

• ESPECIAL •

Por **Vanessa Arenas**

Foto **Rodolfo Jara / Forbes Chile**

NAYI NÚÑEZ

VP OF ENGINEERING DE BETTERFLY

“INNOVAR ES INTENTAR Y, PRIMERO, ES NECESARIO CREER”

LA LÍDER TECNOLÓGICA DEL UNICORNIO CHILENO CONSIDERA QUE, AL PARTIR COMO STARTUP, LA INNOVACIÓN ES PARTE DEL ‘MINDSET’ EN TODAS LAS ÁREAS DE TRABAJO, POR LO QUE ES CLAVE EL TALENTO, LA COHERENCIA Y LA EJECUCIÓN EN EL ‘ROADMAP’ DE CADA CARGO.

Nayi Núñez es la mujer que lidera la innovación de Betterfly, el unicornio chileno que ofrece seguros y beneficios a las empresas y sus empleados. Pero no lo hace desde un equipo específico de innovación dentro de la startup, sino como VP of Engineering. ¿La razón? La compañía percibe la innovación como un *mindset* de trabajo, su propia cultura. Ella es una de las pocas mujeres con un alto cargo dentro de una empresa tecnológica; es decir, impulsa a que otras también se cuestionen: ¿podré ser yo la próxima?

Núñez es ingeniera civil en ciencias de la computación y anteriormente fue jefa de Desarrollo de Sistemas en

Banco Falabella y jefa de TI en FID Seguros. Tiene experiencia en planificación estratégica de TI, gestión de carteras de proyectos, gestión de presupuesto y planificación de capacidad. Ha destacado en proyectos tecnológicos durante toda su carrera. “Innovar se trata de intentar y, para intentar, es necesario primero creer”, dice.

Para la ejecutiva, la coherencia y el ejemplo son los mejores maestros. “Cuando se está en un entorno que despliega una actitud de innovación en todas las decisiones, desde las más cotidianas hasta las más estratégicas, en el sentido de buscar en todo, y sin miedo, nuevas y mejores formas de entregar valor, se genera un efecto

contagio”.

Este año, Betterfly lanzó su nueva app para brindar experiencias a los usuarios de acuerdo con sus necesidades, localidades, planes de beneficios, idiomas, preferencias e incluso hábitos. Al respecto, Núñez indica que la escalabilidad de este nuevo producto es exponencial, característica necesaria para lograr el plan de expansión que tienen en marcha.

En este cuarto trimestre de 2024 trabajan en tres focos de producto: el lanzamiento de diferentes versiones de seguros de salud, el estreno en España de esta app y la puesta en marcha de un portal de clientes mucho más personalizado.



LÍDERES DE LA INNOVACIÓN



Desde el año pasado también han trabajado con soluciones de inteligencia artificial (IA), que potencian sus procesos. Por ejemplo, cuentan con un motor de generación inteligente de ofertas comerciales y un asistente inteligente In-App, capaz de entregar respuestas a un alto porcentaje de

los requerimientos y consultas de los usuarios, asegura.

EL TALENTO

En una startup, que nace con el ADN de innovar y cambiarlo todo, el equipo que la conforma lo es todo. Y eso lo resalta Núñez, quien cree que el talento

debe ser acorde a esta cultura. “Somos conscientes de que el estar en un entorno de trabajo altamente dinámico puede resultar energizante y atractivo para algunos, como también incómodo o frustrante para otros. Por lo tanto, tratamos de que nuestros procesos de reclutamiento sean muy honestos presentándonos a nuestros candidatos tal cual somos y en lo que creemos”, señala.

Para Betterfly, el equipo debe tener convicción, compromiso y capacidad de aprender. También debe ser “automovilizado”, indica Núñez, es decir, que haga que las cosas sucedan. Otra característica que priorizan es el entendimiento de la experimentación y calibración. “Son parte necesaria del proceso de evolución, lo que significa que debemos ser capaces de, por un lado, abrazar todas las interacciones del proceso de descubrimiento, incluso aquellas que no logran el resultado esperado; y, por otro lado, ser rápidos para iterar y converger”, detalla.

PROTECCIÓN, PREVENCIÓN E INNOVACIÓN

Dentro de las oportunidades que ve Núñez para seguir desarrollando innovación están el acercamiento de los seguros a las personas como una herramienta de protección y prevención. En especial, en las ramas de salud y vida. “Hoy estamos cambiando la relación tradicional de las personas con sus seguros, llevándola a una menos transaccional con comunicación permanente, de simple y fácil acceso, personalizable y que recompensa el buen uso y los hábitos saludables”.

Para ella, la experiencia que ha tenido Betterfly les ha mostrado que tienen un rol muy importante en la vinculación orgánica entre los proveedores de seguros y las personas, por lo que seguirán enfocados en eso de la mano de distintas herramientas que sigan potenciando la personalización para los clientes. **F**