

GERENCIA

Tecnologías y estrategias para la transformación digital

FRANQUEO CONVENIDO RES. EXTA. N° 519 FECHA: 18-8-93 AGENCIA: STGO. 1 / Av. Sucre 2235 Ñuñoa Santiago Chile
Código Postal 7770202 - Fono: 224335500 E-mail: prensa@emb.cl



Claudia Herrera, Gerente División Marketing y Banca Digital de Banco de Chile:

“Queremos que los clientes experimenten esta nueva forma de hacer banca”



Especial
**Transformación
Digital en la Banca**



Hacia el
**management
post Covid-19**

TRANSFORMACIÓN DIGITAL ACELERADA

METODOLOGÍA FINLANDESA PROBADA EN CHILE

HELSINKI | SANTIAGO | DUBAI | VIETNAM

SISUA_DIGITAL

Software Robots from Finland

www.sisuadigital.com

Expertos en Automatización de Procesos

Soluciones RPA para:

- Bajar costos operacionales
- Aumentar la calidad de servicio
- Mejorar el rendimiento del equipo

**¡Reserve una consulta gratuita
en nuestro sitio web!**

La transformación de la banca

La banca es uno de los sectores que ha ido experimentando una importante transformación digital, un proceso acelerado en el último tiempo por la pandemia y que plantea distintos desafíos en la incorporación de nuevas tecnologías y formas de hacer negocios.

En esta edición, abordamos la Transformación Digital de la Banca, a través de la mirada de Claudia Herrera, Gerente División Marketing y Banca Digital de Banco de Chile, acerca de la visión de esta entidad financiera en su proceso transformacional y su foco en el cliente, el cambio cultural y la inclusión financiera. Además, analizamos qué hacer para avanzar en el involucramiento y conocimiento de los directorios en materia de tecnología; el desarrollo y retos que hoy enfrenta el ecosistema Fintech; y distintas formas en las cuales los bancos pueden utilizar la crisis actual como un catalizador para la transformación.

En este número también incorporamos las columnas de Rodolfo Torres-Rabello, Líder de Excelencia Operacional e Innovación en CEMIN Holding Minero y Profesor de Gestión de Operaciones en la Universidad Alberto Hurtado, y Pilar Ugarte, Docente del Diplomado en Gestión de las Compensaciones y Desempeño de Unegocios FEN Universidad de Chile, quienes abordan áreas conocidas de la gestión de los negocios y sus RRHH, respectivamente, pero desde el punto de vista de los retos que implica el escenario actual de pandemia. En este contexto, comparten una reflexión acerca del management y cómo será la fisonomía de las nuevas formas de hacer negocios en el futuro, y algunos consejos respecto a cómo medir el desempeño de los colaboradores en tiempos de teletrabajo. [G](#)

..... El Equipo Editorial

Avisadores

5		33		37	
23		41		39	
19		11		T1 - 9	
7		3		19	
				13	

Director General
José Kaffman
jkaffman@emb.cl

Directora de Arte
María Paz Barba
paz@emb.cl

Directora Editorial
Marcela Contreras
mcontreras@emb.cl

Subeditor
Marcelo Ortiz
mortiz@emb.cl

Periodista Responsable
Carol Oliva
coliva@emb.cl

Diseño
Juan Carlos Cuevas

Gerente de Producto
Gonzalo Arancibia
garanci@emb.cl

Publicación de Editora Microbyte Ltda.
Av. Sucre 2235, Ñuñoa, Código Postal 777020 /
Tel: 22433 5500
prensa@emb.cl



LA INFORMACIÓN ES EL ELEMENTO VITAL DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL, fluye entre procesos internos y ecosistemas externos a la velocidad **del negocio**

MFT@Cloud la solución de interconexión de archivos entre una empresa, proveedores y clientes que garantiza rapidez, simpleza y seguridad. Servicio en la nube, con el respaldo de la tecnología IBM y RedHat y la experiencia de más de 20 años de Mainsoft en grandes clientes en Chile y Latam.

CASOS DE USO:



Intercambio de Archivos Filiales



Intercambio de Archivos con proveedores



Medios de Pagos



Cobranzas



Impresores



Intercambio de información para Compañías de Seguro



Transferencia Cámara de Comercio



Transferencia Notaría



Envío de Información reguladores

MFT@Cloud simplifica la operación al ser un servicio de suscripción anual en formato SaaS en la Nube, basado en packs de componentes predefinidos que se habilitan en forma express.

MFT@Cloud dentro de los principales canales para conectar a sus Business Partners destacamos :

Connect:Direct

Conexión con máxima seguridad, automatización y visibilidad punto a punto.

FTPS / SFTP

Conexión segura pero solo con automatización y visibilidad una vez que llegue a Mailboxing de MFT@Cloud.

Portal MFT@Cloud

Acceso vía Browser Web con la posibilidad de subir y bajar archivos, ver estado de sus transferencias y reportes.



Ofrecemos nuestra experiencia en la Gestión y Ejecución de Soluciones TI, mediante Consultorías, Servicios y Herramientas, que apoyan los procesos de Negocios de las empresas.

ESPECIAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA BANCA



15

**Claudia Herrera,
Banco de Chile:**
“Queremos que
nuestros clientes
experimenten esta
nueva forma de
hacer banca”

- 18 SONDA & Dell Technologies:**
Acompañando la evolución del sector financiero en la Región
- 20** Directorios, banca y tecnología
- 22 CyC:** Una suite transaccional integral con xCash
- 24 Fintech:** “Surfeando la ola” del Covid, a la espera de alianzas con la industria financiera
- 25 Ricardo León, Fundación País Digital:**
“Open Banking representa una importante oportunidad de crecimiento para Chile y para crear un país más inclusivo”
- 28** Transformación en la banca

30 Hacia el management post pandemia

Empresas

10 Aligare: Automatizando la gestión de operaciones de negocio

Contenido de Marca

11 Histomed: Aportando valor en la mejora continua del sistema clínica SINETSUR

Eventos

14 Health Tech Latam 2021: Nuevas tecnologías enfocadas a mejorar la industria de la salud

Columnas & Artículos

- 12 Entelgy:** Automatización - “Salvavidas” de las empresas para salir de la crisis del Covid
- 34** Tecnología v/s evaluación de desempeño
- 36** Escasez de profesionales TI en Chile

5 Actualidad

38 Novedades

Redvoiss apoya las comunicaciones en época de teletrabajo

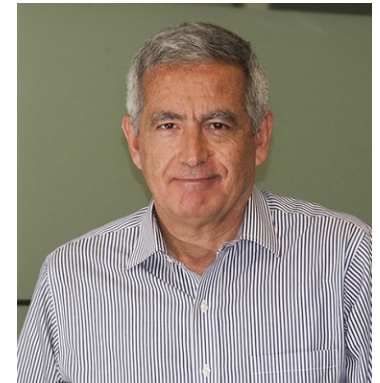
¿Sabías que en el mundo 3.300 millones de empleados fueron afectados por la pandemia? Este año muchas empresas ya establecieron un plan de trabajo remoto permanente y se espera que el teletrabajo aumente año tras año, estimándose que el 42,5% de la fuerza laboral en todo el mundo trabajará fuera de la oficina en 2022.

¿Cómo mantenerse comunicado con partners, proveedores y clientes en este nuevo contexto? Redvoiss permite que todas las comunicaciones vía telefónica, desde y hacia la red pública, se atiendan manteniendo la numeración fija que tenía la empresa. De esta manera, las llamadas que normalmente llegaban a las oficinas ahora las reciben los miembros de la compañía en sus propias casas o donde se encuentren, ya sea en sus PCs o en sus smartphones. De esta forma es posible separar el número de la empresa del número personal de los celulares.

“Asimismo, Redvoiss también permite virtualizar la central telefónica de la organización la nube, a través de Internet o en la nube privada de sus clientes. Esto brinda la posibilidad de otorgar a los usuarios remotos las mismas facilidades que tenían en sus escritorios de trabajo, ahora en sus oficinas en casa. Por ejemplo, pueden transferir llamadas, grabarlas, tener sus casillas de mensajes, etc.”, explicó Alberto Mordoiovich, Gerente General de Redvoiss.


Complementando el valor de esta tecnología, la compañía cuenta entre sus fortalezas con 22 años de experiencia en el mercado. Además, tiene licencia de telefonía fija e IP, por tanto sus soluciones permiten resolver las necesidades de comunicaciones internas y externas de las empresas, todo ello en un ambiente virtualizado. “Además, somos capaces de portar la numeración, instalar una PBX en la nube y sus anexos virtuales (VEX - VirtualExtension) sin siquiera visitar las instalaciones del cliente. Todo esto se logra en un tiempo mínimo, el que incluso puede llegar a un par de días”, agregó el profesional.

Mayor información en www.redvoiss.net



Alberto Mordoiovich, Gerente General de Redvoiss.



 Ven a conocer el **Nuevo Proyecto Riesco & Campos** en ciudad empresarial. Bodegas con la mejor ubicación, conexión a Vespucio Norte y rápido acceso a la zona Oriente de la capital.

MEJORA LA ÚLTIMA MILLA DE TU NEGOCIO

Tiempo de traslado aproximado:

- Santiago Centro a 21min.
- Providencia a 18 min
- Las Condes a 15 min
- La Dehesa a 28 min

Principales Características



Acceso controlado



Seguridad 24/7
c circuito cctv



Conectividad
estratégica



Ajustabilidad



Estacionamientos



Áreas Verdes

+569 3867 4805 / k.riesco@avanzapark.cl





[@avanzapark /Avanzapark.cl](https://www.avanzapark.cl)

Sisua Digital realiza primer capítulo de serie de webinar “Automatizar o Morir”

El pasado jueves 25 de marzo, Sisua Digital realizó el primer capítulo de su serie de webinar “Automatizar o Morir. Crónica de una Transformación Anunciada”, orientada a capacitar de manera didáctica y entregar una visión en torno a distintos temas de transformación digital. “Exploramos varios tópicos relacionados con la automatización inteligente de procesos y cómo esto ayuda a las empresas a ser más eficientes, productivas y bajar costos, además de simultáneamente aumentar distintos indicadores de bienestar, tanto dentro de la organización como fuera de ella. Si bien los beneficios de la automatización son transversales en todas las compañías, estamos buscando que los stakeholders sean quienes asistan a estas charlas periódicas”, explicó Alan Berstein, CEO de Sisua Digital Latam.

En este primer capítulo, llamado ¿Planillas o Análisis?, “profundizamos en cómo hace ya bastante tiempo los analistas se han convertido en ‘planilleros’, al usar herramientas y tecnologías que deberían dejar o reemplazar, ya que no les permiten avanzar a la velocidad requerida interna y externamente”, explicó Ronald Bendov, Business Development Manager de Sisua Digital. “Repasamos también varias preguntas en relación al proceso interno de empresas de generar planillas, el tiempo que demoran en hacerlas, y el tiempo que no se cuenta en analizar la información que deberían entregar. Si bien son procesos tediosos, son sumamente necesarios, por lo que visualizamos cuándo conviene ‘planillar’ y cuando conviene automatizar”, explicó el ejecutivo, agregando que la idea también fue ahondar en cómo RPA (Robotic Process Automation) puede liberar recursos para generar mayor valor agregado.

Después de casi una década de realizar automatizaciones inteligentes para distintas empresas en el mundo, en Sisua se ha desarrollado una metodología de trabajo que permite tener desarrollos ágiles, implementaciones efectivas y clientes contentos, al poder liberar horas en sus organizaciones para que puedan realizar aquellas labores de mayor valor agregado para las que antes no les alcanzaba el tiempo, como también usar más información proporcionada por los robots para explorar nuevas estrategias de crecimiento y consolidación de mercado. “RPA es una herramienta para poder llevar a cabo una automatización inteligente de procesos dentro de las organizaciones. Robots puede haber muchos, pero lo importante es escoger el que entregue la mayor seguridad, robustez y eficiencia posible. Para esto, y más importante que la tecnología (el robot), es quién lo diseña y cómo se implementa. No hay nada peor que automatizar un proceso mal diseñado. De hecho, esto llevará precisamente a lo contrario que queremos transmitir en nuestras charlas, será automatizar y morir”, destacó el ejecutivo.

Puedes ver la grabación del primer capítulo en <https://sisuadigital.com/es/webinar-planillas-o-analisis/>



Red Hat y Amazon anuncian la disponibilidad general de Red Hat OpenShift Service en AWS

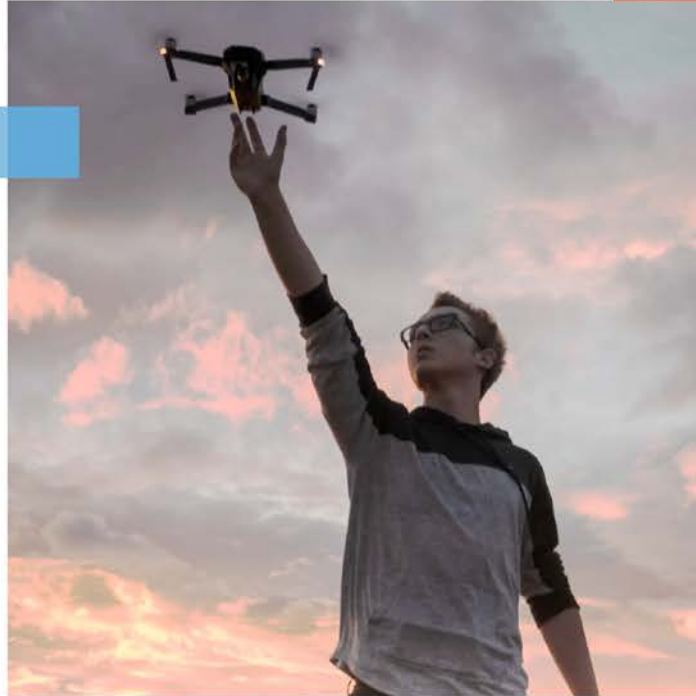
Amazon Web Services y Red Hat anunciaron la disponibilidad de Red Hat OpenShift Service en AWS (ROSA), un nuevo servicio gestionado disponible a través de la Consola de AWS, que facilita que los clientes de Red Hat OpenShift creen, escalen y gestionen aplicaciones en contenedores en AWS.

A través de este servicio, los clientes pueden crear un clúster de Kubernetes de manera más simplificada usando la consola, las funciones y las herramientas conocidas de Red Hat OpenShift, sin la carga de tener que escalar y gestionar la infraestructura subyacente de forma manual.

Esto agiliza la migración de cargas de trabajo de Red Hat OpenShift local a AWS y ofrece una integración más estrecha con otros servicios de AWS. También permite que los clientes accedan a la licencia, la facturación y el soporte de Red Hat OpenShift directamente a través de AWS, brindándoles la simplicidad de contar con un único proveedor. No requiere de inversiones iniciales y los clientes pagan en función de los clústeres de contenedores y nodos que usan.

Los contenedores han resultado ser muy populares entre los clientes de AWS y Red Hat, porque aumentan la velocidad de desarrollo y mejoran la portabilidad de las aplicaciones. En la actualidad, AWS ofrece una amplia gama de tecnologías de contenedores en la nube, que incluyen Amazon Elastic Containers Service (ECS) –para aquellos clientes que deseen una integración más profunda con AWS Services– y Amazon Elastic Kubernetes Service (EKS) –para aquellos clientes que priorizan la utilización de Kubernetes–. Los clientes de AWS que valoran una experiencia de contenedores 100% sin servidor también pueden usar AWS Fargate. Mayor información en www.aws.amazon.com/rosa

Entelgy



Transforming the change

Entelgy Digital

Responde al cambio y es un **acelerador** de la **transformación** para aquellos clientes que necesitan seguir siendo **competitivos** en un mundo tan cambiante.



Chile

Argentina | Brasil | Colombia | España | México | Perú | USA

www.entelgy.cl

Axesor360: Inteligencia Artificial aplicada a la gestión de riesgo crediticio

Luego de años en el sector financiero, Axesor desarrolló un modelo predictivo para lo cual introdujo la Inteligencia Artificial (IA) y el Machine Learning para trabajar con empresas del sector productivo. La propuesta de Axesor es una solución que permite acceder a los comportamientos y crear un sistema adecuado para cada cliente, diferenciándolo de todo lo que existe en el mercado. El objetivo fue que, con la implementación de soluciones de IA, la tecnología pudiera contribuir a la optimización del negocio.

Así como Netflix te puede recomendar el tipo de contenido que te gusta, o Amazon los productos que te interesa comprar, Axesor hace algo similar, de manera predictiva, para manejar de forma eficiente el riesgo que existe, en el sector crediticio.

Y en el contexto económico de Chile y el mundo, que hoy es bastante complejo, el tema crediticio es fundamental para mantener una relación comercial en el tiempo. Hoy, la propuesta del mercado es más innovadora y permite hacer mucho más eficiente y controlada la gestión de pago. Eso posibilita ser predictivo y disminuir la incertidumbre. Sobre todo, si consideramos que la información pública no es suficiente para evaluar a las empresas bajo situaciones de crisis, y que el negocio de estas es vender el producto que comercializan y que para ello, otorgan crédito a más del 90% de sus clientes; la pregunta que surge es cómo es posible gestionar eficientemente este potencial riesgo o predecir situaciones de riesgo en el proceso de pago. “Hoy es posible gracias al modelo con capacidad de autoaprendizaje y predictibilidad de riesgo de impago de Axesor, que se puede hacer individual y a la medida de cada empresa, y que permite optimizar la gestión del riesgo crediticio de sus clientes”, destacaron desde la compañía.

Axesor permite a las empresas ser proactivas, buscando anticiparse a los retrasos e impagos que conlleva la situación actual. “En estos momentos de crisis, la transformación digital está tomando un rol protagónico en los diferentes procesos internos de las firmas, donde necesariamente la crisis exige una generación de mayor eficiencia y adaptabilidad remota de sus operaciones”, agregaron. Mayor información en www.axesor.com



Corfo lanza inédita plataforma de datos públicos de I+D+i empresarial de Latinoamérica



Con el objetivo de promover la toma de decisiones estratégicas para el desarrollo de la innovación tecnológica empresarial en Chile, Corfo lanzó recientemente DataInnovación, la primera plataforma de datos públicos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) empresarial de Latinoamérica.

Quienes accedan a este nuevo sitio podrán explorar, visualizar y descargar información, de manera simple y transparente, de los más de 7.500 proyectos y 3.300 empresas apoyadas por la Gerencia de Innovación de Corfo desde el año 2010 a la fecha, tanto por la vía de subsidios de innovación como por la Ley de Incentivo Tributario a la I+D (Ley I+D). “DataInnovación es una plataforma inédita en Latinoamérica y producto de un esfuerzo importante de la Gerencia de Innovación de Corfo. Sin duda será un gran aporte para transformar estos datos en información

y luego en conocimiento, contribuyendo a una mejor toma de decisiones y diseño de políticas públicas. Asimismo, será una herramienta sumamente útil para la academia e investigadores, y les servirá para educar a las nuevas generaciones conectándolas más con la innovación, y dando cuenta de su importancia para potenciar un desarrollo más sostenible, equitativo y con más oportunidades para todos”, afirmó Pablo Terrazas, Vicepresidente Ejecutivo de Corfo.

DataInnovación es una plataforma abierta y gratuita. Los interesados podrán filtrar su búsqueda según la caracterización de las empresas apoyadas, ya sea por su tamaño, años de antigüedad, o sus sectores; y por el perfil de los proyectos según el mercado objetivo que atiende la innovación, las tendencias tecnológicas, el tipo de innovación, la alineación con sostenibilidad y economía circular, entre otros. Para acceder a la plataforma visita <https://www.datainnovacion.cl/>

HELSINKI | SANTIAGO | DUBAI | HANOI

SISUA_DIGITAL

SERVICIOS DE AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE
ADAPTADOS A SUS NECESIDADES

Soluciones de automatización de procesos para



Bajar costos operativos



Aumentar la calidad de servicio



Mejorar el rendimiento del equipo

Reserve una consulta gratuita:

www.sisuadigital.com



www.sisuadigital.com
info@sisuadigital.com
+562 206 0482

Av. La Dehesa 1822,
Lo Barnechea, Office 316
Santiago - Chile

Aligare

Automatizando la gestión de operaciones de negocio



Daniel Verdugo, Gerente General de Aligare.

En un contexto de incertidumbre en las opciones de negocio asociadas a la transformación digital, se deberían potenciar, la suite de productos y servicios de Aligare –socia de Chiletec– puede ser una herramienta clave para muchas empresas que buscan ser más eficientes en sus procesos, y a la vez entregar una experiencia poderosa a clientes cada día más exigentes.

Aligare trabaja con MTD Suite y MTD Purchase Order Process, ¿en qué consisten?

MTD Suite es el resultado de más de 16 años de experiencia de desarrollo, escuchando a nuestros clientes y sus necesidades, y es un conjunto de soluciones de negocios orientadas a la automatización de los procesos, centrados en la gestión de back-office de los clientes, especialmente retailers, telcos y empresas con soluciones que soporten la venta y atención multicanal de sus clientes. MTD Purchase Order Process, en tanto, es una solución específica para la automatiza-

ción del procesamiento de las órdenes de compra, generadas por la acción de venta de nuestros clientes a través de múltiples canales y que requieren de la orquestación automatizada de diversas tareas para que la compra sea recibida por el cliente. Esto es orquestación de firmas de última milla, contabilizaciones, acceso a los sistemas de logística, de apoyo a la venta, y desde canales de atención, para facilitar el seguimiento de la compra.

¿Cuáles son sus características?

Desde el punto de vista técnico, MTD Suite y todas sus soluciones están basadas en un motor transaccional digital de alta performance que puede crecer horizontal y verticalmente, y facilita el control y gestión de los procesos en línea, sin que esto afecte los tiempos de respuesta del sistema. Tiene módulos de configuración para definir, de forma fácil, cuál es la manera en que una transacción (el procesamiento de una orden de compra, un pago u otro tipo de operación de negocio) es resuelta u orquestada con los demás sistemas legados de la empresa, internos o externos. Sobre este motor se monta un conjunto de módulos que permiten acelerar aspectos técnicos específicos (procesamiento de archivos, e-mailing, RPA, analítica y Machine Learning) y, finalmente, módulos de soluciones de negocio específicas, como MTD Purchase Order Process, que pueden ser provistas de manera on premise, o también como servicios en la nube (SaaS). Finalmente, toda la solución posee herramientas de control (dashboard) y gestión que facilitan el análisis y monitoreo de los procesos de forma temprana y fácil.


¿Cómo potencian el negocio y optimizan los procesos?

MTD Suite busca automatizar procesos de negocio específicos que afectan de

manera directa la experiencia de los clientes de la empresa, permitiendo mejorar aspectos como información precisa y oportuna respecto al punto en que se encuentra su proceso de interacción con la compañía de una manera simple y eficiente. De igual forma, MTD cuenta con un foco en la trazabilidad de los procesos y facilidad para identificar, tempranamente, condiciones de excepción que requieren de acciones rápidas y así anticiparse a posibles problemas con la atención de un cliente.

Desde el punto de vista de la empresa, facilita el monitorear en línea (sin esperar por reportes de la operación de un día, o al día siguiente) cuáles son las estadísticas del proceso (número de órdenes por hora, pagos ingresados por canal de pago, etc.), a fin de poder tomar acciones comerciales de forma inmediata si se detectan elementos de negocio que no son los esperados (por ejemplo, una baja en el procesamiento de compras durante una mañana de un cyber). Todo esto es potenciado a través de herramientas de IA que buscan establecer predicciones en el comportamiento del sistema, que faciliten potenciar el negocio del cliente.

¿Cuál es la innovación presente en estas soluciones?

Lo principal de MTD es lograr una arquitectura técnica que permite un alto volumen de procesamiento transaccional, para problemas de negocio que corresponden a procesos de diverso tamaño y complejidad, y que, a la vez, posibilita medir en línea lo que está ocurriendo en todo el sistema. Además, está pensado para ser fácilmente parametrizable, apuntando a poder realizar ajustes de manera muy rápida: de horas a días según la complejidad. 



HistoMed
Construimos la Historia Clínica de tus Pacientes

HISTOMED: Aportando valor en la mejora continua del sistema clínico SINETSUR

Actualmente, el sistema SINETSUR es una herramienta esencial para la operación clínica de la red de establecimientos del Servicio de Salud Concepción, que abarca 5 hospitales y 11 centros de atención primaria; uno de los proyectos en que el equipo de HISTOMED aporta todas sus fortalezas como especialista en el desarrollo de informática en salud.

“Como HISTOMED, en este servicio aportamos nuestra experiencia en su mantención y mejoramiento continuo, con el objetivo de que dispongan 100% de una herramienta clínicamente eficiente y actualizada, proporcionando una historia clínica de los pacientes que se atienden en los diferentes establecimientos de la red”, explican los profesionales del equipo de desarrollo de la empresa: Alejandro Ferrada, Jefe de Proyecto; Israel Aguilera, Ingeniero de Sistemas; y Rafael Montecinos, Líder de Desarrollo.

“Creemos firmemente en que nuestra metodología, planificación y compromiso, aportan valor en la mejora continua del sistema SINETSUR, más aún en tiempos de pandemia, estableciendo hitos importantes en todas las etapas del desarrollo de nuevas funcionalidades, como lo fue el Registro Clínico Electrónico (RCE) para el área ambulatoria (APS), así como también las modificaciones y adaptaciones a los diferentes módulos”, agregan. Y es que HISTOMED no ha cesado su trabajo 24x7 porque tiene clara la importancia de mantener

operativa la informática en salud de sus clientes. Como equipo de desarrollo, este ha sido un gran desafío, ya que el sistema existente es muy robusto y presenta una alta complejidad a todo nivel, “lo que nos ha llevado a mantenernos en un aprendizaje constante y, por supuesto, a entregar un máximo de rendimiento individual y como grupo”, añaden desde HISTOMED.

Conocimientos, esfuerzo y constancia

“Actualmente, el escenario que tenemos en frente se divide en dos grandes áreas de trabajo, una de ellas es la mantención de todos los módulos de SINETSUR y la otra es el desarrollo de nuevos módulos y funcionalidades intercomunicadas con toda la estructura actual”, explica del equipo. En el área de mantención, se establecieron y estandarizaron todos los procesos para asegurar una alta calidad en la entrega de los requerimientos solicitados por el cliente, comenzando con el control de versiones basado en GitLab, complementado

con un protocolo interno establecido para su equipo, a la hora de desarrollar y entregar sus tareas, y finalizando con un riguroso proceso de QA interno.

“Para los nuevos proyectos de desarrollo, nos propusimos entregar un producto basado en las últimas tecnologías de .NET, cumpliendo con los estándares mínimos que los dispositivos digitales actuales nos van dictando, creando sistemas web completamente responsivos, siempre enfocados en la fácil accesibilidad que el área de salud requiere, y que se hacen fundamentales considerando el duro escenario en el que nos encontramos a todo nivel”, agregan desde HISTOMED.

Lo anterior, siempre contando con el aprendizaje y mejora continua de sus procesos internos, pudiendo integrarse las tecnologías ya implementadas en el Sistema SINETSUR y su adaptación a las actuales, logrando así ser complementarios y amigables para los usuarios. Esto ha llevado a HISTOMED a la constante búsqueda de nuevas herramientas, capacitación y al autoaprendizaje, para así dar una solución eficaz y robusta a los usuarios de los distintos establecimientos en que se encuentra implementado el sistema SINETSUR. “Como profesionales y empresa regional dedicada a la informática en salud, nos sentimos orgullosos en poder aportar, a través de nuestro conocimientos, esfuerzo y constancia, en mejorar y desarrollar nuevos módulos para este gran sistema SINETSUR, el cual permite facilitar las tareas a miles de usuarios de la red de salud Concepción”, concluye el equipo de desarrollo de HISTOMED.



Alejandro Ferrada, Jefe de Proyecto; Israel Aguilera, Ingeniero de Sistemas; y Rafael Montecinos, Líder de Desarrollo; todos de HISTOMED.

Mayor información en
www.histomed.cl

Automatización: “Salvavidas” de las empresas para salir de la crisis del Covid

Con la situación económica tan inestable en la que nos encontramos debido a la pandemia del Coronavirus, que llegó a nuestras vidas hace un año y que hoy nos enfrenta a una segunda ola, no decimos nada nuevo cuando aseguramos que las organizaciones tuvieron que adaptarse rápidamente a la integración de las nuevas tecnologías y a las amplias posibilidades que estas ofrecen. ¿Qué rol juega RPA?



Una de las nuevas tecnologías más efectivas incorporadas por las empresas en el último tiempo ha resultado ser la Automatización Robótica de Procesos, también conocida como RPA, por sus siglas en inglés. Se trata de un software capaz de imitar tareas repetitivas, permitiendo así que las personas puedan dedicar menos tiempo a este tipo de actividades y puedan centrarse en realizar trabajos que aporten más valor añadido a la compañía. De acuerdo con los datos de la consultora Gartner, en 2022 el 85% de las organizaciones habrá desplegado ya proyectos de robotización. Por lo que podemos decir que la implementación de este tipo de procesos no ha hecho más que comenzar. “No debemos olvidar los cambios que ha

conllevado la irrupción del Coronavirus y que, probablemente, algunos hayan llegado para quedarse. En el entorno laboral se cerró una gran cantidad de oficinas y llegó el trabajo remoto, lo que ha supuesto una modificación de su modus operandi diario”, explica Felipe Jamett, Gerente de Desarrollo Digital de Entelgy. Precisamente, la automatización de ciertos procesos ha aliviado las consecuencias de este cambio repentino en muchas organizaciones. “Al tratarse de una herramienta digital totalmente transversal, la automatización se puede implementar en todos los sectores, desde el financiero, hasta el energético o el asegurador. De hecho, estos tres son los que más han apostado por la automatización durante 2020”, detalla el ejecutivo.

Algunos ejemplos de uso

En este sentido, esta herramienta puede ayudar a las empresas a ser más eficientes y a seguir llevando a cabo su actividad laboral, a pesar de la situación en la que nos encontramos. “En una época en la que el trabajo a distancia puede hacer que los procesos rutinarios sean aún más tediosos, la automatización los ha aligerado enormemente, permitiendo a los empleados centrarse en actividades de mayor valor añadido”, agrega el ejecutivo. Es el caso de los departamentos financieros, donde la automatización es de gran ayuda en la tramitación de facturas o la revisión de cobros e impagos y en recursos humanos, y donde existen procesos repetitivos que requieren del manejo de una gran cantidad de información, como la gestión de nóminas o incluso procesos de selección, contrataciones y formación.


La capacidad de esta tecnología de analizar un gran volumen de datos mejorará además la atención al cliente, uno de los pilares fundamentales para mantener la fidelidad del público objetivo de la empresa. “De igual modo, compañías de otros sectores como el de los viajes y el comercio minorista están utilizando RPA para gestionar un volumen de trabajo sin precedentes en los centros de llamadas, ya que los clientes solicitan reembolsos por vuelos cancelados, reclamaciones de seguros y préstamos para pequeñas em-

presas, así como para gestionar procesos internos de las propias compañías, como las solicitudes de licencia por enfermedad del personal, y para garantizar que todos los empleados estén equipados y sean capaces de trabajar desde casa”, explica el ejecutivo.

Pero estos son solo algunos ejemplos de uso que pueden impulsar la producción en parte de los sectores más importantes de nuestra economía y que pueden ayudar a las empresas a mejorar sus resultados. “Sin duda alguna, y como hemos visto, la automatización puede ayudar a mejorar muchos procesos y al mismo tiempo, liberar a las plantillas de la realización de tareas automáticas que acaban siendo tediosas y que, a la larga, pueden afectar en la motivación del empleado”, comenta Felipe Jamett. A su juicio, cualesquiera que sean los cambios realizados, para estar preparados para el futuro tendrán que ser flexibles y adoptar la automatización

La automatización puede ayudar a las empresas a ser más eficientes y a seguir llevando a cabo su actividad laboral, a pesar de la situación en la que nos encontramos.

para aumentar la velocidad de los procesos con el fin de cubrir las lagunas de la demanda y la oferta. “Sin duda, la automatización puede ser el ‘salvavidas’ para recuperar el tejido empresarial con el que contábamos previo a la crisis del Coronavirus. Las empresas que tengan procesos automatizados estarán mejor preparadas para hacer frente a los efectos secundarios de la pandemia y de cualquier crisis futura”, enfatiza. “En Entelgy observamos un incremento de la demanda de estos servicios en un 20% en la segunda mitad de 2020 y durante este año nuestra previsión es que siga aumentando”, afirma el Gerente de

la División Digital. “Estamos seguros de que con las soluciones de RPA que existen en el mercado, y el conocimiento de empresas integradoras como Entelgy, todos los sectores tendrán buenas opciones para encontrar la mejor solución que sea un aporte a sus procesos operativos actuales”. 



Felipe Jamett, Gerente de Desarrollo Digital de Entelgy.

TECNOLOGÍA · DESARROLLO · SERVICIOS

Datalogic SKORPIO X5

“Nuevos niveles de fidelidad y flexibilidad para tu empresa”

- Captura de datos
- Android 10.0
- Pantalla grande
- Robusto



TDS AMERICA



Venta y Arriendo
de Equipos Nuevos y Seminuevos



Software y Desarrollo
para la gestión de Bodegas y C.D



Servicio Técnico



Infraestructura en Comunicaciones



Invent Sistema Toma Inventario SBL Solución Bodega Local SCB WMS

DATALOGIC **ZEBRA**

Extreme networks

CODETWO

222 360727

contacto@tds.cl

Dr. Manuel Barros Borgoño 264 · Providencia · Santiago

www.tds.cl



Health Tech Latam 2021

Nuevas tecnologías enfocadas a mejorar la industria de la salud



Charlas de expertos nacionales e internacionales, stands de empresas proveedoras para la salud y un espacio para reuniones B2B, fueron parte de la instancia virtual en la que interactuaron empresas de tecnología, innovación, emprendimientos y representantes de la industria de la salud de diferentes países de la Región.

Más de 1.100 participantes se conectaron este 24 y 25 de marzo al “Encuentro Internacional Health Tech Latam 2021”, el cual contó con la participación de expertos nacionales e internacionales en tecnologías de vanguardia para la salud, como telemedicina, gestión hospitalaria, imagenología diagnóstica, Inteligencia Artificial para medicina e interoperabilidad en historial clínico, avances que hoy están usando diversos países de la Región, permitiendo optimizar su operación, obtener respuestas más certeras y avanzar hacia una salud de calidad y más eficiente.

Este evento, organizado por HealthTech Group Chiletec, junto al apoyo de ProChile y CH13, sumado a la colaboración de CENS, InvestChile y ACHA Americas Continental Health Alliance, fue una instancia de alto impacto y participación internacional de actores de la industria de la salud, tecnología e innovación, que apostaron por la generación de nuevas alianzas y acuerdos de colaboración entre sus asistentes, tanto de Chile, como de Paraguay, Colombia, Perú y México.

“Este encuentro –uno de los eventos más relevantes de nuestro país en la industria de la salud–, es una iniciativa público-privada que tiene como foco princi-

pal fortalecer la reactivación económica y la generación de contactos comerciales a través del impulso de la internacionalización del sector, reforzando el trabajo realizado entre ProChile, Chiletec y CENS. La importancia de impulsar eventos como este, es la clara posibilidad de posicionar a Chile como proveedor de servicios tecnológicos confiable y de calidad, dando a conocer su experiencia, soluciones integrales y su amplia oferta exportable”, comentó Cintia Carrasco, Sub Directora Sectorial de ProChile.

Por su parte, Alejandra García, Gerenta de Innovación de CENS, indicó que “nuestro objetivo es contribuir en la mejora de la atención de salud a la comunidad, a través del fomento de la adopción de TI. En este sentido, desde el año pasado venimos trabajando en el desarrollo de una hoja de ruta colaborativa –junto a ProChile y Chiletec– para la internacionalización de startups y Pymes en salud. Es por esto que estamos muy contentos de participar en esta iniciativa, lo que demuestra el trabajo colaborativo que hemos realizado”.

“Health Tech Latam 2021 se planificó pensando en el objetivo del lanzamiento del

Portal del Ecosistema HealthTech, en una primera etapa de oferta de productos y servicios de empresas chilenas al mercado latinoamericano. Agradecemos el apoyo de todos, y los impulso a seguir trabajando en conjunto para mejorar la entrega de atención de salud de la comunidad, a través de las nuevas tecnologías”, agregó Luis Osorio, Líder del grupo Health Tech Latam y la Mesa de Salud de Chiletec.

Además de las nueve charlas de expertos que profundizaron en las nuevas tecnologías que están cambiando la industria de la salud y lo seguirán haciendo con más fuerza en época post pandemia, los asistentes pudieron disfrutar de cinco presentaciones de oportunidades comerciales Health Tech de diferentes países como Chile, México, Perú, Paraguay y Colombia; una exhibición virtual con más de 20 stands de proveedores de servicios y productos TI para la salud; además de un espacio de Digital Business Matchmaking con la posibilidad de participar en alguna de las reuniones B2B. [G](#)





Claudia Herrera, Gerente División Marketing y Banca Digital de Banco de Chile

“Queremos que nuestros clientes experimenten esta nueva forma de hacer banca”



Para asumir su proceso de transformación digital, Banco de Chile determinó como esencial definir una hoja de ruta, con un propósito claro y objetivos que le permitieran recorrer el desafiante camino hacia su meta: ser el banco referente digital del mercado chileno en 2022.

¿Cuán en serio se está tomando la banca la transformación digital, más aún hoy con la pandemia?

La transformación digital es un proceso de evolución continua para toda la industria, no solo desde el punto de vista tecnológico, que es uno de los habilitadores, sino también desde el punto de vista cultural de toda organización. Una enseñanza que nos dejó la pandemia es que este es un proceso fundamental y permanente para la industria bancaria y cualquier otra, no solamente a nivel interno, para hacer más eficientes nuestros procesos, sino sobre todo de cara a nuestros clientes, para adaptarnos a sus necesidades y cambios de hábitos. La llegada del Coronavirus generó un sinnúmero de desafíos, que exigió al máximo a la industria, donde debimos responder rápidamente a las múltiples y urgentes necesidades de nuestros clientes, implementando soluciones 100% digitales disponibles de forma remota, segura y con fácil acceso.

Asimismo, la pandemia modificó repentinamente nuestro día a día, cambiando la forma de relacionarnos e incluso la modalidad de trabajo, ya que implementamos trabajo remoto para un gran número de colaboradores, lo

que ha sido muy valorado por quienes conforman la organización, de la misma manera como implementamos trabajo presencial para seguir atendiendo las necesidades de nuestros clientes y garantizar una normal cadena de pagos, cumpliendo con estrictos protocolos internos y las medidas de las autoridades sanitarias. Para lograrlo, supimos anticiparnos, avanzando en transformación digital de forma constante durante 2019. Esto tuvo una incidencia directa en marzo de 2020, cuando comenzó la emergencia sanitaria, ya que nos permitió estar un paso más adelante y mejor preparados para enfrentar esta coyuntura.

¿Por qué es tan relevante la transformación digital de la banca?

La pandemia dejó en evidencia que aquel futuro digital que proyectábamos, lo vivimos anticipadamente. Hemos transitado de forma acelerada hacia la digitalización, donde vemos cómo las ofertas de productos financieros 100% online han proliferado bajo este contexto. En Banco de Chile nos motiva mantenernos competitivos y a la vanguardia, y para eso es muy relevante que la industria en su conjunto empuje para buscar nuevas soluciones digita-



TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA BANCA



“Estamos seguros de que uno de los desafíos que marcará este 2021 para nuestra industria seguirá siendo la transformación digital, lo que ya se ha venido notando con la altísima competencia entre productos y servicios digitales”

les y hacer realidad, en el corto plazo, proyectos que quizás estaban pensados para varios años más, lo que redundará directamente en un mejor servicio y experiencia para nuestros clientes. Hemos sabido medir la relevancia de implementar exitosamente un proceso de transformación digital con el foco puesto en los clientes, lo que se evidencia en las múltiples propuestas 100% digitales que hemos lanzado durante el último año, como la Cuenta FAN y modernización de nuestro ecosistema de aplicaciones digitales y portales web de acceso público y privado.

¿Es el camino para lograr una verdadera inclusión financiera?

En Banco de Chile entendemos la transformación digital como un vector de cambio cultural, que permite desarrollar innovadoras soluciones y propuestas digitales que posibiliten a nuestros clientes y usuarios avanzar en aspectos donde antes no podían acceder con facilidad.

En esa misma línea, para el banco la transformación digital es un puente

hacia la inclusión financiera. Una muestra de ello fue el lanzamiento, en medio de la pandemia, de la Cuenta FAN, nuestra primera cuenta vista 100% digital, una innovadora propuesta que apunta a segmentos no bancarizados -como jóvenes, emprendedores o adultos mayores-, además de ser un factor de inclusión financiera en el país, ya que, para acceder a ella, el único requisito es ser mayor de 18 años. Así, quienes sean usuarios de Cuenta FAN pueden usar todo el ecosistema de aplicaciones del banco y acceder a los múltiples beneficios y descuentos que implica ser parte de nuestra corporación.

Esto, indudablemente, representa el factor cultural que conlleva un proceso de transformación digital bien ejecutado.

Uno de los pilares que guían nuestra acción diaria es nuestro permanente compromiso con Chile, donde la inclusión financiera tiene especial relevancia, algo que se refleja en los ya más de 250 mil clientes de Cuenta FAN, una cifra que nos llena de orgullo y, a la vez, nos desafía a seguir trabajando con el mismo ímpetu y convicción.

¿Por dónde empezar este proceso de transformación? ¿Cuál es su experiencia?

Para comenzar un proceso de transformación digital en alguna institución o empresa, es necesario contar con el respaldo de las distintas áreas que componen dicha organización. Desde la plana directiva hasta los distintos colaboradores, resulta sumamente relevante guiar este proceso con un objetivo común, que sea reconocido y apoyado por todos.

Antes de iniciar, para Banco de Chile fue esencial definir una hoja de ruta, con un propósito claro y objetivos a corto, mediano y largo plazo, que nos permitiera recorrer el desafiante camino hacia nuestra meta: ser el banco referente digital del mercado chileno en 2022, dando una propuesta de valor diferenciada para nuestros clientes.

En este sentido, ¿en qué proyectos se encuentran trabajando?

Hemos impulsado diversas propuestas dirigidas a mejorar la experiencia de los usuarios. En esta línea, como mencionamos, hemos renovado nuestros portales públicos y privados; lanzamos Cuenta FAN, nuestra primera cuenta vista 100% digital; pusimos a disposición de los clientes las reprogramaciones de sus créditos -alcanzando más de 500 mil operaciones-, y los créditos Fogape Covid y Reactiva de manera remota. Adicionalmente, actualizamos y optimizamos nuestro ecosistema de aplicaciones -Mi Banco, Mi Pago y Banconexión-, acelerando y robusteciendo ampliamente nuestro proceso de transformación digital. Actualmente, manteniendo la tendencia de estos últimos años, en Banco de Chile seguimos y seguiremos estando a la vanguardia en innovación, trabajando en entregar a los clientes una propuesta de valor diferenciada, con diversas soluciones digitales que respondan a sus demandas, acompañándolos en sus proyectos de una forma ágil, flexible y eficiente con productos a su medida.



¿Qué tecnologías serán claves?

Entendemos que un aspecto clave en el proceso de transformación digital que impulsamos como institución, se basa en un desarrollo tecnológico que nos permita implementarlo de forma segura y fluida a nivel interno. Pero un paso previo a la aplicación de nuevos paradigmas digitales es contar con un equipo profesional altamente calificado y coordinado para llevar a cabo esta modernización. A partir de una metodología Ágil, hemos avanzado mediante células o equipos especializados, multidisciplinarios y autónomos, lo que permite un trabajo colaborativo, además de establecer perfiles con conocimientos específicos y con entrega de valor incremental. Lo que hicimos fue promover este conocimiento, esta cultura para la transformación digital, el perfil de personas con las habilidades que requeríamos y, a la vez, capacitamos de manera permanente a nuestros colaboradores con charlas y talleres. Una vez generado este ecosistema, integramos diversas áreas como Ciberseguridad, Riesgo Operacional, Riesgo Tecnológico y Fiscalía, entre

otras, y equipos capacitados que están a disposición de la organización y los propios colaboradores en estas ramas.

¿Qué papel juega el cliente en este proceso transformacional?

En Banco de Chile diseñamos nuestro plan de transformación digital siempre pensando en que el cliente debe estar al centro de todas nuestras acciones. No concebimos que la tecnología solo sirva para hacer más eficientes nuestras operaciones internas; lo que queremos es que nuestros clientes experimenten esta nueva forma de hacer banca y que tengan una buena experiencia con nosotros. Y también de una manera crítica, porque siempre las cosas se pueden hacer de una mejor forma y siempre hemos estado disponibles para recoger sus opiniones y experiencias. Esta priorización por el cliente es algo que viene desde hace años, y que nos ha permitido avanzar de manera significativa en nuestra misión de convertirnos en el banco referente en lo digital del mercado chileno en 2022. Por lo mismo, trabajamos constantemente para entregar una propuesta de valor

diferenciada para los clientes, con el objetivo de que ellos puedan tener una experiencia cada vez mejor, a través de productos que sean cómodos, seguros, simples y útiles, y que les permitan desarrollar sus actividades cotidianas en nuestro banco.

Las demandas de los clientes son cada vez más exigentes, lo que supone un arduo e intenso desafío, en el que trabajamos diariamente para entregarles soluciones digitales que responden a sus necesidades.

¿Cómo se proyecta Banco de Chile de cara a los próximos años?

Contamos con una hoja de ruta con relación a nuestro proceso de transformación digital que tiene un objetivo claro: ser el banco referente digital en la industria nacional en 2022. Para esto, hemos ido desarrollando múltiples productos y soluciones para nuestros clientes durante el último tiempo. Entre ellos, es necesario destacar el lanzamiento de Cuenta FAN y nuestra nueva billetera digital Mi Pago, dos productos 100% digitales. A esto hay que sumar la serie de otros hitos ya mencionados.

Estamos seguros de que uno de los desafíos que marcará este 2021 para nuestra industria seguirá siendo la transformación digital, lo que ya se ha venido notando con la altísima competencia entre productos y servicios digitales. A través de nuestro permanente compromiso con Chile y el desarrollo de las personas, seguiremos impulsando el tránsito hacia lo digital, manteniendo los más altos estándares de calidad y seguridad que hemos demostrado en estos años que permitirá que sigamos liderando la industria en este ámbito.

Además, en nuestros planes anuales de inversión, todos los proyectos tienen un componente relevante de transformación digital y ciberseguridad, los que van estrechamente ligados. **G**



SONDA & DELL TECHNOLOGIES Acompañando la evolución del sector financiero en la Región

¿Qué retos tiene la banca en su transformación digital hoy?

P. Fuentes: La banca venía hace tiempo transformándose, en parte porque sus clientes, personas y empresas, presionaban por nuevos y mejores servicios en sus canales no presenciales, mayores niveles de auto atención, productos más personalizados, entre otros, lo que ha generado grandes retos para las instituciones. Aquí la experiencia de usuario es clave: nadie quiere navegar por una página compleja o insegura; tiene que haber completitud en la funcionalidad, no sirve automatizar una parte en la web, pero que igualmente se necesite ir a la sucursal para completar un proceso. Y todo eso tiene que estar en un ambiente ciberseguro, hoy más exigido por el alto volumen de usuarios consumiendo servicios financieros desde los canales remotos.

¿Qué visión aporta SONDA?

P. Fuentes: La pandemia aceleró la transformación digital. Las empresas financieras siguieron teniendo demanda de servicios, las transacciones en línea se masificaron y los medios de pago cobraron un rol más relevante. En SONDA contamos con una serie de productos y servicios, pudiendo diseñar soluciones para los distintos negocios que una institución financiera quiera implementar, tanto de software de negocio y arquitectura TI, como de modelos de servicios, buscando siempre resolver eficiente y efectivamente.

Ese es su plus...

P. Fuentes: Sí, ese es uno de nuestros principales valores agregados como integrador: entender el negocio del cliente, cuáles son sus riesgos y problemáticas, para a partir de ahí ofrecer el mix de productos y servicios que mejor se acomode a sus necesidades.



Patricio Fuentes, Director Vertical Servicios Financieros; Víctor Ladrón de Guevara, Consultor Senior de Desarrollo de Negocios Regional, División Corporativa Servicios de Plataforma; ambos de SONDA.

La alianza entre SONDA y Dell Technologies permite apoyar de forma efectiva al sector financiero en su proceso de transformación, con una propuesta basada en el conocimiento del cliente y soluciones acordes a sus necesidades.

Constantemente recibimos empresas que nos presentan sus soluciones, vamos validando y avanzando con aquellas que se adaptan mejor a las necesidades. Además, contamos con soluciones propias que se complementan con las de terceros, para así tener un amplio portafolio e implementar la mejor opción en cada caso. Este valor permea todas las capas de la solución, no solo el software, sino también los equipos de mantención evolutiva y correctiva, y la infraestructura.

V. Ladrón de Guevara: Uno de nuestros principales partners estratégicos con presencia regional es Dell Technologies, principal player de TI, en constante pro-

ceso de I+D, con soluciones en seguridad, continuidad de negocio y riesgo operacional, que es uno de los temas claves hoy en la banca. Con nuestra línea de desarrollo de software e integrando soluciones globales, en aplicativos e infraestructura, hacemos sinergia y abordamos las necesidades de los clientes tanto en Chile como en la Región.

¿Cómo SONDA y Dell Technologies apoyan esta transformación?

P. Fuentes: En SONDA contamos con una oferta especializada que va desde soluciones para banca corporativa, los grandes clientes de los bancos; banca de inversión, especialistas en la gestión de fondos y carteras; banca comercial; banca de personas, y un actualizado portafolio de banca digital. También abordamos soluciones de medios de pago, muy demandadas hoy; cash management; servicios BPO; software para AFPs, cajas de compensación y aseguradoras, entre otras. A esto se suman equipos de especialistas en tecnologías, negocios y proyectos, vitales para atender las altas demandas de nuestros clientes en la Región.

V. Ladrón de Guevara: En alianza con Dell, apuntamos a implementar soluciones híbridas, que integren lo mejor del mundo on premise y cloud; como las plataformas medias, PowerStore, que impulsan ecosistemas basados en containers y operaciones con cloud; en procesamiento y respaldo, tecnologías all-in-one, las denominadas Hiperconvergentes, VxRail de procesamiento e IDPA de respaldo, con las que simplificamos la infraestructura, e innovadores productos, que permiten instalar en los equipos aplicaciones de containers y desarrollo ágil, que es esencial hoy, con alta performance y seguridad. **G**

LA BANCA DEL FUTURO, HOY

Transforma todos tus procesos con las soluciones que **SONDA** y **Dell Technologies** tienen para la industria financiera.

- › **Soluciones worldclass**
- › **Hiperconvergencia para tus procesos de negocio**
- › **Mayor continuidad operativa**
- › **Máxima seguridad y eficiencia**

Conoce todas nuestras soluciones en

SONDA.com

DELLTechnologies
TITANIUM PARTNER

SONDA



Directorios, banca y tecnología



Según un estudio de Accenture, a medida que la banca aumenta su inversión TI, requerirá la dirección y experiencia de sus directorios. Sin embargo, solo el 10% de los directores de este segmento tiene experiencia en tecnología. ¿Qué hacer para avanzar?

Los bancos han respondido a la volatilidad actual acelerando sus inversiones en tecnología para reforzar su capacidad de resiliencia e impulsar el crecimiento. En una reciente encuesta de Accenture, un 68% de los ejecutivos del sector bancario dijo que aceleró su transformación digital por la pandemia. La tecnología también es necesaria para satisfacer la creciente necesidad de los consumidores por interactuar a través

de los canales digitales. Solo el 15% de los consumidores había hablado con un asesor bancario por videollamada antes del Covid-19, pero el 46% estaría dispuesto a hacerlo post pandemia. Además, el 49% de los clientes de la banca interactúa con su banco a través de aplicaciones móviles o sitios web al menos una vez a la semana, mientras hace dos años, solo el 33% lo hacía. De acuerdo con un nuevo estudio de Accenture, a medida que aumentan

su inversión en tecnología, los bancos necesitarán la dirección y experiencia de sus directorios. Sin embargo, solo el 10% de los directores del sector bancario tiene experiencia en tecnología, mientras en 2015, un 6% la tenía. Según el informe, al menos el 25% de los directores de los bancos debería tener experiencia en tecnología (haber tenido un rol relacionado con la tecnología, o una responsabilidad de alto nivel en una empresa tecnológica). Sin embargo, al ritmo actual de cambio, esto no ocurrirá hasta el final de esta década.

Los bancos sin experiencia tecnológica se arriesgan a cometer errores y a pasar por alto cuestiones importantes cuando desarrollan su estrategia, eva-



lúan a los proveedores y despliegan nuevos sistemas. Pueden no prestar suficiente atención a cuestiones clave como si las políticas de privacidad de datos de un proveedor de la nube son adecuadas; si las técnicas complejas de Machine Learning pueden explicarse adecuadamente a los reguladores o si se ha hecho lo suficiente para garantizar que los algoritmos de Inteligencia Artificial no se basen en datos sesgados. Además, si las inversiones en tecnología no son coordinadas por un directorio con conocimientos en TI, las unidades de negocio individuales podrían invertir en tecnologías que no son compatibles entre sí.

De acuerdo con el estudio de Accenture, estos riesgos se han intensificado recientemente y los ejecutivos de la industria financiera afirman que la tecnología disruptiva es la categoría de riesgo que más ha aumentado en importancia durante los dos últimos años.

¿Qué hacer para avanzar?

Es importante tomar en cuenta cinco acciones clave:

1. Aumentar el conocimiento de tecnología:

Los directores deben comprender las tecnologías que están cambiando el mundo, como la nube, Blockchain, Inteligencia Artificial e Internet de las cosas. En Accenture llamamos a la capacidad de los individuos para entender y explicar la tecnología, el cociente tecnológico (TQ). Si el TQ es bajo, hay que enseñarles qué hacen estas tecnologías, cómo funcionan, cómo se aplican, cómo se combinan con otras y cuáles son los riesgos potenciales. Este entrenamiento no debe ser un ejercicio puntual. Debe ser continuo para consolidar los aprendizajes.

2. Trabajo con el ecosistema: Otra forma de mejorar el TQ es recurrir a los proveedores y socios comerciales. Muchos bancos ya colaboran estrechamente e invierten significativamente



En una reciente encuesta de Accenture, un 68% de los ejecutivos del sector bancario dijo que aceleró su transformación digital por la pandemia.

en Fintech. Además, los consultores tecnológicos son especialmente útiles. Ellos pueden explicar cómo funcionan las nuevas tecnologías y sus beneficios, así como los desafíos a los que se enfrentan las empresas cuando las implementan. Además, los directorios deben escuchar una gama más amplia de voces dentro de su propia organización.

3. Poner la tecnología en la agenda:

Incluso si los directores están llenos de experiencia en tecnología, no serán capaces de influir en la estrategia tecnológica de la empresa si sus agendas de reuniones están repletas de actividades tradicionales, como la evaluación de los resultados financieros, la gestión de riesgos y la remuneración de los ejecutivos. El directorio debe tener tiempo para hablar de tecnología.

4. Impulso de la cultura: Para sacar el máximo potencial de la tecnología, los directorios necesitan entender las condiciones humanas que son necesarias para liberar su potencial. Esto significa, por ejemplo, asegurarse de que el ambiente de trabajo y la cultura

del banco sean propicios para atraer y retener a las mentes tecnológicas más brillantes. También se requiere que los directorios piensen cómo interactúan la tecnología y los seres humanos para crear experiencias que sean valoradas por los clientes.

5. Mentalidad del cambio: Los directorios necesitan explorar y centrarse en cómo la tecnología puede transformar todo el negocio, y entender que esto no es únicamente un rol del equipo de TI.

La pandemia convirtió la transformación digital en una herramienta de supervivencia y los directorios tienen un rol fundamental. El momento de avanzar es ahora. **G**



Por Nicolás Deino, Director Ejecutivo para la Industria Financiera de Accenture Chile.

CyC

Una suite transaccional integral con xCash



Iván Molina, Gerente de Innovación y Nuevos Negocios de CyC.

Ya en su quinta generación y con 20 años en el mercado, la suite xCash de CyC ha visto cómo clientes que han nacido con sus productos, hoy son grandes empresas, a las que ha apoyado en su evolución, respondiendo integralmente a sus necesidades transaccionales y de procesamiento para distintos medios de pago, con tecnología de punta y los más altos estándares de seguridad.

¿En qué consiste la suite transaccional xCash Switch de CyC?

xCash Switch tiene la capacidad de interconectar instituciones con las diversas marcas de tarjetas de crédito, débito y prepago, manejando de forma flexible el rol de cada una. Nuestro sistema opera para comercios, adquirentes y emisores de medios de pago, basado en su adaptabilidad, dando así solución al problema

de la conmutación de los mensajes que pueden estar en distintos protocolos.

Adicionalmente, disponemos de xCash Cardano, un cryptographic management system que provee todos los mecanismos necesarios para controlar y verificar la seguridad de una transacción, como la clave, el chip, CVV, etc. Todo esto, además, está integrado a distintos HSM de la industria, y lo más importante es que en su última versión, y debido a las necesidades de la digitalización, hemos incorporado una bóveda digital para una gestión segura de billeteras, lo cual brinda a los clientes una funcionalidad moderna y necesaria para las exigencias actuales del mercado y tarjetahabientes. En cuanto al procesamiento y autorización de operaciones tenemos nuestro propio autorizador, capacitado para administrar cuentas de crédito y prepago con distintos mecanismos de acceso, es decir, podemos autorizar una transacción capturada por una tarjeta, por huella o reconocimiento facial, ya que estos mecanismos de procesamiento son ante todo parametrizables e integrables con otras fuentes de verificaciones de acceso relacionadas a las cuentas de los tarjetahabientes.

Y, por último, sobre todos estos productos tenemos nuestra API Gateway, que integra y expone de forma segura todas las operaciones administrativas, financieras y de seguridad para que los clientes puedan integrar sus aplicaciones con nuestra suite.

¿A qué tipo de entidades del área financiera se orienta?


Nuestras soluciones están orientadas a instituciones que deseen emitir y procesar medios de pago de débito, prepago y crédito, como son cajas de compensación, cooperativas, bancos, retail financiero o empresas de apoyo al giro, ya que puede-

mos asistir en los distintos roles, tanto a adquirentes como a emisores.

¿Qué funcionalidades y ventajas brinda usar esta tecnología?

La principal funcionalidad es proveer un set completo para la autorización y validación de fondos; seguridad de resguardo de la información del cliente y de la transacción; conectividad con las entidades más importantes, como son las marcas de tarjetas; redes de adquirencia en modalidad host to host; sistemas de compensación transaccional (transferencia electrónica de fondos), y lo más destacado es que todos estos sistemas están orientados a tener una modalidad de funcionamiento 100% digital, quedando la tarjeta física como un opcional y preparando la integración de estos a través de distintas APIs. Apostamos a proveer sistemas que entreguen una funcionalidad integral, con una gran capacidad de generar nuevas soluciones en plazos acotados con el fin de establecer una cultura ágil sobre los productos comerciales de nuestros clientes.

¿De qué forma sus productos aportan a la transformación digital del sector?

El mayor aporte es que están orientados a la digitalización, por lo cual los clientes que operan de manera tradicional adquieren un cambio radical, ya que obtienen funcionalidades modernas que los habilitan a comenzar de gran forma en estos nuevos modelos de operación no presenciales y automatizados. Otro aporte fundamental es que hoy es cada vez más relevante el “time-to-market” de nuevas funciones o cambios sobre los productos digitales, ya que las exigencias del cliente apuntan al valor agregado que estos entregan, valorando mucho cómo van evolucionando. 

Procesa tus Transacciones con la suite **Xcash**[®]



Switch

Aplicación de Operaciones Financieras

El módulo **Switch Transaccional xCash**[®], es un sistema conmutador de transacciones financieras, mediante una aplicación en línea del tipo host to host, tanto para recibir las operaciones desde diversos canales o terminales y conmutarlas a las instituciones o bancos emisores o host de las marcas, como para recibir dichas transacciones desde las redes adquirentes y/o host de las marcas y proceder a su autorización versus el Core respectivo o nuestro propio autorizador **Resolutor**.



Resolutor

Autorizador de Crédito y Débito

Resolutor de **xCash**[®], es un sistema autorizador de transacciones financieras en línea y de procesamiento de transacciones asociadas a tarjetas, mediante operaciones financieras genéricas vinculadas a cuentas de diversa naturaleza, ya sea: corriente, crédito, gift card, prepago, vista, etc.



Cardano

Seguridad Criptográfica

El módulo **Cardano** de **xCash**[®], es responsable de la funcionalidad de seguridad por hardware (HSM), con total independencia del personal humano involucrado, para el cálculo y la protección de los datos sensibles asociados a las tarjetas habientes y a las operaciones financieras, según los estándares de la industria financiera internacional.



Concilia

Conciliador de Transacciones

Concilia de **xCash**[®], está orientado al transporte y proceso automatizado para objetivos de cuadratura, conciliación y/o rendición de operaciones cursadas, u operaciones intercambiadas con empresas externas o prestadoras de servicios. Las empresas externas pueden ser autorizadoras, bancos, procesadoras de medios de pagos electrónicos, canales de recaudación, marcas de tarjetas, y/o de servicios de utilidad.



Computación &
Comunicaciones S.A.

Más información > info@cyc.cl · www.cyc.cl
+56 2 2913 5700



Fintech

“Surfeando la ola” del Covid, a la espera de alianzas con la industria financiera

Uno de los principales hechos que nuestro reciente estudio de Fintech (en conjunto con la Asociación de Fintech) muestra, es que esta industria ha podido crecer en número de clientes a gran escala, aun cuando estamos en tiempos complejos de pandemia. La pregunta es: ¿cómo puede crecer en clientes?

En este contexto, sin ser taxativos creemos que se debe al concepto de “experiencia”, que se ve reflejado en un real diseño de un journey digital, en un onboarding digital, de pocos pasos, fácil, intuitivo y sin fricciones, entre otros.

La base de las plataformas de Fintech es que se “enamoraron del problema, no de la solución”, frase común del mundo del emprendimiento, y es precisamente lo que sucede: no se busca forzar una solución bajo paradigmas conocidos, sino explorar alternativas que permitan una experiencia ad hoc al cliente. Nuestro entendimiento es que la experiencia ha calado profundo en todos los sectores, siendo la industria financiera más tradicional la que lleva trabajando este concepto hace un tiempo, no solo para clientes personas, sino también para sus clientes empresas que tienen particularidades, según la actividad económica.

Igualmente, el gran desafío para las Fintech sigue siendo, por una parte, obtener mayor capital para sustentar su crecimiento y expansión, como

también rentabilizar a los clientes que están atrayendo y, por otra parte, la asociación con la industria financiera tradicional.

Un camino de colaboración

En el mundo del capital de riesgo se ven buenos augurios globales y locales, son múltiples los bancos -grupos económicos o inversionistas- que están creando organizaciones de Venture Capital para apoyar a las Fintech y al emprendimiento en general. Santander es uno de los bancos globales que anunció hace un tiempo el lanzamiento de Mouro Capital, un fondo de capital de riesgo de gestión autónomo dirigido a Fintech y empresas de servicios financieros similares. Este es solo un ejemplo de una realidad que se va haciendo más común y que empieza a replicarse en Chile.

Respecto de la asociación con la industria financiera tradicional, si bien en Chile cada vez se ve más interés por trabajar en conjunto (bancos-Fintech), aún resta mucho por hacer; en otras geografías esto

es un desde. A modo de ejemplo, una de las instituciones más relevantes en Reino Unido, Lloyds Bank, ha dicho: “Reconocemos la contribución que las Fintech y las Insurtech están haciendo para innovar y desarrollar mejores resultados para los clientes, y estamos comprometidos a fortalecer nuestra colaboración en esta área. Creemos que una mejor colaboración con Fintech e Insurtech es clave para brindar un servicio excepcional en el mercado financiero y mejorar nuestras capacidades para ser el mejor banco para los clientes, ahora y en el futuro. Buscamos involucrarnos y trabajar con Fintech e Insurtech que puedan ayudarnos a transformar nuestras áreas de negocios minorista, comercial y de seguros, y brindar soluciones para toda la empresa”.

Es interesante lo que se desprende de la declaración de Lloyds Bank, que es reconocer la colaboración, potenciar capacidades y crear un servicio excepcional poniendo al cliente en el centro. Chile debiese aprovechar el optimismo del mundo emprendedor, que se refleja en nuestro estudio, ya que un 70% de los encuestados ve con buenos ojos su crecimiento en los próximos meses, por lo que es necesario aprovechar sus capacidades y esperar que exista una regulación que fomente la innovación en nuestro país. **G**

¿Qué son las Fintech?

Son empresas que, a través de la innovación y la tecnología, han iniciado cambios en la industria que promueven la inclusión financiera, competencia, transformación digital, y desarrollo de nuevas fuentes de financiamiento, entre otros.



Por Mauricio Martínez,
Associate Partner
de Consultoría en
Tecnología de EY.



Ricardo León, Director de Estudios Digitales de Fundación País Digital
“Open Banking representa una importante oportunidad de crecimiento para Chile y para crear un país más inclusivo”



Como un concepto disruptivo que modificará la manera en que clientes, bancos y Fintech operan y se relacionan en el ecosistema financiero, permitiendo desarrollar nuevos modelos de negocio y productos, el Open Banking (OB) generará un cambio en esta industria y sus servicios asociados. Esto, ya que dará al cliente más y mejores herramientas para comprar rápidamente y elegir informadamente, reflejándose en una competencia mucho más abierta.

¿En qué consiste el Open Banking?

El OB se podría explicar de la siguiente forma: cada persona cuando adquiere un producto en una institución financiera entrega datos de gran valor como lo son sus fuentes de ingresos, movimientos de la cuenta, gastos, y contactos, entre otros. A medida que los clientes usan sus productos financieros se registran los patrones de comportamiento de cada uno, es decir, las compras que realizaron en tiendas o restaurantes, las entradas que adquirieron en cines y teatros, la constancia y volumen de sus ingresos, su potencial de ahorro o inversiones. A partir de este historial, se crea constantemente un perfil con el cual la institución financiera puede, por ejemplo, crear una extensión de su servicio en la plataforma web o una app que le entrega al cliente información específica, basada en sus gustos, compras u otros, y así personalizar cada vez más la oferta existente. En el caso de una organización, con OB esto es extendido a todo el ecosistema financiero, permitiendo que otros jugadores del mercado puedan utilizar tal información para potenciar la oferta de sus productos financieros o también generar una oferta innovadora, específica o disruptiva, como es el caso de las nuevas startups tecnológicas conocidas como Fintech.

¿Cómo funciona?

Este modelo de servicio habilita a los clientes para compartir sus datos financieros con terceros, incluyendo organizaciones no financieras, que pueden utilizarlos para proveer al

cliente de una experiencia mejor, específica o personalizada en productos financieros. Las instituciones financieras tradicionales también pueden utilizar este modelo para expandir su alcance a nuevos clientes, ofreciendo productos a terceros, tales como retailers o Fintech. Todo este proceso de compartir información es llevado a cabo a través de mecanismos seguros utilizando APIs, siempre por medio de la aprobación del cliente para compartir su data privada y, si no desea seguir con tal servicio, puede cancelarlo.

Es por ello que el desarrollo de Open Banking permite precisamente liberar las restricciones de provisión de servicios financieros sujetos a infraestructura, propiciando la generación de un ecosistema en el que los datos de las instituciones financieras son compartidos entre usuarios y desarrolladores externos y, con ello, la creación de nuevos negocios y ecosistemas digitales, lo que amplía la oferta de valor de los servicios ofrecidos por las entidades tradicionales de la industria financiera.

¿Cuáles son los beneficios del Open Banking en la inclusión financiera?

Tal como lo señala el estudio “Inclusión Financiera en Chile, Fintech y Open Banking”, realizado por Fundación País Digital con el apoyo de Accenture y la Asociación Fintech de Chile, este sistema se constituye como un mecanismo de inclusión financiera, que brinda acceso a servicios formales a quienes carecen de estos, además de mejorar los servicios a las empresas de menor tamaño que forman parte del



“El modelo basado en OB supone nuevas formas de utilizar los datos de las personas y empresas, así como nuevas reglas en la industria para compartir tal información”

circuito. Por lo mismo, su masificación se ha incentivado en los últimos años, principalmente liderada por Europa con el diseño e implementación de la ley Payment Services Directive 2 (PSD2). También, otros países como México, Brasil, Hong Kong, Singapur o Australia, comenzaron a desarrollar regulaciones sobre OB, todas ellas enfocadas en crear un ecosistema financiero más abierto, competitivo y orientado al cliente.

Hoy las pequeñas y medianas empresas de Chile enfrentan un escenario de incertidumbre en el que el acceso oportuno a capital para mantener los procesos productivos jugará un rol clave. En este sentido, el ecosistema Fintech, a través del Open Banking, abre la posibilidad de automatizar los procesos de aplicación de préstamos para Pymes, agilizando los trámites financieros y permitiendo un acceso a tasas más competitivas.

Si bien Open Banking y otras tecnologías digitales pueden proporcionar herramientas para generar procesos de inclusión financiera, esto no sucede de manera espontánea, según concluye el estudio. Con la diversidad de oportunidades comerciales disponibles, una manera de mejorar los procesos de inclusión financiera es concentrando los esfuerzos tecnológicos en dar respuesta a la población que en este minuto no accede a los mecanismos financieros tradicionales. Este proceso consideraría la creación de

productos para grupos de ingresos bajos y medios, junto con reducir sesgos que aquejan a la población vulnerable o excluida financieramente dentro de los países.

¿Cómo se resguardan los datos personales?

El historial financiero de los clientes, sus contactos y datos personales asociados a una cuenta respectiva, hoy están altamente protegidos a través de múltiples mecanismos y sistemas de seguridad que han implementado progresivamente las instituciones financieras. Esta es una de las industrias del país que más ha invertido en digitalización de sus principales sistemas informáticos durante los últimos años y, en particular, que tiene estándares

de ciberseguridad del más alto nivel, resistiendo decenas de miles de ataques informáticos día tras día.

En este contexto, la preocupación por la seguridad de la transacción de datos personales de un cliente entre organizaciones, para el funcionamiento de un ecosistema financiero basado en OB, es ciertamente una prioridad. Por ello, tanto el oferente (institución financiera) como el receptor (otra entidad, por ejemplo, una empresa Fintech u otra) deben poseer el resguardo y nivel de protección adecuados de la información confidencial respectiva que se va a comunicar, así como diversos mecanismos de prevención, control y comunicación entre ambos y equipos dedicados a la seguridad de la información.

Adicionalmente, siempre el cliente debe autorizar la comunicación de sus datos personales de una empresa a otra, a través de la aceptación de un documento de “Términos y Condiciones”, en el cual se enuncian los datos a compartir, así como los alcances del





“Uno de los principales puntos pendientes a considerar que compete a la instauración de Open Banking debe ser la revisión y actualización de la Ley de Protección de Datos Personales y las normativas asociadas a ciberseguridad y delitos informáticos”



servicio y, si el cliente lo desea, cómo terminar tal servicio y recuperar o no comprometer su información privada. Todos estos resguardos ya se están aplicando en nuestro país e incluso múltiples empresas de la industria están trabajando de manera colaborativa testeando arduamente estos sistemas y funcionalidades para asegurarles a los clientes que sus datos están protegidos.

¿Cuál es la situación actual de Open Banking en Chile?

Open Banking representa no solo una importante oportunidad de crecimiento para Chile, sino que también para crear un país más inclusivo. Por un lado, para acercarse más a los clientes de la industria financiera, encontrar nuevas formas de crecimiento y mantenerse competitivos en un mundo que es cada vez más digital, sobre todo luego de los efectos de la pandemia en la adopción de nuevas tecnologías. Por otro lado, existe una variedad de beneficios directos e indirectos asociados a cómo los clientes y los no clientes interactúan con la industria, a través de nuevos productos o servicios financieros, adecuados a sus necesidades y, particularmente, poder optar a estos para aquellas personas o empresas que antes no encontraban uno acorde a

sus condiciones socioeconómicas o no podían acceder debido a los diversos requerimientos de entrada solicitados. En nuestro país, OB está dando sus primeros pasos. Tenemos un ecosistema Fintech que crece con fuerza, con múltiples ofertas de valor y nuevos modelos de negocio que compiten en un punto específico de la cadena del cliente financiero o se están ampliando para competir localmente o internacionalmente con una mayor y nueva oferta de productos financieros. Las instituciones financieras tradicionales han invertido constantemente en digitalizar sus procesos de negocio, buscando transformar sus sistemas legacy y disponibilizar su oferta en tecnología cloud, creando especialmente durante los últimos dos años, nuevos productos totalmente digitales, como tarjetas de débito o crédito, a un costo de entrada cercano a cero o cero para sus clientes. Algunas de las organizaciones tradicionales más aventajadas ya trabajan en conjunto con el ecosistema Fintech en proveer ciertos productos puntuales a sus clientes o incluso invirtiendo o creando startups financieros, aprendiendo de la flexibilidad de un emprendimiento y cómo disponibilizar masivamente micros servicios en su infraestructura tecnológica.

¿Cómo potenciar estos avances?

Para potenciar estos primeros pasos se necesita de mayor esfuerzo. Ya se está trabajando hace meses en la potencial Ley Fintech para el país e incluso, hay esfuerzos desde el Ministerio de Hacienda y la CMF (Comisión para el Mercado Financiero) en comprender el escenario actual para una futura propuesta de instauración de Open Banking en la industria financiera.

No obstante, uno de los principales puntos pendientes a considerar que compete a la instauración de OB debe ser la revisión y actualización de la Ley de Protección de Datos Personales y las normativas asociadas a ciberseguridad y delitos informáticos. El modelo basado en OB supone nuevas formas de utilizar los datos de las personas y empresas, así como nuevas reglas en la industria para compartir tal información.

Ante esta situación, es necesario declarar ciertas definiciones, reglas o mecanismos que direccionen este nuevo entorno financiero que el país tendrá en los próximos años, otorgando sobre todo seguridad y confianza al usuario de que su información está en buenas manos. **G**



Transformación en la banca



El advenimiento de Internet con todas las herramientas tecnológicas que se han puesto al alcance de las personas ha generado un elevado impacto en la banca tradicional. Los bancos de todo el mundo han dirigido sus esfuerzos a emprender diferentes estrategias de transformación. Y, en este sentido, el Covid se ha convertido en una gran oportunidad para acelerar este proceso.

Era el año 2015, en una reunión para revisar una propuesta de servicios profesionales para uno de los bancos más importantes de la plaza, expusimos nuestras ideas en torno a la aparición de actores digitales como potenciales competidores de la banca tradicional. Eran bien conocidos casos como el de Blockbuster, los desafíos que planteaba Netflix y el disruptivo modelo de negocio de Airbnb. Entre los presentes, se encontraba el gerente divisional de la entidad, hombre de reputada trayectoria, que al escucharnos dirigió una mirada divertida hacia su equipo: “¿De

qué están hablando? ¿podría ocurrirnos algo así?”. Dos años más tarde, la actitud era radicalmente distinta: las empresas tecnológicas que fueron irrumpiendo en el mercado generaron la necesidad de incorporar la tecnología en todas las instancias de la empresa, lo que exigía emprender proyectos de transformación digital para mantener una posición competitiva.

La industria de servicios financieros (y la banca en particular) está conformada por instituciones de larga trayectoria, un sector con cientos de años de historia. Estos atributos suponen altas barreras

de entrada para potenciales competidores, por lo que generalmente el sector ha gozado de una suerte de blindaje. Sin embargo, la irrupción de Internet con todas las herramientas tecnológicas que se han puesto al alcance de las personas ha generado un elevado impacto en la banca tradicional. La inmediatez y la sencillez son atributos vinculados a las expectativas de los nuevos consumidores habituados a la conectividad y a la era digital. Resultaría inconcebible hoy un período de espera de una semana por la respuesta de un correo (postal) propia de los '90, cuando al instante comprobamos si nuestro mensaje ha sido recibido y leído por el destinatario.

Los bancos de todo el mundo han dirigido sus esfuerzos a emprender diferentes estrategias de transformación. Algunos han mantenido sus procesos y sus sistemas de soporte, actuando sobre la esfera en la que existe interacción con el cliente exclusivamente. Otros han transitado hacia una experiencia de cliente basada en un sistema de soporte completamente digital. Mientras los primeros han debido enfrentar ineficiencias muy relevantes en su operación, los segundos han generado soluciones innovadoras empleando tecnologías disruptivas que han supuesto un notable incremento de los niveles de satisfacción de sus clientes. En ese contexto, el Covid-19 aceleró cambios en los comportamientos de las personas, algunos que se esperaban ocurrieran en años, sucedieron en cuestión de semanas. Así, por ejemplo, la migración rápida a canales no presenciales (como celular y contact centers) ha sido evidente (21% de mayor utilización de banca móvil, 19% de mayor uso video chat, contra casi un 50% de menor utilización de las sucursales). Esta coyuntura puede suponer una gran oportunidad para acelerar la transformación, no solo para configurar un modelo de negocio menos anquilosado que permita una rápida gestión de riesgos ante eventua-



les crisis, sino además impulsando la innovación y diseñando nuevos sistemas de interacción con los clientes.

La crisis como un catalizador

En un reciente artículo de Strategy&, se destacan 7 formas en las que los bancos podrían utilizar esta crisis como un catalizador para la transformación:

1. Volverse digital por defecto: Una estrategia digital exitosa conseguirá una experiencia efectiva para los clientes, a la vez que reducirá los costos de operación. Junto con la excelencia en el desempeño para evitar cualquier error, se requerirá una inversión adecuada para el diseño de los procesos, de las herramientas de soporte, la gestión de ciberseguridad y la implementación de analítica e Inteligencia Artificial para la toma de decisiones. Este es el rumbo que han emprendido todas aquellas entidades financieras que se encuentran rediseñando, robotizando y automatizando sus procesos de back-office.

2. Abrazar la simplificación: La interacción amigable con el cliente, desprovista de formalismos y protocolos excesivos, se ha impuesto como necesidad de servicio en el nuevo escenario global y local. En base a ello, los bancos deberán analizar sus sistemas y procesos, evaluando su modelo de negocio y determinando la eficiencia que se podría generar mediante la reducción del portafolio de productos, potenciando los más relevantes.

3. Focalizar en la generación de ingresos fijos: Con tasas de interés bajas a nivel histórico, los bancos deberán compensar la caída de ingresos provenientes del margen financiero. En una primera etapa, podría significar un redireccionamiento de recursos e inversión de marketing en el negocio de asesoría (por ejemplo, seguros e inversiones). En una segunda etapa más “disruptiva”, los bancos podrían revisar sus capacidades y activos diferenciales para destinarlos

La coyuntura actual puede suponer una gran oportunidad para acelerar la transformación, no solo para configurar un modelo de negocio menos anquilosado que permita una rápida gestión de riesgos ante crisis, sino además impulsando la innovación y nuevos sistemas de interacción con los clientes.

a un uso diferente (por ejemplo, participando como plataforma de e-commerce, proveyendo servicios de back-office “as a service”, o incluso monetizando datos).

4. Acelerar el crecimiento en pagos digitales: Mientras el comportamiento del consumidor continúa cambiando y los pagos digitales se vuelven más populares, los bancos deben ser conscientes del incremento de poder sobre el consumidor que están tomando compañías tecnológicas (por ejemplo, Apple Pay, Google Pay y Mercado Pago presente en el mercado local) para competir con los servicios ofrecidos por entidades financieras tradicionales.

5. Estar alertas a oportunidades de compras y alianzas: La ralentización en el mercado de Venture capital puede generar un espacio para realizar adquisiciones estratégicas a precios relativamente bajos. Para ello los bancos deberán tomarse el tiempo para identificar los potenciales objetivos de compra moviéndose de manera rápida y confidencial en el momento que la oportunidad se presente.

6. Profesionalizar el trabajo desde la casa: Tras la crisis experimentada por la pandemia, los hábitos de trabajo han experimentado un considerable cambio, tanto por la implementación del trabajo remoto, con todas sus características, como por la variedad de tareas ejecutadas en esta nueva modalidad. Una fuerza de trabajo más descentralizada podría generar una reducción de costos en favor de un talento cada vez más tecnológico.

7. Estar preparados para el ciclo: Adicionalmente a la estrategia competitiva, los bancos deberán priorizar la mejora de sus capacidades de cobranzas, así como de venta de cartera.

La crisis experimentada a nivel global debe ser aprovechada como una oportunidad para todas aquellas entidades financieras que tenían una deuda con el desarrollo tecnológico: la conveniencia de otros tiempos es ahora una necesidad acuciante. En términos relativos, la industria en su conjunto se encuentra mejor preparada para el desafío, sin embargo, las instituciones no deben perder de vista las nuevas innovaciones en tecnología que generarán mayor exigencia a la calidad y transparencia de los servicios actuales. Así, por ejemplo, la aparición del 5G, la mayor utilización de IoT y Blockchain, serán un factor de gran relevancia para la industria. La participación en un mercado altamente competitivo, exigente y cambiante puede originar el resurgimiento de las fortalezas del sector financiero, siempre que se encuentre atento y dispuesto a adoptar las prácticas que permitan su mejor aporte de valor. **G**



Por José Triguero, Director de Servicios Financieros de PwC Chile.



Hacia el management post pandemia



Por Rodolfo
Torres-Rabello.
rtorres@uahurtado.cl

La pandemia vino a sumar más complejidad al entorno volátil, incierto, complejo y ambiguo en el que ya vivíamos. ¿Cómo será la fisonomía de las nuevas formas de hacer negocios en el futuro?



“Era la mejor época, era la peor época”. Así comienza “Historia de Dos Ciudades” de Dickens y así también podría comenzar la historia de nuestros días. Vivimos días angustiantes tratando de sobrevivir en la pandemia; vivimos días fascinantes, con una tecnología capaz de hacer lo que algún día soñó la magia; vivimos días apremiantes, con competidores que provienen de cualquier parte del mundo y con clientes que exigen todo por nada.

Olas de destrucción creativa

Mientras la atención del mundo se concentra en las vacunas, nuevas formas de hacer negocios se están ideando, desarrollando o implementando. Desde 1994 a 1997 el explorador Netscape dominó la naciente World Wide Web, con más del 90% de los usuarios y un

valor de mercado de más de US\$3 billones. Unos diez años después, menos del 1% de los usuarios usaban Netscape y su valor era peligrosamente cercano a cero. Y es que había surgido un nuevo ganador: el navegador Internet Explorer de Microsoft, que se ofrecía gratuitamente a los usuarios de su sistema operativo Windows. El resto es historia. Hasta 2007, el teléfono inteligente BlackBerry era el dominante del mercado. Ese año Steve Jobs lanzó el iPhone, asegurando que, con un solo toque, el dispositivo era capaz de descargar videos, música y mapas desde Internet. A partir de ese momento RIM, la compañía fabricante de BlackBerry, aferrada a su teclado físico, comenzó su caída hasta rozar la quiebra.

Estas historias no son nada nuevo. Había ocurrido antes con la irrupción de los relojes digitales japoneses, que derribaron la centenaria industria suiza de relojes de precisión. O con el salitre

sintético, que derrumbó la gloria del salitre natural de Sudamérica. En todas estas historias, hay cambios disruptivos que hicieron retroceder las agujas a cero. Las innovaciones disruptivas podrían gatillar una ola de cambios en una industria, con ganadores y perdedores. Según Guy Sorman, más allá de las grandes crisis económicas (como la de 1930), las pequeñas crisis subsisten y son inevitables porque están ligadas al ciclo de las innovaciones: lo nuevo echa a lo viejo e impone adaptaciones a menudo dolorosas.¹

Mintzberg hace notar que la innovación puede ser concebida como “la puesta en práctica inicial de una idea dentro de una cultura”.² La entrega de hielo o la fabricación de automóviles fueron, a principios del siglo XX, innovaciones de alta tecnología, del mismo modo como lo son hoy las estaciones espaciales y la biotecnología. Algún día serán, también, parte de la historia.



Me temo que muchas nuevas propuestas de valor se han focalizado en sobrevivir, más que en reinventar. Sin embargo, pasará la pandemia y avanzará el siglo XXI con sus nuevas realidades. Será necesario repensar los modelos de negocio.

La visión de Joseph Schumpeter del proceso competitivo es “una oleada de destrucción creativa” que logra ventajas no por imitación, sino por innovación. En efecto, Schumpeter sitúa a la innovación como el componente de la competitividad y un impulsor clave detrás de la evolución de las industrias.³ Jeffrey Williams define las “industrias Schumpeterianas” como aquellas con rápida innovación de productos y con curvas de experiencia rápidas de alta pendiente. En este contexto, la estructura de la industria tiende a ser inestable y determinada por las nuevas olas de cambio tecnológico.⁴

Qué decimos cuando decimos innovación

Peter Drucker afirmaba que, aparte de crear un cliente, la segunda obligación de las empresas es innovar.⁵ Dice Michael Porter que la innovación es “una nueva manera de hacer las cosas (...) que se comercializa. El proceso de innovación no puede separarse del contexto estratégico y competitivo de una compañía”.⁶ El Manual de Oslo, preparado por la OECD, distingue entre cuatro tipos de innovación: de producto, de proceso, de marketing y de organización.⁷

La forma más conocida de innovación es de producto. No siempre se trata de inventar un producto completamente nuevo, sino que puede ser la integración de productos antiguos de modo tal que resulten nuevos para cierto segmento de clientes. Una cámara fotográfica, un teléfono y aplicaciones de software



-todas previamente existentes- hacen un iPhone.

La innovación puede focalizarse en los procesos, es decir en la forma de hacer las cosas. La manera en que Dell reorganizó su cadena de suministro significó una redefinición de las reglas de la industria. La producción de cobre con bacterias es otro buen ejemplo de innovación en procesos. También la forma de comercializar un producto puede ser innovadora. FreedomPop, una empresa de telefonía, ofrece un servicio básico gratuito que se puede ampliar pagando otros servicios y su exitosa campaña de marketing explota precisamente el atributo de gratuidad.

El Manual de Oslo, citando a Lam, resalta que “los economistas asumen que el cambio organizativo es una respuesta al

cambio tecnológico, cuando de hecho la innovación en (la) organización podría ser una condición previa y necesaria para las innovaciones tecnológicas”.⁸

Gary Hamel ha dicho que “la mayoría de los negocios tienen una metodología formal para la innovación del producto y muchos tienen grupos de investigación y desarrollo que exploran las fronteras de la ciencia. Virtualmente toda organización en el planeta en los años recientes trabajó sistemáticamente para reinventar sus procesos de negocio en aras de la velocidad y la eficiencia. Entonces, es extraño que pocas compañías apliquen un grado similar de atención al tipo de innovación que es más importante para la sobrevivencia y el éxito futuro: *la innovación del management*”.⁹



Hacia nuevas formas de hacer negocios

A mediados de los '90, Fernando Flores invitaba a “reinventar la empresa del siglo XXI”, afirmando que subyacente a toda organización hay una red de conversaciones para la acción. Dice Masifern que “hay que romper definitiva y drásticamente con el modelo tradicional de dirigir. Las empresas centradas en el poder unipersonal tienen un ciclo de vida parecido al de las dictaduras: una época floreciente, estancamiento y problemas de sucesión. Algunas veces, los cambios vienen forzados por revoluciones o grandes crisis de supervivencia; otras, más raras, se alargan más de una generación. Pienso que las empresas, al igual que los países, debieran, al madurar, buscar sistemas de gobierno más estables y perdurables”.¹⁰

Pero tal vez no sean ni estables ni perdurables, sino dinámicas y cambiantes. Durante la pandemia, se repitió una y otra vez la palabra “resiliencia”: caer y levantarse; reorganizarse, rediseñar y relanzar la nueva propuesta de valor. Me temo que muchas nuevas propuestas de valor se han focalizado en sobrevivir, más que en reinventar. Sin embargo, pasará la pandemia y avanzará el siglo XXI con sus nuevas realidades. Será necesario repensar los modelos de negocio. A continuación, sugiero siete ideas que debieran estar presentes en el diseño de la arquitectura de negocios del siglo XXI:

1 Gestión profesional en todo tipo de organizaciones: La profesionalización cada vez mayor del management debiera aplicarse al gobierno y a todo

tipo de organizaciones. Debiera ser cosa del pasado cuando los políticos eran elegidos por popularidad, no por capacidad de gestión y cuando en las empresas familiares se privilegiaba la lealtad, no el mérito. El profesional debiera prepararse para entender la complejidad de la organización, del mismo modo como los médicos se preparan para entender la complejidad de un organismo.

2 Gestión en ambientes turbulentos: Los managers del pasado estaban preparados para trabajar en ambientes estables y predecibles; los del futuro deberán ser capaces de trabajar en ambientes turbulentos donde reine la incertidumbre. Como consecuencia de ello, las fórmulas de organización, herederas de las cadenas de montaje del siglo XIX, deberán ser reemplazadas por otras soluciones, no inventadas todavía.

3 Gestión del trabajo en el siglo XXI: Muchas leyes laborales, así como la mayoría de las prácticas de recursos humanos, fueron pensadas para un pasado que ya fue. Los managers deberán estar preparados para gestionar personas que puedan trabajar desde sus casas y estar en cualquier parte del mundo, incluidos los jóvenes a quienes no interesa cumplir horario ni hacer carrera en la empresa y que valoran su independencia.

4 Gestión de organizaciones virtuales: A diferencia de las cadenas de valor del siglo XX, las del siglo XXI podrán considerar organizaciones físicas y virtuales, así como relaciones estables y temporales. Gestionar esa complejidad

requerirá nuevos modelos para las cadenas de suministro y serán un reto para los nuevos managers, los que deberán extender su influencia más allá de las fronteras organizacionales.

5 Gestión de decisiones: Las escuelas de negocio forman administradores, no hombres de negocios. A los alumnos se les entrega una sólida base de información, pero esta se encuentra hoy disponible y al instante. Más que estudiantes informados, necesitaremos tomadores de decisiones; más que universidades, necesitaremos multiversidades.

6 Gestión del corto y el largo plazo: El dilema entre priorizar el corto plazo –por ejemplo, los resultados del trimestre– o el largo plazo –los objetivos estratégicos– no fue bien resuelto en el siglo XX. Los managers del siglo XXI deberán resolver esta dualidad, logrando éxitos en el presente y al mismo tiempo dirigir hacia la visión, navegando en aguas turbulentas, con crisis recurrentes.

7 Gestión de la convivencia entre humanos y máquinas: La tecnología Industry 4.0 habilitará que algunas decisiones sean tomadas por humanos, otras por máquinas y otras en conjunto. No concebiremos gestionar las cadenas de suministro sin Inteligencia Artificial o Internet de las Cosas. Algoritmos y heurísticas debieran reemplazar la gestión por improvisación y la forma acostumbrada de hacer las cosas. Era la peor época, era la mejor época. De nosotros depende elegir con qué parte nos quedamos. 

Rodolfo Torres-Rabello es Líder de Excelencia Operacional e Innovación en CEMIN Holding Minero. Profesor de Gestión de Operaciones en la Universidad Alberto Hurtado y de programas de postgrado en eClass. Coautor del libro “Supply Chain Management: Logrando Ventajas Competitivas a través de la Gestión de la Cadena de Suministro”. Integrante del Comité Editorial de Negocios Globales. Artículos en www.academia.com

1 G.Sorman, La Economía No Miente. Arg.: Edit.Sudamericana 2008. 2 H.Mintzberg y J.B.Quinn, El Proceso Estratégico. Mex: Prentice-Hall 1993. 3 Robert M. Grant, Contemporary Strategy Analysis. USA: Balckwell 1995. 4 Robert M. Grant, Op.Cit. 5 P.Drucker, Management Challenges for the XXI Century. USA: Harper Business 1999. 6 M.E. Porter, The Competitive Advantage of Nations. USA: Free Press 1990. 7 OECD, Manual de Oslo 3.a Ed. 8 OECD, Manual de Oslo 3.a Ed. 9 G.Hamel, “The Why, What and How of Management Innovation”, Harvard Business Review, Feb.2006. 10 E.Masifern, “La empresa del siglo XXI”, en Revista de Antiguos Alumnos del IESE España, 2008.

ECOTANK® PARA EMPRESARIOS

Rendimiento y eficiencia a tu alcance



EPSON®
EXCEED YOUR VISION



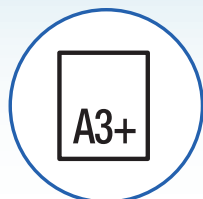
ecotank®
Sistema Original Tanque de Tinta Epson

Nueva EcoTank® L14150

IMPRIME HASTA A3+ | INALÁMBRICA | COPIA | ESCANEA
ETHERNET | FAX



Inalámbrica y Ethernet



Impresión de formato
ancho 33 cm x 48 cm



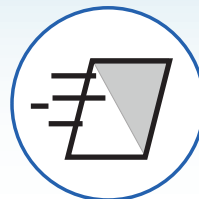
ADF de 35 hojas
A4/carta/oficio



Cama de escáner
tamaño oficio



Impresión dúplex
A4/carta



Impresión rápida
hasta 38 ppm en negro
y 24 ppm a color¹
(borrador, A4/carta)



www.epson.cl



epsonlatinoamerica



epsonlatinoamerica



@epsonlatin



@epsonlatinoamerica

1- Páginas máximas por minuto (PPM) se miden después de la primera página con patrones de texto en modo borrador (o modo económico, según la impresora/todo en uno) en papel normal. Los tiempos reales de impresión/copia variarán según la configuración del sistema, el software y la complejidad de la página. Para obtener más información, visita www.latin.epson.com

Tecnología v/s evaluación de desempeño



Tras un año entero de pandemia, ha quedado claro que la tecnología y el trabajo a distancia en muchas organizaciones llegaron para quedarse, lo que plantea a los líderes el reto de incluir una nueva mirada al momento de evaluar el desempeño de los colaboradores. El contexto no es el mismo y hay aspectos a incorporar que muchas veces trascienden a los resultados.

Durante 2020, y en particular al finalizar el año, muchas empresas tuvimos dudas respecto a cómo evaluar el desempeño de nuestros colaboradores. Un ciclo de desempeño normal, establece que, al iniciar el año, debemos acordar objetivos y metas anuales, sobre los cuales trabajaremos durante ese período y que son contributivos al logro de los objetivos organizacionales. Al cerrar el ciclo anual, la evaluación de desempeño se centra en la revisión de cumplimiento de dichos acuerdos.

Sin embargo, cual más, cual menos, todas las empresas que contamos con alguna forma de evaluar el desempeño de nuestros colaboradores, tuvimos

que integrar un nuevo elemento en nuestras miradas y la incorporación de tecnología en sus distintas formas. Esto significó enfrentar una serie de preguntas, entre ellas:

- ¿La tecnología nos alejó de nuestros colaboradores o nos acercó a ellos?
- ¿Es más fácil o dificultoso evaluar a nuestros equipos de manera virtual?
- ¿Qué nos aporta la tecnología en este proceso de evaluación de desempeño?
- ¿Qué herramientas tecnológicas llegaron para quedarse y optimizar las evaluaciones de nuestros colaboradores?

Nuevos retos a evaluar

Una de las principales dificultades que tuvimos las empresas fue ver que

las metas iniciales, tanto corporativas como individuales, quedaban lejos de la realidad. Empresas de los sectores de salud, por ejemplo, cumplieron sus metas anuales a poco andar de 2020. Otras, quedaron lejos de llegar a lo que habitualmente cumplían en años anteriores. Muchas organizaciones tuvimos que focalizarnos en evaluar la gestión de nuestros colaboradores, el esfuerzo, el trabajo colaborativo y no solo mirar sus resultados. ¿Pero cómo lográbamos esto en la distancia y a través de las pantallas?

Durante el año pasado, muchos hemos vuelto a valorizar las relaciones cara a cara, la cercanía presencial, un café conversado o una reunión de equipo en una sala. Pero quiero reconocer que la incorporación de la tecnología como principal herramienta de relaciones laborales (incluidos nuestros clientes y proveedores) ha traído nuevos desafíos para los equipos de trabajo, que es necesario evaluar:

- **Autonomía de nuestros equipos:** ¿Estaban preparados para tomar deci-

siones dentro de su ámbito de acción? ¿Los líderes habían preparado a sus equipos para operar de forma autónoma en sus funciones?

- **Capacidad de priorizar:** ¿Nuestros equipos comprendían en el día a día que era importante? ¿Estaban al tanto de los objetivos del equipo y de la empresa? ¿Los habíamos preparado para diferenciar y responder adecuadamente a lo importante y a lo urgente?

- **Autogestión y autoconfianza:** ¿Nuestros equipos creían en sus propias capacidades? ¿Confirieron en que sí eran capaces de alcanzar sus metas a pesar de las dificultades de este nuevo entorno?

- **Capacidad de gestionar el propio tiempo:** ¿Nuestros equipos fueron eficientes y efectivos en su planificación, en el manejo de reuniones a distancia? Con el quehacer de su realidad personal, cuidado de los hijos y casa entre otros, ¿han sido capaces de conciliar diversas tareas sin entrar en conflicto? Estos son solo algunas preguntas, algunos aspectos de lo que significó el trabajo remoto y virtual para los distintos colaboradores. Vuelvo a preguntarme si bastaba evaluar los mismos indicadores de siempre. Muchas organizaciones estábamos lejos de lograr los ingresos, márgenes, EBITDA, eficiencias, e inversiones, entre otros resultados. La incorporación de la tecnología, el trabajo a distancia, no poder “controlar” los tiempos de nuestros colaboradores, nos enfrenta a tener que evaluar competencias que sustentan los resultados obtenidos.

¿Qué competencias evaluar?

Todos podemos comprender que, en un año especial, las metas no las alcanzamos como esperábamos. Pero la gran mayoría de nuestros colaboradores puso sus esfuerzos por sostener los números, por aportar valor a su trabajo, desde la realidad de trabajar a distancia en su gran mayoría e incorporando herramientas tecnológicas que eran totalmente nuevas para ellos. Enton-

Todos comprendemos que, en un año especial, las metas no las alcanzamos como esperábamos. Pero la gran mayoría puso sus esfuerzos por sostener los números y aportar valor, desde la realidad de trabajar a distancia. ¿Cómo evaluamos el desempeño?

ces: ¿cómo evaluamos el desempeño? ¿Cómo influye la tecnologización en la evaluación de desempeño? Esto ha sido el desafío de muchas organizaciones. En lo personal, por muy lejos que estemos de los resultados financieros esperados, es importante tenerlos de referente. Como organización debemos evaluar el impacto de la pandemia: indicadores financieros obtenidos, eficiencia alcanzada, comparación respecto a los resultados de la competencia y/o mercado, ganancia o pérdida de mercado, nuevos clientes o ingresos, solo por nombrar algunos ejemplos. Junto a la revisión y análisis de estos resultados corporativos, es importante evaluar a nuestros colaboradores. En la medida de lo posible, identificar algunos indicadores cuantitativos que reflejen su aporte al equipo y al negocio. Podemos usar referentes habituales, como indicadores de gestión individuales, descripciones de cargo o metas por proyectos. Es altamente probable que, en un año de crisis y depresión económica del país, las personas no hayan logrado sus metas. ¿Cómo valorar entonces el esfuerzo y la excelencia profesional de nuestros equipos? Tenemos que evaluar aspectos como los mencionados antes: competencias de liderazgo, comunicación efectiva, organización personal, relaciones interpersonales, toma de decisiones, efectividad personal, aspectos que trascienden a los resultados. Cada competencia tiene su propia definición y conductas observables que pueden ser evaluadas. Si las metas son el “qué”, las competencias son el “cómo”. Realizar una evaluación de competencias nos hará comprender cómo trabajan

las distintas personas, incluso en un escenario muy adverso, donde los resultados deseados pueden ser difíciles de alcanzar. Y con la incorporación de las herramientas tecnológicas, surgen competencias adicionales como: planificación eficaz, manejo de conflictos, capacidad de delegación, y asertividad, capacidad de adaptarse al cambio, solo por nombrar algunas.

La retroalimentación de desempeño, especialmente en estos tiempos, debiese contemplar el logro de las metas cuantitativas, pero, sobre todo, reforzar y reconocer las competencias de nuestros colaboradores y generar oportunidades de desarrollo para aquellas que están bajo lo esperado. Es esencial comprender que, en muchas organizaciones, la incorporación de la tecnología y el trabajo a distancia llegó para quedarse; los líderes tenemos que incluir esta mirada al momento de evaluar a nuestros equipos. Estas son la base para los logros futuros y nos ayudan a identificar a los altos potenciales del futuro de nuestra organización. Entregar retroalimentación, sobre todo en un año adverso, no solo es recomendable, sino crucial para mantener la moral en alto, el compromiso y excelencia de nuestros equipos de trabajo. **G**



Por Pilar Ugarte,
Docente del Diplomado
en Gestión de las
Compensaciones
y Desempeño de
Negocios FEN
Universidad de Chile.

Escasez de profesionales TI en Chile

Un problema de todos



En Chile y en buena parte del mundo, la industria tecnológica tiene un desafío recurrente desde hace muchos años: suplir el déficit de talento profesional.

Si miramos el escenario concreto, en el país faltan más de 5 mil personas capacitadas en el área TI, de acuerdo al Ministerio de Ciencia, y el problema va en ascenso. Según registró en 2020 la consultora IT Hunter hay un alza del 40% en la demanda de profesionales tecnológicos en Chile. Todo eso en un contexto de altísimo desequilibrio de género, ya que es un rubro cubierto por hombres en un 70%, aproximadamente.

Este reto se vuelve todavía más urgente si nos detenemos en la pandemia y sus consecuencias. En tan solo 12 meses, la transformación digital vivió una aceleración forzosa a causa del Covid-19, con el crecimiento repentino de la logística del e-commerce, el retail, la banca online, el homeschooling o el marketing, por mencionar algunos sectores emblemáticos, generando así una irrupción drástica de la tecnología en todos los ámbitos de la vida humana.

En el “corazón” de cualquier negocio

Frente a ese panorama, pasamos de hablar de TI o Tecnologías de Información a una disrupción digital total. No se trata de un juego semántico en el que reemplazamos un concepto por otro, sino de una metamorfosis que ubica a la digitalización en el “corazón” de cualquier negocio y en el centro de nuestros hábitos diarios, de punta a punta. La capacidad de respuesta a ese cambio es determinante para la supervivencia de todo negocio. Es suficiente mirar la cantidad de empresas que ha quebrado por no poder responder a las nuevas reglas del juego digital o aquellas que se vieron colapsadas frente a una demanda online sin precedentes. Nadie vio venir este golpe, está claro, pero algunos estaban menos preparados que otros.

El déficit de profesionales tecnológicos en Chile, en esta normalidad pandémica (y en la del futuro también), deja de ser un problema exclusivo de los depar-

tamentos de sistemas de las empresas -desarrolladores de software, expertos en ciberseguridad, ingenieros TI, entre otros- y se convierte en una variable estratégica de las economías mundiales. Estamos frente a un llamado para todos los actores a tomar cartas en el asunto: gobiernos, universidades, las empresas involucradas en esta industria y aquellas que no lo estaban hasta ahora, pero que ya lo están haciendo por necesidad. Debemos responder articuladamente al desafío de digitalizar las economías con profesionales técnicos que sean idóneos, ofreciendo incentivos, becas de estudio, promoviendo habilidades de liderazgo, programas de capacitación y cursos de inglés para responder a la demanda internacional, entre otras ideas. La clave está en educar e inspirar a una nueva generación de jóvenes y que esta asuma un papel profesional activo en este proceso de digitalización total que ya sea una realidad.

El mundo pide a gritos profesionales TI y Chile tiene una gran oportunidad de exportar talento nacional, pero también puede ser un problema si el tiempo pasa y no se toman las medidas para preparar a los jóvenes para que respondan a las exigencias.

Según los pronósticos de IDC, 65% del PIB mundial estará digitalizado para 2022. Con ese horizonte, como probó Darwin, solo sobrevivirán los más aptos. **G**



Por Diego Garagorry,
Country Manager de
Globant en Chile.



AI Inteligencia Artificial

WWW.OCTOPUSS.CL



+56 2 2946 2763 • info@octopuss.cl • World Trade Center, Torre Norte, Of. 201, Las Condes.

SonicWall amplía su gama de firewalls de próxima generación enfocada en gobierno



SonicWall anunció la expansión de su oferta de protección contra amenazas con el NSA 3700, un dispositivo de seguridad multi-gigabit diseñado para impedir los ataques dirigidos a agencias gubernamentales, minoristas, educación y empresas. La compañía también introdujo varias actualizaciones de productos, incluida la protección contra amenazas de red cerrada, analytics de próxima generación, administración de seguridad nativa de la nube mejorada y un administrador de red inalámbrica renombrado. Desarrollado por SonicOS 7.0, el nuevo firewall SonicWallNSa 3700 ofrece una UX/UI moderna, controles de seguridad avanzados, además de capacidades críticas de gestión y redes para aumentar la visibilidad y ayudar a defenderse de los ataques cada vez más específicos de la actualidad.

Con el nuevo NSA 3700, las organizaciones obtienen la protección multigigabit necesaria, así como el rendimiento frente a amenazas de nivel empresarial con uno de los costos totales de propiedad más bajos de su clase, según enfatizó la marca. Al ofrecer 22.500 conexiones por segundo, admitir hasta 750 mil conexiones DPI simultáneas y hasta 3 mil túneles VPN de sitio a sitio, el NSA 3700 garantiza que la seguridad sea escalable en los entornos más grandes.

Mayor información en www.sonicwall.com

LG busca sorprender a los consumidores con su línea de televisores OLED Evo



El mercado de televisores sigue creciendo a un ritmo vertiginoso, con nuevas tecnologías y actualizaciones que transforman nuestra forma de disfrutar los contenidos audiovisuales y convertirlos en toda una experiencia. Esta vez, LG apuesta por su nueva tecnología OLED Evo, una evolución de la exitosa línea OLED de la marca que tendrá una mayor luminosidad, claridad, detalle y realismo.

Además, cuenta con un nuevo soporte Gallery Stand 2, una alternativa atractiva al elegante soporte Gallery Design empotrado en la pared, para aquellos que deseen dejar su televisor en cualquier rincón del hogar y sin necesidad de instalarlo en la pared.

Los nuevos LG OLED Evo incluyen el último procesador inteligente de LG, Alpha 9 Gen AI, que renueva el rendimiento de las últimas series de televisores LG Z1, G1 y C1. El procesador

aprovecha el Aprendizaje Automático para mejorar el escalado, haciendo que el contenido de cualquier calidad parezca perfecto en las pantallas grandes y autoemisivas.

El procesador más nuevo de LG cuenta con AI Picture Pro, que reconoce objetos en pantalla como caras y cuerpos, y distingue entre los primeros planos y los fondos, procesando cada objeto de forma independiente para hacer que las imágenes sean más tridimensionales.

Mayor información en www.lg.com

TRENDnet lanza switches de red no administrados de 2,5 G

TRENDnet extendió su actual cartera de soluciones de red multigigabit con dos modelos de switches no administrados de 2,5 G a precios asequibles.

El switch de 2,5 G no administrado de 8 puertos (TEG-S380) y el switch de 2,5 G no administrado de 5 puertos (TEG-S350) son las últimas incorporaciones a la familia de soluciones de red multigigabit de TRENDnet. Ambos switches incluyen puertos 2,5 GBASE-T RJ-45, que ofrecen a los usuarios una capacidad de hasta 2,5 Gbps a través del cableado Cat5e existente (o superior). Los nuevos switches 2,5 G son medios rentables para aumentar el rendimiento de la red y ayudan a reducir o eliminar los cuellos de botella en esta. Estos switches multigigabit también disponen de una carcasa metálica resistente, así como un diseño sin ventilador para eliminar los molestos ruidos de funcionamiento.

Para una mayor flexibilidad de instalación, están convenientemente contruidos para instalarse en la pared o colocarse sobre un escritorio. Además, estos switches son compatibles con IEEE 802.3bz; y con tecnologías de hardware preexistentes. No se requieren configuraciones especiales para conectar estos switches y para dispositivos de red Ethernet 2,5 G de alta velocidad.

Mayor información en www.trendnet.com



Epson renueva línea de alto volumen de impresión con tres multifuncionales a color

Para cubrir el segmento de alto volumen de oficina, Epson trae a Chile los nuevos equipos WF-C20600, WF-C20750 y WF-C21000, con velocidades de 60, 75 y 100 ppm, respectivamente, las que se alcanzan gracias a su tecnología de cabezal fijo sin calor PrecisionCore.

Las multifuncionales, como toda la línea de productos WorkForce, destacan por su gran productividad, excelente calidad de impresión, confiabilidad, bajos costos de mantención y el consumo energético más bajo de su clase, según destacó la marca. Alcanzan resoluciones de hasta 600 dpi x 2.400 dpi y aceleran el flujo de trabajo con un volumen de impresión mensual recomendado de hasta 100 mil páginas y una bandeja de entrada con capacidad de hasta 2.350 hojas, más una opcional para 3 mil hojas.

Orientadas a oficinas y empresas con altos volúmenes de impresión a color y b/n, las nuevas WF-C20600, WF-C20750 y WF-C21000 imprimen, escanean y realizan copias de documentos. Si bien mantienen características de los modelos precedentes, como la velocidad, capacidad de bandeja, resolución, gramaje de 64 g/m2 hasta 350 g/m2, bajo consumo energético, rendimiento de consumibles, entre otras, adicionan nuevas funciones como un finalizador de folletos y perforado, siendo excelentes soluciones para crear, apilar, grapar, crear cuadernillos y acabados con perforaciones. Cuentan, además, con fax, conexión inalámbrica a través de Wi-Fi Direct y Ethernet.

Mayor información en: www.epson.cl



WF-C20600



**NUUESTRO DEBER,
SEGUIR CUIDÁNDONOS**
no bajemos la guardia



EL TELETRABAJO LLEGÓ PARA QUEDARSE Y TU EMPRESA ¿QUÉ ESPERA?

SOLUCIONES FUNDAMENTALES PARA IMPLEMENTAR EN TELETRABAJO



CENTRALES TELEFÓNICAS COMO SERVICIO

Accesos a la red pública de telefonía fija y móvil
Anexos virtuales en los smartphones o en los PCs de tus colaboradores



ENVIO MASIVO DE SMS

Herramienta de comunicación, no invasiva y al más bajo costo por contacto.
Campañas de Marketing, envío de claves transitorias, cobranza, encuestas, reserva de horas y más.

Nuevos proyectores láser Epson PowerLite para educación, oficinas y comercio

Epson anunció cuatro nuevos modelos láser para los ámbitos de la educación, empresas y señalización en negocios: PowerLite L250F, L200W de tiro largo, y PowerLite L200SW y L200SX, de tiro corto, que ofrecen lo último en tecnología de pantalla láser. Proyectan imágenes excepcionales y brindan versatilidad junto con prácticas herramientas de proyección integradas, estando diseñados para mejorar la participación en clases y/o reuniones, y optimizar los espacios existentes de comunicación con señalización digital. “Ya sea para inspirar a las mentes jóvenes o atraer la atención de los clientes, Epson se enfoca en brindar una proyección de alta calidad y gran tamaño que superará la prueba del tiempo en los cambiantes entornos escolares y empresariales”, comentó Matías Cabrera, Product Manager de Proyectores Epson Chile.



Desarrollados para mejorar la colaboración y visibilidad de los alumnos o trabajadores, estos equipos brindan imágenes grandes y brillantes para lograr presentaciones de lectura sencilla desde prácticamente cualquier espacio del aula u oficina, con hasta 4.500 lúmenes de luminosidad e imágenes de hasta 500”. Estos proyectores de larga duración y uso sencillo incluyen una fuente de luz láser de hasta 20 mil horas de uso prácticamente libre de mantenimiento, sin cambio de lámpara, y funciones inalámbricas integradas para mayor conveniencia. Asimismo, permiten compartir contenido simultáneamente hasta con 50 dispositivos conectados a través del software Epson iProjection, y pueden aprovechar la conectividad inalámbrica que ofrece Miracast para compartir fácilmente el contenido proyectado. Con un valor excepcional, estos modelos brindan flexibilidad superior y se integran fácilmente a los cambiantes entornos de hoy en día. Mayor información en www.epson.cl

Galaxy A52, A52 5G y A72 hacen que la innovación sea accesible para todos



Samsung destacó los Samsung Galaxy A52, A52 5G y A72, equipos que según enfatizó hacen que la poderosa innovación sea accesible para todos. La última serie Samsung Galaxy A permite comunicarse y expresarse con una cámara de alta calidad, sumergirse en una experiencia de visualización clara con una pantalla de desplazamiento suave y disfrutar de más tranquilidad con las características innovadoras de la base Galaxy que incluyen resistencia al agua y una batería de larga duración. La serie Galaxy A también ampliará tu experiencia móvil al proporcionar acceso al ecosistema Galaxy más amplio de dispositivos conectados, como Galaxy Buds Pro, Galaxy SmartTag y Galaxy Tab.

SmartThings se conecta y controla miles de dispositivos en un entorno de hogar inteligente directamente desde la serie Galaxy A, incluidos dispositivos vestibles, tablets, PCs y televisores. Además, SmartThings Find localiza tus dispositivos con instrucciones más intuitivas y

detalladas, y el localizador Galaxy SmartTag Bluetooth puede encontrar equipos o pertenencias no conectados adjuntándolos a lo que más importa. Por lo tanto, puedes conectar y controlar miles de dispositivos desde tu serie Galaxy A.

Asimismo, con potencia, velocidades híper rápidas y un gran rendimiento, el Galaxy A52 5G hace que la conectividad 5G sea accesible. Mayor información en www.samsung.com/galaxy

Cisco Secure presenta solución de autenticación sin contraseña

Cisco Secure dio a conocer una manera simple de contar con una seguridad eficaz mediante el reconocimiento Duo sin contraseña. Integrada de manera transparente en la experiencia de autenticación existente en esta plataforma, utilizada por más de 25 mil empresas en todo el mundo, la autenticación Duo sin contraseñas permitirá a los integrantes de una organización omitir la clave de seguridad (password) e iniciar sesión de forma confiable en las aplicaciones en la nube, a través de las llaves digitales o la biometría propia de los modernos PCs portátiles y teléfonos inteligentes.

La autenticación sin contraseña Duo forma parte de la plataforma Zero-Trust de Cisco, desde cualquier dispositivo, a cualquier aplicación o entorno de TI. El producto está diseñado para ser agnóstico con respecto a la infraestructura, allanando el camino hacia un futuro sin contraseñas, al tiempo que garantiza que las empresas puedan proteger sin problemas cualquier combinación de aplicaciones en la nube y en las instalaciones, sin requerir de múltiples productos de autenticación o dejar brechas importantes de seguridad.

Mayor información en www.cisco.com



El evento de mayor importancia para los actores del **sector logístico** en búsqueda de oportunidades y conocimientos.

6 de **OCTUBRE**
2021

Club Hípico de Santiago
Salón Bicentenario



expo BODEGAS & LOGÍSTICA 2021

un espacio para tu organización

www.expobodegas.cl



INFORMACIÓN Y VENTA DE STANDS:
Carolina Núñez / cnunez@emb.cl
(56-2) 2433 5500 / (56-9) 6847 0952

ENTRADA GRATUITA
Estacionamiento Liberado

EXHIBICIÓN DE
PRODUCTOS Y SOLUCIONES

CONFERENCIAS
ESPECIALIZADAS

MESAS
REDONDAS

ESPACIOS DE
NETWORKING

Organiza

NG LOGÍSTICA
NEGOCIOS GLOBALES
Supply Chain, Transporte & Distribución

Produce

EMB SEMINARIOS
LA PUERTA AL CONOCIMIENTO QUE SU NEGOCIO NECESITA

Patrocina

alog  **chile**
asociación logística A.G.

Datasur
INFORMACIÓN QUE IMPORTA

asexim
CHILE EXPORTADOR

Porque también te acompañamos donde estás



**AHORA DISPONIBLE EN
VERSIÓN DIGITAL**



20 años entregando información para la toma de decisiones en inversiones TI

Tecnologías y estrategias para la transformación digital

GERENCIA

{Síguenos en [Twitter](#) @RevGerencia y [LinkedIn](#) Revista Gerencia}