CLIENTES EN ESTOS ÚLTIMOS 20 AÑOS. ASÍ LO ESTABLECIERON REPRESENTANTES EMPRESARIALES COMO JUAN RENDIC, PROPIETARIO DE UNIMARC; FERNANDO CAÑAS, ACTUAL PRESIDENTE DE BANCHILE Y BOLSA ELECTRÓNICA Y, ENTRE OTROS, EL PRESIDENTE DE TELEFÓNICA, CLAUDIO MUÑOZ.

## RESUMEN

Los principales clientes de Mekano en estos 20 últimos años, que cumplió la empresa en 2010, opinan que se trata de una organización extremadamente profesional, que sabe actuar como un verdadero socio comercial, con gran servicio al cliente, idoneidad técnica y con dos proyectos de Business Intelligence implantados hace casi dos décadas, uno en el antiguo Banco O'Higgins y otro en Telefónica, que hasta el momento nadie logró superar.

Mekano, deja huella y una impresión profunda en las organizaciones a las que le correspondió atender en el transcurso de estos años. Esa es la principal conclusión de alguno de los principales clientes de la entidad, al cumplir ésta 20 años al servicio de la implantación de Tecnologías de la Información, para contribuir a una mejor gestión y desarrollo empresarial.

La opinión del recientemente asumido Presidente de Telefónica, Claudio Muñoz así lo revela: "Mekano nos enseñó a buscar y a usar información de una manera distinta y sacarle mucho más valor a esos datos y antecedentes. Mekano fue clave para que pudiéramos rentabilizar nuestras propias operaciones".

A principios de la década de los 90, Mekano implantó un sistema de gestión, Business Intelligence en la empresa, que para la época fue muy innovador y que constituyó la semilla de la que más tarde sería el Área de Gestión de Telefónica.

Es por eso que el actual Presidente de Telefónica recuerda de manera tan especial a Mekano, porque en ese entonces Muñoz era Jefe de Control de Gestión y conoció muy de cerca del trabajo realizado. "Los proyectos de sistemas no son los más queridos en las compañías", señala Muñoz, "por-

que le plantea a la gente una cantidad de problemas, algo que las personas no aplauden, pero al margen de las adaptaciones que implicó el trabajo de Mekano, nos significó a todos en Telefónica encontrar un mundo nuevo, al utilizar la misma información que nosotros teníamos, de base y usarla, eficientemente y de la mejor forma".

## APORTE DE VALOR

En ese entonces Telefónica era la Compañía de Teléfonos de Chile e iniciaba su proceso de privatización, todo un acontecimiento nacional, porque se trataba de la primera empresa en pasar del sector público al de propiedad privada. Había, por lo tanto, mucho que cambiar, una nueva cultura que crear y una gran cantidad de cosas que aprender y experimentar "Descubrí a Mekano por referencias y muy pronto me estaba reuniendo con Roberto Steeger y su hijo Ricardo, quienes lograron desarrollar, para nosotros, un proyecto absolutamente pionero para la época, al que ni siquiera me atrevo a llamar Business Intelligence en rigor", señala el nuevo Presidente de Telefónica.

Agrega que se trataba de un sistema de manejo de información, para lo cual se emplearan softwares que representaba Mekano que contribuían a modelar infor-



Luis Siles, Gerente General de IBM.

mación y, mediante ese procedimiento, obtener valor adicional. "Vine a hablar y a escuchar de los programas de Business Intelligence muchos años después. Visto hoy en retrospectiva, lo que hizo Mekano simplemente marcó huella, su tarea quedó impresa en la empresa para siempre, porque nos permitió encontrar un camino que hasta el día de hoy lo continuamos transitando. Con su trabajo Mekano no sólo le aportó valor a la compañía a nivel nacional, sino que permitió que pudiéramos replicarlo en muchas otras plazas de Telefónica en el resto de la Región".

En esa época, el Presidente de Telefónica, Claudio Muñoz tenía la responsabilidad básica de evaluar y medir el desempeño de los

negocios. "Lo que hizo Mekano permitió satisfacer mi obsesión por la medición, una obsesión típica de los ingenieros; pudieron crear un modelo que capturaba los datos desde nuestra contabilidad, para luego procesarlos de una manera muy conveniente para la toma de decisiones de negocios, por medio de un software llamado Executive Information System, (EIS) un programa multidimensional de información. Mekano fue un pionero indiscutible en esta área y nos hizo liderar en este aspecto como nadie".

### MODELOS ÚNICOS

Efectivamente, en concreto Mekano, en esos años, construyó un modelo de información multidimensional que hacía algo nunca visto: rescataba información y la traducía en información útil para medir la gestión de los negocios.

"Esta fue una experiencia inédita muy bonita, porque nos ayudó a inaugurar una senda muy atractivo. Mekano hizo un trabajo muy valioso para nosotros y me alegra de que, en estos 20 años, se haya transformado en una empresa exitosa, porque eso le hace bien al país; no existen países exitosos con empresas fracasadas. Nuestro papel como empresarios es hacer que las organizaciones sean exitosas por el bien de todos y eso



Claudio Muñoz, Presidente de Telefónica.

es lo que llevó a cabo Mekano".

Claudio Muñoz llegó recientemente al país, luego de permanecer cinco años en España a cargo de grandes empresas de la división América, que atiende a las principales corporaciones de 15 países de la región. Antes se desempeñó como Gerente General de la organización aquí en Chile. Se siente muy satisfecho del regreso y dispuesto a enfrentar la tarea de continuar mejorando los servicios de Telefónica, porque "lo que más me preocupa es el cliente, su atención y el trabajo no es menor, ya que tenemos al mayor número de usuarios, que suman 10 millones".

Pero Mekano no dejó huella sólo en Telefónica, sino que también en el ex Banco O'Higgins, gracias a la visión y genialidad de Fernando Cañas, que en la actualidad se desempeña como Presidente de Banchile Administradora General de Fondos y la Bolsa Electrónica de Chile.

Fue curioso el cruce de circunstancias que llevó a este hoy alto ejecutivo de la banca nacional a vincularse con Mekano, porque en rigor, Cañas no viene del mundo de la tecnología, sino que de los negocios. Pero hace 20 años, le correspondió hacerse cargo de esa área y luego de operaciones. Un perfil de ejecutivo bastante distinto a lo conocido



Juan Rendic Lazo, Director de la sociedad Deca-Unimarc,

hasta ese entonces.

En esos instantes, el banco atravesaba por un momento bastante particular, en el sentido de que se encontraba redefiniendo su arquitectura tecnológica. "Nosotros, en el banco, habíamos hecho parte de la tarea, cuando Mekano llegó con una oferta extraordinariamente interesante, pero en ese entonces increíble para mí, por lo maravillosa, por la forma en que nos proponían mostrar la información".

### UN SERVICIO SOÑADO

El banco antes, siguiendo las directrices de Cañas y del equipo de gestión que le acompañaba, había hecho la tarea de construir un sistema de información de gestión que funcionaba gracias a una gran base de datos corporativa que presentaba toda la información de una manera ordenada, pero era muy estática y en papel.

"Mekano llegó a proponernos una gran novedad, una forma de exhibir los antecedentes con vistas múltiples, desde distintos ángulos, de cada uno de los negocios que teníamos. Nos ofrecía la opción de lograr variadas vistas, de manera dinámica y de acuerdo al tipo de análisis que quisiéramos realizar".

Los datos se extraían de los antecedentes contables y de otros aplicativos de productos, se vaciaban en la base de datos corporativa antes mencionada y con la herramienta de Mekano, llamada Commander de Comshare se podían observar los resultados financieros a nivel agregado, y también desagregados por áreas dentro de cada negocio. Se podían realizar mediciones por producto y con un nivel de desagregación que era algo impresionante para los usuarios y que ayudaba significativamente a la toma de decisiones.

No estaba en línea, era un sistema de gestión que se actualizaba una vez al mes, pero cuando



Fernando Cañas, Presidente de Banchile y la Bolsa Electrónica.

**“AUNQUE HAN PASADO 20 AÑOS. JAMÁS, EN TODA MI VIDA PROFESIONAL, VOLVÍA ENCONTRAR ALGO IGUAL A LO QUE HIZO MEKANO, INCLUSO HOY, EN QUE TEÓRICAMENTE SERÍA MÁS FÁCIL POREL AVANCE DE LA TECNOLOGÍA. LO QUE LOGRAMOS EN CONJUNTO, FUE ALGO EXCEPCIONAL DESDE TODO PUNTO DE VISTA”.**  
**FERNANDO CAÑAS, PRESIDENTE DE BANCHILE Y LA BOLSA ELECTRÓNICA.**

entraban los datos recientes, lo refrescaban y volvían a mirar el resultado con distintas visiones de hasta 12 meses.

"Esto sigue siendo una maravilla", agrega Fernando Cañas, "aunque han pasado 20 años. Jamás, en toda mi vida profesional, volví a encontrar algo igual, incluso hoy, en que teóricamente sería más fácil por el avance de la tecnología. Lo que logramos en conjunto. -porque recordemos que nosotros habíamos producido la base de datos con un nivel de desagregación suficiente y montado una plataforma de

registro-, fue algo excepcional desde todo punto de vista. Yo recuerdo haber estado en mi oficina con un stakeholder y haberle hecho una presentación que lo sorprendió en grado extremo. Pude mostrarle lo que estábamos ganando en la sucursal de Punta Arenas en la banca de personas con el negocio específico de las tarjetas de crédito, una operación, que hasta el día de hoy es tremendamente complejo".

Más tarde, Fernando Cañas asumió otras responsabilidades en el Banco O'Higgins; lo fusionó con el Banco Central Hispano y el Hong Kong and Shanghai Banking Corporation con su operación en Chile. Luego, ocurrió otro tanto con el Banco de Santiago, donde Cañas asumió como Vicepresidente y luego fue Gerente General de dicha institución.

Pese al recorrido que hizo más tarde como Presidente del Banco Tornquist en Argentina; su estadía en España tras la fusión del Banco de Santiago con el Santander; la Presidencia del Banco de Chile y, luego, la Gerencia General de la misma institución financiera, "nunca tuve un mejor sistema de gestión como el que nos brindó Mekano".

### MEKANO EN DECA Y SUPERMERCADOS RENDIC

Asimismo, Mekano dejó una marca indeleble en uno de los que fuera la cadena de supermercados más importante del norte de Chile, Deca, que hoy, gracias a la compra de Unimarc por parte del grupo Saieh-Rendic, fue absorbido por esta gran cadena de retail nacional.

Deca es una leyenda en el norte del país. De hecho si bien Unimarc es la fusión de 50 cadenas de almacenes y mercados minoristas a lo largo del país, hoy día el modelo sobre el que se construye es el modelo de Deca, en cuanto a la atención del cliente, basado en

buenos niveles de venta, márgenes razonables, interesantes ubicaciones y profesionalismo.

Deca fue creado por el croata Gerónimo Rendic Boris, padre de Juan, Dalibor y Otmar Rendic Karstulovic, quien se instaló en la Serena, procedente de Antofagasta, donde su padre tenía un almacén de abarrotes.

El primer punto de venta lo organizó Gerónimo Rendic Boris en el mercado regional de la Serena, La Recova; antes de la fusión liderada por Saieh, Rendic Hermanos tenía 24 supermercados entre Atacama y Coquimbo, que operaban a través de tres marcas: Deca, Deca Express y Rendic.

Hasta hace un par de años habían resistido todas las aproximaciones de las grandes cadenas, hasta que aceptaron la propuesta de Alvaro Saieh de integrar la que hoy es la tercera cadena de supermercados de Chile.

Juan Rendic Lazo, director de la nueva sociedad Deca-Unimarc, ingeniero civil de la U. de Chile, quien se integró al negocio familiar después de años de trabajar en otras empresas, es el hombre fuerte del grupo, quien recuerda con especial afecto el papel de Mekano en los supermercados Deca.

En ese entonces, Juan Rendic vivía en Santiago con su familia, cuando un día recibió una llamada telefónica sorpresiva de su padre, también llamado Juan, -quien estaba a cargo de las finanzas del grupo-, desde la Serena, que le pidió que visitara el supermercado de la esquina de su casa, porque le estaban ofreciendo instalarle el código de barras y necesitaba investigar en qué consistía esa herramienta.

### ATENCIÓN AL CLIENTE

“Fuimos al supermercado de la esquina y descubrimos con mi hermano que el 30 por ciento de los productos a la venta llevaban

el código de barras. Eso fue suficiente para que mi padre tomara la decisión y se compran tres cajas registradoras IBM 4380, para probar. Las instalamos en el supermercado más grande que teníamos en la Serena y las compramos con leasing, porque eran para nosotros muy caras, con lo que nos transformamos en verdaderos pioneros, aunque en Santiago ya las había adquirido, también, Almac”.

Pero muy pronto, estas cajas inteligentes, donde IBM vendía el equipo y Mekano el software y servicios, se hicieron imprescindibles y muy luego pasaron a 12, con lo que obtuvieron un beneficio inmediato, ya que les ayudó a tener un gran control del negocio. Y esto porque se producían muchos errores; los empleados facturaban a mano y era difícil mantener los precios actualizados, pero todo eso terminó con estas máquinas. Deca comprendió que estaban viviendo la mayor revolución de la historia del retail de la mano de Mekano e IBM.



La idoneidad técnica y la atención es lo que más gusta de Mekano.

### BUENA RELACIÓN COMERCIAL

Fue ahí donde comenzó una prolongada y fructífera relación con Mekano, que les fue proveyendo de una plataforma muy sólida, que recuerda hasta el día de hoy.

“Lo que más nos gustó de Mekano, fuera de su idoneidad técnica, fue la atención que siempre nos brindó”, comenta Juan Rendic, “cuando tengo una relación comercial, para mí es fundamental cómo me atienden; exijo que cuando hayan problemas me contesten, lo solucionen. La gente de Mekano tiene un trato muy cordial, esa dupla de padre e hijo, de Roberto Steeger y Ricardo es muy buena, no sólo por su cercanía y lo fácil que es entenderse con ellos, sino porque ofrece la total seguridad de la sucesión, algo muy importante en este rubro, es incluso bueno para el país, eso le da destino a la empresa”.

En otra área de la producción, en el sector industrial la opinión es similar, por parte de Joao Pablo Pereira da Silva, actual Gerente de Finanzas de Lafarge Perlmooser en Austria, la empresa cementera francesa que en Chile compró a Cemento Melón y que luego vendió al grupo Brescia, “Lafarge Chile eligió a Mekano no sólo por sus referencias técnicas, sino también por una identificación fuerte que se generó entre los equipos de ambas empresas y sus respectivas gerencias. Me fue quedando claro que nosotros compartíamos estilos de management y objetivos estratégicos y dicho alineamiento se materializó en un contrato innovador”.

### UN PROYECTO DIFÍCIL

A principios de la década del 2000, la empresa Lafarge adquirió la organización inglesa Blue Circle, que en Chile se llamaba Empresas Melón. Eso significó

diversos cambios que implicó la necesidad de instalar una plataforma JD Edwards bajo una rigurosa parametrización del software, de las implantaciones, y normas predeterminadas de negocios, para homologar la forma de operar del grupo en todas partes del mundo.

Esto ocurrió cuando Joao Pablo Pereira se desempeñaba como Gerente de Finanzas en la organización en Chile; en ese entonces declaraba que "Se trató de un proyecto bastante más difícil de lo imaginado, que nos exigió un enorme esfuerzo, porque teníamos que seguir funcionando aunque estuviéramos haciendo los cambios; fue difícil porque Lafarge exigía implantaciones bajo el concepto de template".

En ese entonces, Pereira confesaba que Mekano fue la organización elegida, por su experiencia y habilidad técnica en las implantaciones de JD Edwards, casa de software de la que era representante. La instalación de ese programa en el área comercial se denominó Quantum y se hizo en noviembre del 2002. Lo normal habría sido la colocación inicial de la suite financiera, pero cuando se hizo cargo Lafarge, el interés local era transformar el sistema comercial por las prioridades que existían.

Pero pronto vino la suite financiera y correspondió a la segunda implementación de Mekano en Empresas Melón, en octubre del 2004, para "ir en vivo" en mayo del 2005. Se trató de un proyecto más largo en el tiempo, más transversal, que no sólo incluía la división cemento, sino que también proyectos para hormigones, morteros, áridos, con el fin de controlar todo lo que no había cubierto el software comercial, como contabilidad, flujo de abastecimientos, sistema de mantenimiento; un software con una temporalidad distinta.



Mekano inauguró la era del Business Intelligence hace 20 años.

El tercer proyecto donde participó Mekano fue una implantación remota desde Chile para Lafarge en Venezuela, Honduras y Ecuador, un centro de servicios compartidos.

"Durante todo el desarrollo de los proyectos yo estaba muy tranquilo de la capacidad de Mekano, por su transparencia y corrección. Siempre apoyándonos y siempre siendo un buen partner. No me olvidaré jamás de mis reuniones con Ricardo Steeger en las cuáles compartíamos uno con el otro nuestras estructuras de costos, para generar un plan conjunto que permitiera a Melón y Mekano posicionarse en la región como la opción obvia de centro de servicios. Este alineamiento de objetivos y apertura (características de los verdaderos partners) fue clave para el éxito de nuestra asociación".

### LOS ÉXITOS DE IBM Y MEKANO

Para IBM, Mekano también ha sido un socio invaluable y así lo reconoce su actual Gerente General Luis Siles.

"IBM cumplió 80 años en Chile y, parte del éxito de permanecer en un mercado durante ese tiempo, en el ámbito de las tecnologías, se debe a las alianzas como las que tenemos con Mekano. IBM está en

el negocio de dar soluciones a los problemas de sus clientes, de ayudarlos a ser más eficientes y servir mejor, innovar y es absolutamente necesario establecer relaciones con empresas como Mekano que le ofrecen un enorme valor agregado al mercado".

Agrega Luis Siles, que para el caso de IBM, "hemos podido dejar huella en el retail chileno, gracias a la huella que dejó Mekano en nosotros, en esta historia de 20 años. Creo que parte de la agilidad que tiene el retail chileno y que hoy se está expandiendo fuera, se debe a la adopción que hizo de las Tecnologías de la Información para ser mucho más competitivos y eso es lo que creó IBM en conjunto con Mekano, que ambos han sido capaces de brindar, en el tiempo, al mercado, proponer y saber, entregar de forma excelente."

"No nos limitamos a proporcionar estos puntos de venta, con Mekano; más adelante supimos adecuar estos producto a las necesidades del mercado chileno, como por ejemplo, realizar las modificaciones del caso para permitir el pago con cheques a plazo, el retorno de envases, todas esas peculiaridad locales que debían incorporarse como soluciones para que estos puntos de ventas fueran aceptables y, verdaderamente, útiles.

Para Siles resulta muy emocionante recordar el primer trabajo realizado en conjunto, cuando implementaron, de manera pionera, los primeros puntos de venta en Chile con códigos de barra, en el Almac de Estoril.

Si bien el establecimiento de Estoril fue especial por ser el primero, por traer una revolución en la atención del cliente y el retail, durante los sucesivos años hubo muchas otras historias de éxito, siempre guiados por un espíritu proactivo, tanto de IBM como de Mekano, buscando siempre soluciones para los clientes. ■

# EL CAMBIO DE LA GRAN MINERÍA GRACIAS A LAS T. I.

UN CAMBIO IMPRESIONANTE SE ENCUENTRA EXPERIMENTANDO LA MINERÍA CHILENA Y MUNDIAL GRACIAS A LA INCORPORACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN: CAMIONES SIN CONDUCTORES, NAVES QUE EXPLORAN LA SUPERFICIE, REALIZAN SONDAJES Y ENVÍAN LA INFORMACIÓN EN LÍNEA A LOS CENTROS DE CONTROL ESTÁN A PUNTO DE SER UNA REALIDAD.

## RESUMEN

Las Tecnologías de la Información, finalmente, llegaron a la Gran Minería con mucha fuerza. En el mundo, dos grandes compañías están siendo pioneras en esta área, Río Tinto Zinc y Codelco.

Esta organización cuprífera se encuentra incorporando grandes novedades e innovaciones, tanto que en la minera Gaby ya existen camiones no tripulados, mientras crece el mercado del software mineros de exportación creados por Codelco.

**D**urante décadas la minería en el mundo se centró en el esfuerzo físico y como, tal fue, una actividad lenta, peligrosa y poco productiva. Es verdad que todavía esto ocurre, en determinados casos, en la mediana y pequeña minería, pero en la de gran tamaño, sin embargo, finalmente se están dando los pasos conducentes a la automatización de las faenas, mediante el uso intensivo de las Tecnologías de la Información.

La iniciativa la lideran en el mundo, hoy por hoy, las empresas Río Tinto Zinc y Codelco Chile, que

gracias a su labor en torno a las T. I. están dando cumplimiento a sus objetivos estratégicos.

Así como Río Tinto posee un programa de desarrollo tecnológico de alto nivel denominado One Rio y BHP Billiton otro, Codelco posee uno llamado Codelco Digital cuya orientación básica y énfasis es dotar de tecnología a los procesos productivos y resguardar la seguridad de las personas.

## LEY DE CORTE

“Ese es uno de los motivos de por qué somos parte del corazón estratégico de nuestra empresa”, señala el Gerente Corporativo de Tecnologías de Información y Comunicaciones, TICA, Marco Orellana. “Y la razón de por qué estamos transitando un camino irreversible para la gran minería del país. En los últimos cinco años, gracias al programa Codelco Digital, cada año aumenta la inversión en tecnologías en un 20 por ciento y asciende a 25 millones de dólares al año. Es imposible desarrollarse hoy en día sin las T. I. requeridas”.

Y es verdad. Las Tecnologías de la Información hoy día son clave para enfrentar la creciente obsolescencia de varias faenas mineras, que llevan entre 100 y más años de explotación, como son los casos de Chuquicamata y El Teniente, respectivamente, con leyes cada vez más bajas. Resultan fundamentales para mantener la competitividad cuando las nuevas leyes son inferiores a la norma internacional del pasado, que era superior al 0,6. La denominada ley



Gracias a las T. I. Codelco desarrolla una serie de proyectos estructurales como es la explotación subterránea de bajo nivel en túneles de El Teniente y Andina;

de corte –lo que se considera el punto de quiebre entre lo que va a proceso y lo que se desestima– hoy corresponde al 0,2 y 0,4 y no a sobre el 0,6. “Hoy estamos reprocesando, lo que en el pasado, hace 50 o bien 80 años eliminaban”, agrega Orellana, “porque no existían las Tecnologías que permitirían explotarlas en forma rentable”.

“Gracias a las Tecnologías hoy en día disponibles y las que vendrán, es posible planificar y desarrollar una serie de proyectos transformacionales, una especie de cirugía constructiva necesarios para que Codelco pueda seguir operando eficientemente durante los próximos 50 años, como es la explotación subterránea de bajo nivel en túneles de El Teniente y Andina”.

### CAMIONES SIN CHOFERES

De hecho esto ya está llevándose a cabo. Ya hay importantes operaciones de plantas concentradoras que se realizan a la distancia, desde las oficinas de El Bosque Norte, desde donde es posible hoy controlar faenas que tienen lugar en El Teniente y Chuquicamata. Los profesionales mineros pueden monitorear desde Santiago el trabajo e intervenir directamente.

Es más, dentro de la mina ya se introdujo tecnología satelital para el manejo de los camiones y de las palas que controlan todo el proceso. En la mina Gaby, ubicada a 100 kilómetros de Calama, los transportes funcionan sin choferes, al igual que en una faena en Australia, el otro único lugar en el mundo donde esto ocurre, gracias a un software de esa nacionalidad, llamado Modular Mining que incorpora las peculiaridades de la mina, la geografía del terreno y que ya está haciendo pensar a los ingenieros en formas innovadoras para planificar y desarrollar la faena minera.

Las T. I. también están teniendo



Marco Orellana., Gerente Corporativo de Tecnologías de Información y Comunicaciones, TICA.

un importante papel en lo que se denomina las explosiones de roca, que son detonaciones espontáneas al interior de las minas, que en el pasado causaban muertes, pero que hoy dañan y/o destruyen equipos. Gracias a una innovadora tecnología japonesa, que cableó todos los túneles de Tokio, se pueden detectar 30 segundos antes las explosiones en formación. Codelco tomó esta innovadora iniciativa y la aplicó en El Teniente, con lo cual pueden sacar los equipos de la mina antes de las tronaduras.

A lo anterior se agregan los softwares propietarios de Codelco, uno de los cuales alcanzó notoriedad pública, cuando, a raíz de la búsqueda, primero y, luego, hallazgo de los 33 mineros con vida en la mina San José, hubo que realizar un modelaje del yacimiento en tres dimensiones para saber cómo realizar el sondaje correspondiente.

### NAVES NO TRIPULADAS

Codelco realizó varias alianzas a nivel mundial, con empresas como Microsoft, NTT de Japón, Honeywell para crear soluciones y, luego, comercializarlas. Gracias a este trabajo conjunto, Codelco y NTT crearon Micomo (Mining Informa-

tion Communications and Monitoring), que ofrece servicio de conectividad basado en redes fotónicas con tecnología AGW-Star de NTT y servicio de comunicaciones inalámbricas WIPAS, y servicio de Gestión y Operación Multimedia. Se pudo disponer de una carretera de información de alta velocidad que está permitiendo el monitoreo remoto de procesos en la mina, usando cámaras portátiles y fijas, y transmitir y recibir elementos multimedia desde un vehículo detenido ubicado dentro del pit.

En virtud de estos servicios, fue posible llevar los primeros videoconferencias a los mineros atrapados en la mina San José.

Otra alianza fue con Honeywell, con el objeto de monitorear plantas procesadoras a distancia. Con Microsoft, Codelco creó una empresa para el desarrollo de software para la minería, con una tecnología de alta precisión.

La gran minería, gracias a las T. I. será muy distinta a la actual, comenta Orellana. El sueño de muchos es “sustentar la productividad del sector en equipos, en pequeñas naves no tripuladas que hagan exploración de los nuevos territorios, con alta precisión, que recojan información topográfica, geológica y mineralógica, que pueda ser transmitida en tiempo real”.

Estos equipos deberán detectar los puntos de interés del sueldo, taladrar la corteza para encontrar y tomar las muestras de mineral, perforar el terreno y lograr información en línea respecto de la roca y de los minerales. Esto ayudará a que los profesionales generen modelos geológicos, geotérmicos y mineralógicos sobre los cuales se harán los diseños mineros.

Es un sueño que muy pronto se convertirá en realidad, gracias a la visión estratégica de los ingenieros y las autoridades de la organización. ■

# MEKANO RETOMA SOLUCIONES DE BUSINESS INTELLIGENCE COMO DISTRIBUIDORES DE SAP.

LAS SOLUCIONES DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS ESTÁN ACAPARANDO LA ATENCIÓN DE LAS EMPRESAS EN CHILE Y EL MUNDO. MEKANO, PIONERO EN SU IMPLANTACIÓN DESDE LA DÉCADA DE LOS 90, VUELVE A INCORPORARLAS EN SU OFERTA DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA, A PARTIR DE ESTE AÑO, PERO DESDE UNA PERSPECTIVA MÁS ESTRATÉGICA Y DE NEGOCIO QUE TECNOLÓGICA.

## RESUMEN

**Después de varios años, Mekano retomó las soluciones de Business Intelligence de la mano de SAP.**

**Hoy día la empresa nacional, en una gran mayoría, instaló ERP y otro software contables y administrativos, de modo que las condiciones hoy están maduras para ir un paso más allá.**

**De hecho esta es la nueva tendencia en el mundo, al punto que la compañía Forrester Research espera que el mercado de Business Intelligence, B. I. genere más de \$12 mil millones de dólares en ingresos para el 2014, un alza importante si se consideran las cifras del 2008, que llegaron a ocho mil 500 millones de dólares.**

Los software de Business Intelligence, B. I., están de moda, y la mayor parte de las empresas del primer mundo e incluso de Latinoamérica, incrementan su uso, al punto que este programa, lidera la lista de inversiones prioritarias de las compañías de los últimos años. Esto, de acuerdo con un informe realizado por Gartner, sobre una encuesta que se llevó a cabo sobre más de mil 500 CIO (Chief Information Officer) en todo el mundo.

La importancia se mantuvo, incluso, cuando los presupuestos orientados hacia las Tecnologías de la Información disminuían en el 2009. Tanto es así, que los investigadores de la compañía Forrester Research esperan que el mercado de Business Intelligence, genere más de \$12 mil millones de dólares en ingresos para el 2014, un alza importante si se consideran las cifras del 2008, que llegaron a ocho mil 500 millones de dólares.

En el último tiempo, dos tercios de las compañías norteamericanas grandes consideran que necesitan mejorar su capacidad analítica, para lograr mayores niveles de competitividad, según una reciente investigación de Accenture, donde se estableció que un 75 por ciento de esas organizaciones se encuentran trabajando para aumentar el uso

de este tipo de software.

De acuerdo con la entidad, aquellas empresas que instalaron herramientas de Business Intelligence se beneficiaron más que el resto, ya que son capaces de obtener información de alta calidad y utilizarla para apoyar la toma de decisiones y la gestión diaria.

## B. I. PARA PROYECCIONES

Las bondades de estos software quedaron de manifiesto cuando una de las principales compañías de cruceros del mundo, Carnival Cruise Lines, en plena recesión, el 2009 intentaba atraer a los antiguos viajeros, pero la organización no tenía un presupuesto ilimitado de marketing para lograr los antecedentes de todos sus ex pasajeros. Sin embargo, gracias al software de SAP, pudo obtener información interna de los clientes y datos de terceras partes sobre el ingreso de los hogares y de su composición. Mediante el análisis de la información Carnival logró fácilmente crear campañas de comercialización para la audiencia correcta.

Los analistas sostienen que muchas empresas usan B. I. para comprender hechos ocurridos en el pasado. No obstante, esto no es lo más relevante, lo que verdaderamente importa es que los software de hoy ofrecen la posibilidad de

modelar estrategias y escenarios para saber cómo moverse hacia el futuro, ya sea mejorando la relación con los clientes más rentables, o determinando qué empleados son los menos productivos y cuáles deberán abandonar la compañía en la próxima reducción de personal.

Los software de B. I. capturan una gran cantidad de información de lugares increíbles y diversos dentro de la compañía. Una vez que eso ocurre, la empresa puede hacer análisis, crear reportes y llevar a cabo predicciones de rendimientos, trasladando datos de tiempo pretérito al futuro, entre otros. Algunos software de B. I. permiten que las organizaciones puedan tejer e incorporar información externa, como los precios de la bencina o las tasas de desempleo en ciertas regiones, para comprender mejor cómo las oscilaciones del mercado o las tendencias económicas están afectando el comportamiento del cliente y de la compañía.

El nuevo uso de los programas de B. I. está teniendo gran impacto en la industria del cine. Por ejemplo ésta realiza la mitad de sus nuevas ventas de DVD en los primeros cinco días después del lanzamiento del film, por ello elegir la semana adecuada para hacerlo puede hacer la diferencia entre ganar o perder. Sobreestimar la demanda puede ser tan grave como subestimarla.

## CONSOLIDACIÓN DE LOS ÚLTIMOS AÑOS

No cabe ninguna duda de que los software de B. I. vuelven a encantar a los responsables de la administración de los principales negocios del mundo y estas expectativas por la creciente demanda ayudaron a impulsar una ola de consolidación en los últimos años. Grandes jugadores del mercado como SAP, Oracle e IBM compraron rivales menores. SAP adquirió Busi-



ness Objects por la suma de seis mil 800 millones de dólares; IBM, Cognos por cinco mil millones de dólares y Oracle, Hyperion por tres mil 300 millones de dólares.

El área de Business Intelligence ha mantenido un crecimiento sostenido en el mundo, incluso pese a la reciente crisis económica. Los analistas estiman que el fenómeno se debe a que en los últimos años, la presión por optimizar recursos dominó los presupuestos en T. I., y la inteligencia de negocio demostró su potencia para ayudar a las organizaciones a hacer un uso eficaz de la información. Tanto es así que las distintas empresas fabricantes de esos software aseguran un incremento de ventas que va del 10 al 20 por ciento.

De acuerdo con Maximiliano Penna, Gerente Comercial de Mekano, este fenómeno también se observa en el país. Luego de 10 a 15 años de haber implementado ERPs en las principales empresas, éstas ya resolvieron su problemática transaccional, es decir, integrar y controlar procesos en un continuo que consistía en apoyar la gestión del día a día, del contador, del bodeguero y del facturador a nivel operacional. Lo mismo ocurrió con los

CRM y su apoyo en áreas como Call Center, fuerzas de ventas y unidades de servicio móviles.

“Cuando las empresas invirtieron en ERPs y CRMs, muchas se imaginaron que obtendrían resultados por clientes, por canales, por zonas y conseguirían aquella información de manera rápida con sólo apretar un botón; fue una expectativa que se generó a partir de los ERP. Hoy, debido a ello, varios años después la expectativa sigue vigente y muchas entidades comenzaron a ver cómo apoyar ahora la toma de decisiones, cómo enfrentar el tema desde un punto de vista más táctico, más estratégico. En otras palabras, las empresas, hace 10 ó 15 años aprendieron a caminar, ahora hay que correr, es decir, obtener los mayores beneficios posibles de la tecnología capitalizando el valor de la información registrada a nivel transaccional. Mekano, entre 2002 y 2008 no incursionó mayormente en esta área, a diferencia de lo que ocurrió con la empresa hacia el principio de la década de los 90, cuando hicieron algunas implantaciones gigantescas con el Banco O’Higgins, CTC (Telefónica) y Coca-Cola Company, pero en ese entonces las organiza-

ciones, en términos generales, no estaban maduras".

Decidieron volver al mercado, como distribuidores de los software de inteligencia de negocios de SAP y encontraron que se seguía haciendo lo mismo, aunque con tecnologías más poderosas.

"Antes modelábamos el negocio en base a cubos en grandes MainFrame y hoy lo hacen en Internet, pero descubrimos que la mayoría de los proveedores están con una aproximación que consiste en la derivada técnica del proyecto, es decir, lo que quieren resolver es capturar información distinta a nivel operacional, modelarla y mostrarla, un enfoque muy técnico y válido pero muy comoditizado y lejano de las expectativas finales de los usuarios del negocio".

A juicio de Penna eso no es lo que desea su compañía, porque "esos proyectos, que son los mismos que hicimos tiempo atrás, tienen un alto riesgo: todos parten funcionando y pocos perduran, porque si no se es una organización que se guía por el análisis de la toma de decisiones, estos sistemas dependen, en su manteni-

miento en el tiempo, de si el sponsor o el gerente sigue utilizándolo o no. Si esa persona se cambia de trabajo, el sistema cae en el desuso, a menos que su reemplazante tenga la misma visión respecto la potencialidad del análisis de información; porque cuando uno toma una decisión, la adopta en base a la experiencia o al dato, pero la decisión no va a esperar. Si tengo que hacerlo respecto de un cambio de precio o frente a una negociación con un retailer, si no me alcanzaron a armar el dato, me voy a ir a la reunión igual. Claramente esto no sucede con un ERP donde al ser la contabilidad el repositorio final de las transacciones de los procesos operacionales y, a su vez, la fuente emisora de los reportes financieros y tributarios existentes externos como el sistema financiero y el SII que te exigen tenerla al día, eso genera "disciplina obligatoria" lo que no sucede con un sistema de B. I. a menos que la compañía realmente tenga como parte de su cultura el análisis de la información como competencia empresarial".

Para Mekano, hacer proyectos que sólo aborden el aspecto técni-

co no constituye ninguna garantía de perdurabilidad en el tiempo y en función de eso la organización comenzó a definir dos estrategias que durante 2010 fueron consolidándose.

Una de ella es que para Mekano los proyectos de B. I. no consisten sólo en la implantación de tecnología, sino en cómo acompañar el cliente mediante la obtención de mejor información de mercado que ayude a adoptar decisiones, para lo cual el proveedor debe tener gran conocimiento del negocio.

### LA OFERTA DE MEKANO

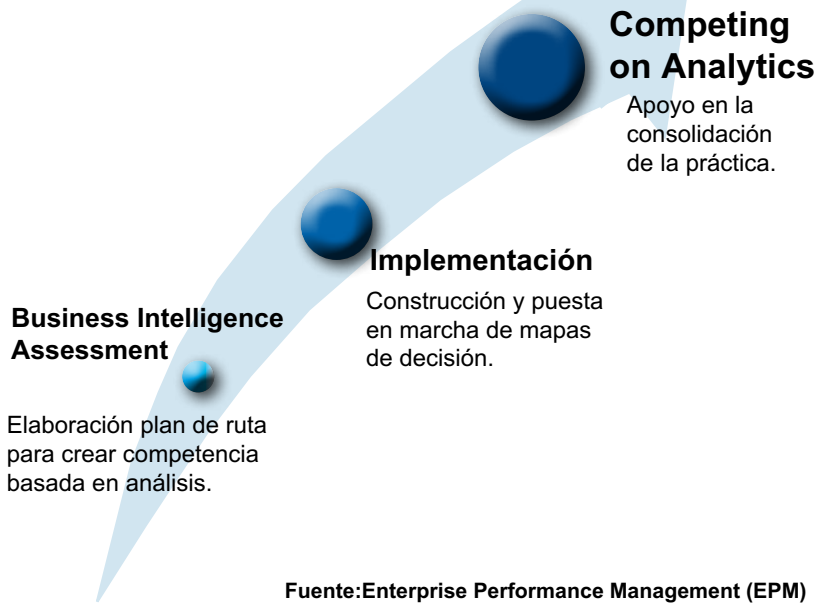
"La segunda estrategia tiene que ver precisamente con eso, con conocer la industria del cliente, de lo contrario es imposible saber cómo apoyar una mejor toma de decisiones con apoyo de la tecnología. Hoy no sólo ayudamos a lanzar el proyecto técnico, sino que ofrecemos capacitaciones y apoyo en el uso. Si estamos, por ejemplo, en una empresa de retail y vamos a hacer un proyecto de ventas y análisis sobre márgenes, lo acompañamos en las capacitaciones de los jefes de locales, hacemos un buen análisis de cómo va la venta, se comparan con períodos anteriores, se observan los mix, las decisiones de reposición. Una vez que se hace eso, esperamos que el mercado reaccione, algo que capturan los sistemas a nivel de ERP o los POS (Point of Sales), que los registra, los transforma en una factura y nosotros lo volvemos a procesar dentro del B. I. Así mostramos la nueva foto y cerramos el circuito. Es como enseñarles a andar en bicicleta, pero con ruedas pequeñas a los costados para evitar golpes o desestabilizaciones. Si te llegas a caer sabrás el motivo. Siendo académicamente correcto, es mejora continua basada en análisis de información".

Esto es algo que no existe en el mercado actual, señala Penna, y

Para Mekano, hacer proyectos que sólo aborden el aspecto técnico no constituye ninguna garantía de perdurabilidad en el tiempo.



## Propuesta de Valor Mekano



esa es, precisamente, parte de la oferta que se encuentra realizando para diferenciarse. "La idea no es quedarse en el proyecto técnico, porque todos lo hacen, la idea es darle inteligencia a la tecnología".

### ENFOQUE EN INDUSTRIAS

Este tipo de programa requiere de un calce entre conocimiento del negocio y tecnología mayor que otras soluciones de software para agregar valor a las empresas. Por esto es que Mekano se ha concentrado en desarrollar conocimiento y habilidades en industrias específicas.

Según Maximiliano Penna: "Comenzamos la práctica de B. I. con empresas de consumo masivo, donde trabajamos temas recurrentes como Sell In Sell Out, Nivel de Servicio Logístico (Fill Rate), Variance Analysis, Reporte de Ventas Diarias (RVD) y P&L Cliente-Producto, entre otros. Entre los clientes de la industria podemos destacar a Carozzi, Torre, ICB y Laboratorios Chile. Otra industria en la que tenemos vasta experiencia es retail, donde trabajamos módulos de gestión como Ventas e Inventarios, Segmentación de Cartera de clientes y Planning entre otros. Algunos clientes de la industria son Dijon,

Kayser, Johnson's y Saga Falabella. Finalmente desarrollamos la práctica con empresas constructoras, resolviendo problemáticas de gestión de obra (costos, rendimientos y grado de avance), siniestralidad, control de calidad y estados financieros. En esa industria hemos colaborado con Echeverría Izquierdo, entre otros".

En la actualidad, Mekano tiene una oferta integral de servicios en inteligencia de negocios, la cual considera una etapa previa a la implementación de B. I., los proyectos propiamente tales y una etapa posterior que apoya la adopción de esta tecnología por parte de la empresa.

Cuando una organización decide incorporar inteligencia de negocios para apoyar la toma de decisiones, es necesario elaborar un plan de proyecto que dé consistencia a sus esfuerzos en el tiempo. En este contexto Mekano ofrece su servicio de Business Intelligence Assessment (BIA), que apoya al cliente en determinar su hoja de ruta de cómo abordar una estrategia de inteligencia de negocio a lo largo del tiempo.

La fórmula plantea las fases de implementación y qué procesos decisionales serán apoyados. La idea es lograr el mayor impacto en

el negocio, por lo cual se favorecen aquellas iniciativas que tengan una relación costo-beneficio mejor.

En la etapa de implementación, el equipo consultor de Mekano desarrolla los proyectos con un enfoque de negocio y técnico, combinando las habilidades de consultores funcionales de alta experiencia en industria con consultores técnicos que dominan las herramientas de B. I.

Finalmente y una vez que las herramientas de inteligencia de negocios están funcionando, se requiere facilitar la adopción y el uso de las mismas. Con el servicio de "Competing On Analytics" (COA) se realizan trabajos conjuntos entre consultores de negocio y los usuarios funcionales del cliente, enfocándose en el diseño, medición, análisis, mejora y control de procesos decisionales reales (DMAIC).

Conjuntamente con la práctica de Inteligencia de Negocios, Mekano desarrolló servicios en tecnologías de EPM que resuelven problemáticas específicas de las empresas como:

**1. Strategy Management**, que permite integrar la estrategia desde un balance scorecard gerencial hasta las metas individuales de la organización y sus miembros.

**2. Planning, Budgeting and Forecasting** con la que se puede soportar todos los procesos de planificación de la organización, desde la formulación presupuestaria al control.

**3. Profitability and Cost Management**, herramienta de ABC Costing (Activity Based Costing).

**4. Consolidation**, que es precisamente la consolidación de los estados financieros entre múltiples empresas.

**5. Spend and Supply Chain**, que es la administración y el manejo de la cadena de suministros. ■

CARLOS ZEPPELIN, PROPIETARIO DE LA CONSTRUCTORA PEHUENCHE

# “LA IMPLANTACIÓN DE SIGIC FUE UNA GRAN EXPERIENCIA, POR LA DEDICACIÓN DE MEKANO”

LENTAMENTE LA CONSTRUCCIÓN COMIENZA A TECNOLOGIZARSE. AHORA PEHUENCHE, UNA DE LAS CINCO EMPRESAS EN EL RUBRO DE LA VIALIDAD URBANA EN LA REGIÓN METROPOLITANA INSTALÓ EL PROGRAMA CREADO POR MEKANO LLAMADO SIGIC CON EXCELENTES RESULTADOS.

## RESUMEN

Pehuenche es la quinta constructora especialista en vialidad urbana en la Región Metropolitana, responsable por obras como el Paseo Ahumada, de Isidora Goyenechea y, entre otros, El Bosque. Sus socios y propietarios decidieron iniciar un proceso de tecnologización mediante la implantación, por parte de Mekano, del software SIGIC, Sistema Integrado de Gestión para la Industria de la Ingeniería y la Construcción. Los resultados hasta aquí fueron óptimos.

La implantación del software para la construcción de Mekano, SIGIC (Sistema Integrado de Gestión para Ingeniería y Construcción) en Pehuenche, fue un hito muy importante para la constructora.

Y no sólo porque, a partir de su salida en vivo recientemente, logrará ordenar los procesos, aumentar la productividad y,

como dice uno de sus propietarios, y Gerente General Carlos Zeppelin, “cambiar el foco de los datos, desde contabilidad a obras”, sino también por la relación personalizada y dedicada que estableció Mekano con el personal de Pehuenche.

“Eso es algo que me gustó muchísimo”, agrega Zeppelin. “Nos sentimos acompañados durante todo el proceso por la gente de Mekano que fue una más dentro de nuestro equipo de trabajo; nos sentimos muy bien, porque además todos los cambios que se introdujeron fueron graduales y Mekano nos daba justo a tiempo las herramientas que requeríamos, además de completar, en el período acordado, el trabajo”.

Lo que más necesitaba la constructora era transformar el foco de los datos, que provenían de contabilidad, porque el personal de obras no tenía participación y solicitaba los respaldos respectivos. “Teníamos la necesidad de integrar los sistemas, para lo cual nos reunimos con varias empresas del sector y nos recomendaron mucho el programa SIGIC de Mekano. Esas recomendaciones fueron clave, porque hemos visto fracasar varias instalaciones de sistemas de gestión por falta de



Carlos Zeppelin, Propietario y Gerente General de la Constructora Pehuenche.



Paseo y proyecto de mobiliario urbano de Constructora Pehuenche.

dirección y de compromiso”.

Previamente a la llegada de Mekano, Pehuenche había realizado su tarea; había logrado cambiar la cultura de la empresa, de modo que cuando llegó el momento de la implantación se evitaron desviaciones gracias al incentivo de la gente por el uso de la información y al liderazgo de la gerencia.

### PEHUENCHE, LA QUINTA CONSTRUCTORA

Carlos Zeppelin sabe que todavía tiene que observar el detalle de cómo comienza a impactar esta implantación en la compañía, pero desde ya indica que “se nota una mayor preocupación por los flujos, por la compra oportuna, ni antes ni después, una inquietud por el sobrestock. Esto indica que vamos caminando hacia una gestión más eficiente, que permitirá

adoptar decisiones relevantes antes de que ocurran los problemas y no ex-post cuando ya no haya nada que hacer”.

Y esto es muy importante para Pehuenche, porque es la quinta empresa en construcción de vialidad urbana en la Región Metropolitana, con una facturación anual de 36 millones de dólares facturación anual.

La implantación de SIGIC era el camino natural después de una gestión exitosa de negocios que llevó en pocos años a Pehuenche de ser una empresa pequeña a una mediana. No en vano, entre sus obras más conocidas figuran el paseo Apoquindo, el paseo Isidora Goyenechea, el paseo Ahumada; el paso bajo nivel Apoquindo-Manquehue y, entre otras, Grecia-Américo Vespucio Oriente. Allí realizaron la infraestructura, el

cableado, los pavimentos, las aceras y la colocación de mobiliarios urbanos.

Pero la tarea de Pehuenche no se restringe a Santiago, aunque aquí es donde es más grande. También atiende al SERVIU, porque ganaron obras en las regiones de O’Higgins, Maule y Los Lagos. Al mismo tiempo comenzaron a otorgar servicios al Ministerio de Obras Públicas, organización con la que firmaron recientemente tres contratos en la Región del Maule. También se abrieron a la vialidad interurbana y a las obras civiles, fundamentalmente a puentes.

Y como si todo lo anterior fuera poco, este enorme desarrollo, lo complementan con la fábrica de baldosas, revestimientos especiales y mobiliario urbano, Atrio, la segunda más grande del país, después de Budnik. ■

**Kayser**, con el apoyo de Mekano, se inició la implementación de la herramienta de Inteligencia de Negocios SAP Business Objects. La empresa, prestigiosa importadora y comercializadora de lencería, corsetería y ropa interior requiere apoyar sus procesos de toma de decisiones comerciales con indicadores y modelos de gestión de Ventas e Inventarios.



**Constructora SIGRO** comenzó el proceso de implantación de Microsoft Dynamics SL con la solución vertical para la industria de la construcción SIGIC, que le permitirá a los socios y gerentes de SIGRO liberar tiempo que actualmente utilizan en tareas que no agregan valor y así posibilitar el crecimiento de la empresa. Otros objetivos que también se persiguen son la estandarización de los procesos administrativos en obra, la automatización del proceso de compras y mejorar la información al interior de la empresa. Este proyecto es parte de un servicio a cinco años que le presta Mekano a Sigro.



### Dijon - Uniropa

Dijon - Uniropa cerró acuerdo para actualizar y soportar su sistema financiero/contable JDEdwards. Con el objeto de optimizar sus procesos en el área financiero -contable, integrado a su plataforma operacional, Uniropa contrató a Mekano un proyecto de implementación de mejoras funcionales sobre JDEdwards, en conjunto con un proyecto de upgrade tecnológico de su plataforma de servidores. Este proyecto com-

plementa además un soporte operacional a través de la Mesa de Ayuda Mekano que tiene como objetivo brindar a los usuarios de JDEdwards respuestas oportunas que simplifiquen su quehacer diario.



## PUESTA EN MARCHA

### Manpower en Vivo con Dynamics GP 10.0

Durante el mes de octubre, el grupo de empresas Manpower tuvo una exitosa puesta en marcha de su nuevo sistema financiero y contable Microsoft Dynamics GP, implementado por Mekano. El proyecto, que se mantuvo dentro de plazo y costo presupuestado, con-

templó las áreas de contabilidad, finanzas y adquisiciones. Actualmente se está trabajando en la fase dos, que replica la contabilidad en otras compañías del grupo y agrega importante funcionalidad de facturación y varias integraciones.



### Dynamics AX

Mekano consolida la práctica de consultoría en implementación del ERP.

Dynamics AX, desarrollando así su competencia en un quinto ERP. Para ello se certificaron consultores en dicho software e incorporado nuevo personal con vasta experiencia en AX proveniente del extranjero, con el fin de acelerar la introducción de esta solución con gente de primer nivel. De esta forma la



práctica de consultoría en Dynamics AX, sumado a 20 años de experiencia en consultoría de procesos en diversas industrias, garantizan la puesta en marcha de este ERP.

# MÁS DE 300.000 EMPRESAS DECIDIERON USAR ERP Y CRM DE MICROSOFT PORQUE SU GENTE LOS ENTIENDE.

**SI SU GENTE CONOCE OFFICE, YA SABE USAR MICROSOFT DYNAMICS.**

El 48% de los empleados no utilizan sus sistemas de gestión\* porque son difíciles de entender. Esto provoca una baja de productividad en todas las áreas de la organización desde operaciones hasta ventas. Por eso, desarrollamos Microsoft Dynamics ERP y CRM que funcionan como el software de Microsoft que su gente usa todos los días.



Compruebe las ventajas competitivas de Microsoft Dynamics.  
Llámenos al +56 (2) 372 4400 o ingrese a [www.mekano.com](http://www.mekano.com)

\*GMI Research, "The Enterprise Resource Planning Spending Report 2006-2007", por Bob Torda, Jim Sheppard y Wendy Dunn.

# “ESTE MES LAS VENTAS SE INCREMENTARON UN VEINTITANTOS POR CIENTO”.

En su negocio, contar con información precisa más que un deber es un deber que usted tiene.

Con SAP puede contar con una visión más precisa y en tiempo real de su gestión, lo cual le permitirá tomar mejores decisiones sobre el rumbo de su negocio.

**¡CONTÁCTENOS! ¡Ojalá podamos ser la información que usted necesita para crecer!** [www.sap.com/latam](http://www.sap.com/latam)

Argentina  
Chile  
Colombia  
Ecuador  
Perú

BRASIL 55 11 3000  
0800 47 613 00  
| BRASIL 0800 2  
1000 800 1000  
| BRASIL 0800 8700

Paraguay  
Puerto Rico  
República Dominicana  
Uruguay  
Venezuela

0800 87000  
1 800 8 0100  
1 800 337 0800  
0800 8700  
0800 700 4000

