

Felipe Fuchs, socio de constructora FGS:

“Mekano siempre respondió a nuestros requerimientos”

En el proceso de profesionalización de su estructura la constructora FGS recurrió a Mekano para la implementación del ERP Microsoft Dynamics.

Tres amigos y compañeros de Ingeniería Civil de la Universidad Católica se unieron para fundar en 1993 la Constructora FGS S.A. Desde entonces los socios Felipe Fuchs, Eugenio Gellona y Francisco Silva han estado a la cabeza de esta empresa, que se dedica principalmente a la construcción de viviendas en altura, conjuntos habitacionales, oficinas y comercio.

Con el tiempo, la compañía ha consolidado un negocio rentable con altos niveles de excelencia, confiabilidad y estándares de calidad en cada uno de sus proyectos. Son 25 años de trayectoria que incluyen la construcción de más de un millón de metros cuadrados con la gran colaboración de un equipo afiatado y colaborador.

De la mano de la profesionalización

El crecimiento de FGS hizo que hace unos años atrás se iniciara una etapa de profesionalización. Así, en 2010 lo primero que se realizó fue la estructuración de los procesos para los que se implementó un ERP desarrollado en Chile. Hoy, iniciaron una nueva fase y

según explica Felipe Fuchs, socio fundador, “decidimos embarcarnos en un ERP de clase mundial para fortalecer los procesos de la constructora que en el quinquenio 2011 – 2016 había experimentado un gran cambio de escala”. Esta vez el foco era ir más allá de lo tradicional, mejorar los procesos de con-

trol, centrándose en cada una de las actividades de la empresa y comenzar a gestionar de forma sistemática las dotaciones y sus productividades. Con este objetivo llegaron a Mekano. “En el proceso de búsqueda y conocimiento de los ERP existentes en el mercado y teniendo muy claro lo que buscába-



EL PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN SE REALIZÓ EN UN AMBIENTE DE TRABAJO FRANCO, QUE PERMITIÓ SOBRELLEVAR TODOS LOS INCONVENIENTES SURGIDOS EN EL CAMINO. LA RELACIÓN CON MEKANO FUE Y ES MUY BUENA”,

FELIPE FUCHS.



Felipe Fuchs junto a Benjamín Plaut, gerente general de FGS quien tuvo a su cargo la puesta en marcha de la solución.

mos, Mekano nos mostró Microsoft Dynamics - Sigic. Nos pareció interesante como plataforma y nos dio la confianza de que sus ideas de gestión para la constructora iban a poder ser llevadas a la práctica como las imaginábamos”, explica el ejecutivo. Efectivamente fue

así y aunque inevitablemente siempre hay periodos de ajustes, “a nuestros requerimientos específicos, siempre Mekano supo ofrecer soluciones dentro de Dynamics. Varias veces estuvimos trabados en el proceso de implementación, pero Mekano fue “porfiado” y

logró darnos las soluciones requeridas, quizás con un esfuerzo adicional, pero con un buen resultado. Mekano nos permitió poder crear una solución de gestión a la medida de nuestras expectativas”, concluye Fuchs.

Estado actual

Hoy FGS está “montado” en una plataforma cloud de primer nivel que les permitirá un crecimiento orgánico, sin depender tanto de las personas. “Pero principalmente contamos con menos sistemas chicos, malamente interconectados que se prestaban para errores y/o malas prácticas”. Además, se implementó una solución que les permitirá hacer gestión sobre sus presupuestos, compras y personas, lo que a juicio de Fuchs es uno de los costos más importantes en los proyectos que desarrollan y donde hoy la industria hace menos gestión.

En cuanto al servicio recibido por parte de Mekano, el ejecutivo sostiene que el proyecto de implementación se realizó en un ambiente de trabajo franco, que permitió sobrellevar todos los inconvenientes surgidos en el camino. “La relación con ellos fue y es muy buena. Es que tanto Mekano como nosotros estábamos convencidos que los esfuerzos realizados eran por mejorar la implementación del proyecto, generando un sistema eficaz y eficiente en la constructora”.

Ahora el objetivo es seguir avanzado y en el mediano plazo esperan realizar ajustes y mejoras secundarias a lo implementado, “como, por ejemplo, ir a sistema de reportería vía Power BI”, agrega Fuchs. Por otro lado, también están viendo la posibilidad de llevar la información a los celulares de las jefaturas en obra, lo que implica el manejo de vales de consumo de insumos, como también de la asistencia, de las dotaciones y de las asignaciones de ellos, con esta misma herramienta. “Queremos tener la mejor y más oportuna información de todos nuestros procesos para mejorar la gestión”.

Comercial Castro:

La vanguardia entra a la empresa familiar

Dedicados al mercado mayorista de alimentos y con un importante plan de aperturas de supermercados, Comercial Castro vio la necesidad de mejorar su POS y potenciar el servicio a sus clientes para crear con ellos una relación sólida y cercana.

20

Son más de 50 años dedicados al mercado mayorista de alimentos. Una tradición familiar que con el nombre de Comercial Castro, escribe una historia de exitosa trayectoria y consolidación de marca.

Se trata de una empresa cuyos valores están relacionados con la honestidad e integridad en los negocios y con los socios comerciales que integran su comunidad como almaceneros, clientes y distribuidores, entre otros.

El foco es crear una retroalimentación necesaria con ellos en la que siempre “brindamos calidad y seguridad en nuestros productos al mejor valor para nuestros ellos, con reconocida tradición en carnes, cecinas y lácteos; sin descuidar los abarrotes, por supuesto”, explica Pablo Castro, Doctor of Philosophy in Business Administration y Director Comercial de Grupo Castro.

Durante la última década, Comercial Castro ha impulsado además un fuerte plan de aperturas de supermercados, formato con el cual se ha potenciado la relación con el cliente final. Hoy su red de puntos de ventas cuenta con 13 locales mayoristas y 3 supermercados.



Pablo Castro Campos, Director Comercial de Grupo Castro junto a Pamela Castro Campos, gerente de Administración y Finanzas y Luis Castro Torres, fundador y CEO.



Actualmente Comercial Castro cuenta con 12 locales mayoristas y 4 supermercados, lo que los llevó a mejorar su POS.

Al ritmo del crecimiento

En el contexto de esta consolidación y expansión en cantidad de sucursales, Comercial Castro, vio la necesidad de tener una mejor post venta y trabajar por mejorar el servicio con sus clientes.

“Llegó el momento en que nos replanteamos nuestros POS para buscar una alternativa que mejorara de forma sustantiva la atención en cuanto a información, promociones y disponibilidad de productos, entre otros temas. Todos de suma relevancia en la relación que deseamos tener con nuestros clientes”, explica Castro.

Para ello consideraron fundamental aplicar la inteligencia de negocios en su gestión comercial y llegar de forma más certera al mercado con la consecuente fidelización de quienes los prefieren.

Fue así como a fines de 2017 Comercial Castro inició un proceso de selección de POS para reemplazar su actual sistema. “Dentro de las soluciones de POS del mercado con nuestros requerimientos, tuvimos el detallado análisis de 5 alternativas, de las cuales destacó Mekano-LOC por la integración de da-

tos, conocimientos del negocio y prestigio de la compañía”, explica Castro quien añade “también lo escogimos al conocer la calidad de profesionales que se desempeñan en Mekano. Ellos nos han dado la confianza de cumplir con nuestro objetivo”.

En marzo de este año se inició la implementación de LOC, un Software World Class con casa matriz en Canadá y líder en Soluciones Retail desde hace 30 años y que Mekano pone en desarrollo con total profesionalismo.

“En la puesta en marcha contamos con un completo equipo de trabajo con personas que mantienen una comunicación permanente con nosotros, con un gran espíritu de servicio, participativo y responsable. Durante todo este tiempo, con Mekano la comunicación ha sido muy cordial y fluida, con una orientación al objetivo bastante claro y proactivo”, destaca Castro.

El proyecto considera la integración con ERP SAP, boleta y factura electrónica y contempla migrar todos los actuales y nuevos locales este segundo semestre.



21

CON LA SOLUCIÓN PROPUESTA POR MEKANO BUSCAMOS MEJORAR EL NIVEL DE SERVICIO EN CUANTO A LA COMUNICACIÓN DE NUESTRAS ESTRATEGIAS COMERCIALES, COMO PROMOCIONES O DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS”,

PABLO CASTRO.