

**"MISIÓN TECNOLÓGICA PARA EL DESARROLLO  
DE PROVEEDORES DE LA INDUSTRIA DEL  
RETAIL, NRF, NEW YORK."**

Código: 09MTEC-6856

Fundación Para La Transferencia Tecnológica.

Informe Final Técnico  
29 de enero del 2009.

CERETJ )  
OD ES ETA

3.1.3 Grado de cumplimiento del programa de la Misión Tecnológica (si es distinto al 100% programado, explicar motivos). Informar si hay participantes que no participaron de la totalidad de las actividades programadas.

Durante la misión se cumplió el siguiente itinerario:

- Domingo 10 de enero: NRF 99th Annual Convention & Expo. **CONVENTION.**
- Lunes 11 de enero: NRF 99th Annual Convention & Expo. **EXPO & DESIGN STUDIO.**
- Martes 12 de enero: NRF 99th Annual Convention & Expo. **EXPO & DESIGN STUDIO.** Visita guiada a stand de Microsoft y sus partners.
- Miércoles 13 de enero: NRF 99th Annual Convention & Expo. **CONVENTION.**
- Jueves 14 de enero: Reunión Microsoft.
- Viernes 15 de enero: Libre para visitas a tiendas retail.

| NOMBRE DE LA ACTIVIDAD                                | FECHA           | RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD                                                                                                                                                                 | % CUMPLIMIENTO | COMENTARIOS                                                                     |
|-------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 1 Conferencia y feria                                 | 10 al 13 de ene | La actividad se desarrollo con normalidad, cada empresa participó de las charlas que les interesaban ya que habían varias paralelas y visitó los stands más relacionados con sus negocios. | 100%           | Hubo gran cantidad de temas alternativos para que la empresas se documentaran.  |
| 2 Reunión con partners de Microsoft durante la feria. | 12 de enero     | Se revisaron las soluciones para retail que han desarrollado los partners sobre plataformas de Microsoft.                                                                                  | 100%           | Se revisa la alternativa de las empresas en constituirse partners de Microsoft. |
| 3 Reunión con Microsoft                               | 14 de enero     | Se logró llegar a acuerdo en lo puntos que se debía trabajar entre las empresas y Microsoft                                                                                                | 100%           | Sólo no participó Scopix por ser partner de otra empresa mundial y tener        |

3.1.4 Logros destacables de la Misión Tecnológica. Se deja abierta la opción de que las empresas que lo deseen, incluida la empresa postulante manifiesten "logros destacables" durante el desarrollo del proyecto de Misión Tecnológica. Informar también acerca de contactos realizados, compras de insumos de maquinarias, acuerdos estratégicos, de cooperación técnica, tecnológica y/o comercial.

El principal impacto tiene que ver con la alineación de las empresas que a la fecha no estaban cohesionadas como sector productivo. Se ha logrado producir cohesión e interés en continuar con el proceso de clusterización y capacitación que se ha iniciado. Es así como ya se están desarrollando nuevas iniciativas a partir de esta experiencia a la que se han unido otras empresas del sector. Existe gran interés para las empresas el uso de instrumentos gubernamentales que les permitan impulsar el crecimiento hacia Latinoamérica.

Esta convención y exposición aglomera las experiencias más exitosas de innovación en el mercado del retail mundial, donde se desarrollan temáticas sobre estrategia y decisiones tácticas que afectan las decisiones de los consumidores y los recientes desarrollos de software que apoyan las operaciones de este sector por lo que fue muy valorada por las empresas.

El objetivo de la misión fue transmitir a los proveedores de servicios de los retailers las mejores prácticas mundiales que les permitan desarrollar conocimiento e implementarlo en un futuro próximo a través de nuevos enfoques y modelos. Estos desarrollos se caracterizan por hacer uso sofisticado de la información que la misma actividad comercial de las empresas va generando, tanto en la toma de decisiones operativas como comerciales y logísticas, de manera que se logre otorgar mejoras efectivas en la productividad y, por ende, mejoras en la calidad del servicio para los consumidores.

Es así como a través de esta actividad, donde las empresas mundiales comparten sus estrategias y tácticas para reclutar clientes, se quiso entregar prácticas que les den herramientas para desarrollar, implementar e integrar modelos de gestión de operaciones y tecnologías de información que son generadoras potenciales de grandes aumentos de productividad, de manera de aumentar las posibilidades de expansión de los proveedores a nivel regional.

Además se contó con el apoyo de ProChile, institución que montó un stand para difundir los servicios de las empresas chilenas de retail y prestó asesoría sobre cómo internacionalizar los servicios.

Entre los logros que se obtuvieron de esta visita destacan:

Las empresas pertenecientes al grupo aumentaron su conocimiento en retail y conocieron más sobre los procesos de negocio que acompañan el desarrollo de este sector.

Las empresas conocieron otras aplicaciones para procesos claves de la operación.

Las empresas establecieron vínculos con empresas globales de TIC que tienen aplicaciones específicas de retail, y para las cuales es atractivo el mercado Latinoamericano estando interesadas en buscar partners.

En particular con Microsoft se acordó:

Explorar la posibilidad de organizar una presentación a proveedores de servicio en TI para dar a conocer nuestra estrategia tecnológica para la Industria del Retail.

Explorar avenidas para proveer del entrenamiento necesario que les permita considerar nuestra plataforma para desarrollar soluciones para esta Industria.

La misión permitió que las empresas pyme que no tienen acceso a estar en la vanguardia de los avances en el sector retail, tuvieran la posibilidad de adquirir conocimiento práctico de aplicaciones reales implementadas directamente de los especialistas que trabajan en las grandes compañías mundiales. De esa manera se apoya en la gestión comercial de los ejecutivos/dueños. Además permite que se genere un contacto directo con aquellas empresas y organizaciones donde las pymes visualicen oportunidades de desarrollo para su área.

Las empresas han seguido participando del cluster; actualmente se está trabajando con éstas en una misión comercial a Colombia con el objeto de implementar oficinas en el mediano plazo, labor que se desarrolla coordinada a través del CERET y con apoyo de ProChile.

A partir de esta iniciativa se espera que estas empresas proveedores comiencen a dar servicios conjuntos a distintos tipos de retailers en Latinoamérica. La experiencia sirvió para que las empresas visualizarán la importancia de asociarse para ofrecer servicios conjuntos más especializados de manera que logren una mayor oferta de servicios, sean más competitivos y tengan un mayor poder de negociación en otros mercados.

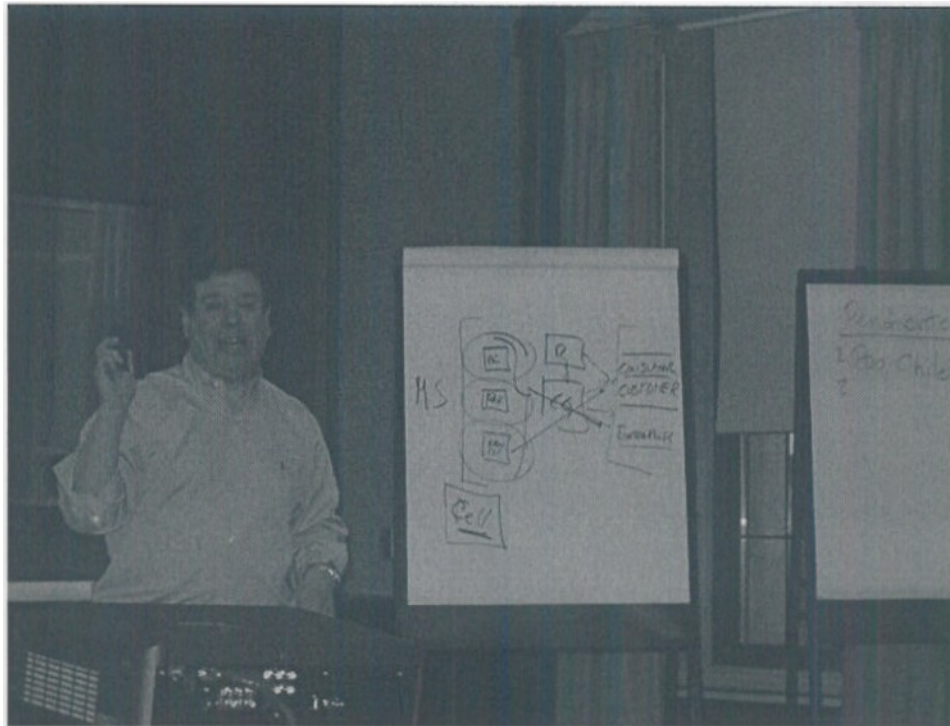


# Innov1C'hile

## CORFO







Informes de resultados y conclusiones por empresa:

|                                                                                                                                                                                                                                          |                     |                |                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------|------------------|
| <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div>  <br/>e-commerce &amp; retail </div> <div> <h1>INFORME VISITA NRF</h1> </div> </div> |                     |                |                  |
| PARA:                                                                                                                                                                                                                                    | INNOVA CHILE, CORFO | Preparado por: | Enzo Rivera Izam |
| PARA:                                                                                                                                                                                                                                    |                     | Fecha:         | 25.Enero.2010    |

BBR • Participación en la NRF

## VISITA NRF

En representación de BBR, Enzo Rivera participó en la Misión Tecnológica para el Desarrollo de Proveedores TICS de la Industria del Retail que se desarrolló entre el 8 y 15 de enero del 2010. Las actividades realizadas fueron las siguientes:

- (1) Participación en las conferencias de la NRF entre el domingo 10 y miércoles 13 de enero
- (2) Visita a la Expo NRF con la muestra de las tecnologías de información disponibles para el retail entre el lunes 11 y martes 12 de enero
- (3) Reunión con Prochile y Microsoft para explorar oportunidades de negocio en Chile y otros, jueves 14 de enero

## COMENTARIOS:

Respecto a la participación de BBR en la NRF se puede comentar:

- La participación en las conferencias fue muy buena pudiendo recibir herramientas conceptuales, ideas, mejoras prácticas y consejos para enfrentar las distintas problemáticas del retail. Es muy valioso escuchar a líderes mundiales de la industria hablar de diversos temas relacionado con:
  - o Store Operation
  - o Impacto de Internet en el Retail
  - o Mobile Retailing
  - o ARTS
  - o Global Power of Retailing
  - o Casos de Éxito: Tesco, Zappos, Polo...



- Del punto de vista de la Expo, también es una gran oportunidad para ver los avances de la tecnología disponibles en el Retail así como también apreciar aplicaciones disponibles en la industria y en otros clientes. Es así como se establecieron contactos con importantes proveedores de otros países como
  - o Oracle
  - o JDA
  - o IBM
  - o Torex
  - o Netezza
  - o Bizerba
  - o Cisco
  - o Microsoft
  - o Reflection
  - o SAP

#### PRINCIPALES BENEFICIOS

Del punto de vista de los logros y beneficios para BBR se puede mencionar que los principales beneficios de nuestra participación en la misión tecnológica a la NRF 2010 son los siguientes:

- Tener la oportunidad de compartir con importantes empresarios del retail nacional e internacional durante varios días. Intercambiar ideas, establecer vínculos de trabajo y compartir experiencias que en definitiva nutren de más y mejor información que aplicar en nuestros trabajos a diario.
- Apreciar el rol que están jugando las tecnologías de información a nivel mundial en esta industria, cuales son las tendencias futuras, que se está haciendo en USA y Europa, cuales son las principales innovaciones en estos asuntos.
- Finalmente y como tercer logro importante de la visita podría citar el hecho de estar desconectado del día a día de la oficina de Santiago y estar con todos los sentidos puestos en asuntos de Retail, charlas interesantes, nuevas tecnología, definitivamente abre paso al pensamiento estratégico clave para el desarrollo de BBR en los próximos 5 años. Nuevas ideas y contactos apoyan este proceso de desarrollo empresarial.

## CONCLUSIONES

Del punto de vista de las conclusiones se podría citar las siguientes:

- Estas oportunidades de participar en las grandes ligas del Retail, hacen valorizar lo que hace BBR y muchos otros proveedores en Chile. Esta valorización también es importante para mirar con mejores perspectivas los próximos pasos y la posibilidad de seguir exportando nuestros productos y servicios a otros países.
- El día a día muchas veces nos consume en tareas operativas y requeridas para el desarrollo del negocio. E poder participar de una experiencia como la NRF nos permite desconectarnos de lo operativo y abrir una conexión más estratégica con el desarrollo de nuestras empresas para los próximos años

---Fin del Documento -----

Informe Final

# Misión Tecnológica NRF 2010- NYC

---

## INTRODUCCIÓN

Este documento es el Informe Final preparado por Penta Analytics S.A. respecto del proyecto W 09MTEC-6856 Titulo "Misión tecnológica para el desarrollo de proveedores de la industria del retail,NRF, New York.", llevada a cabo durante la semana del 11 de enero del 2010.

En este proyecto, UNTEC actuó como Gestora del Proyecto.

Esta misión forma parte de un esfuerzo colaborativo entre distintas empresas que tienen en común, que prestan servicios a la industria del retail. Este esfuerzo colaborativo está enmarcado en un lineamiento de largo plazo, que apunta a conformar un cluster de proveedores de servicios para el retail, de manera de desarrollar una capacidad exportadora hacia mercados de LATAM.

A continuación se detallan los siguientes elementos:

- Resultados Esperados y Acuerdos
- Beneficios
- Conclusiones

---

## RESULTADOS ALCANZADOS Y ACUERDOS

En términos generales, el principal resultado para Penta Analytics es:

- Mayor comprensión de problemáticas de retail que son atinentes a la oferta de servicios de Penta Analytics, así como identificación de tecnologías y metodologías que potencian los actuales servicios, y facilitan el desarrollo de nuevos servicios.

En términos específicos, los principales resultados son:

- Identificación de empresas "espejo" que trabajan en Europa y USA. En forma precisa, se participa en dos foros, con dos empresas distintas, las que trabajan con retailers de clase mundial, tanto en USA como en Europa. Incluso, con una de ellas – Emnos - se estableció contacto directo con su CEO- Gerhard Hausruckinger.
- Establecimiento de contactos comerciales con empresas de tecnología que potencian los servicios que actualmente presta Penta Analytics a sus clientes, pero también, tecnologías que permiten desarrollar nuevos servicios. Estos contactos son:
  - Microsoft -se exploran alianzas comerciales- a través de su red de partners- y se logran los siguientes acuerdos:

- a) Explorar la posibilidad de organizar una presentación a proveedores de servicio en TI para dar a conocer la estrategia tecnológica de Microsoft para la Industria del Retail.
- b) Explorar medios para proveer de entrenamiento a cada empresa del cluster, de manera de considerar la plataforma de Microsoft para desarrollar soluciones basadas en tecnología para la Industria del Retail.
- CognoVision – especialista en video analytics, lo que permite explorar nuevas opciones de servicios para los actuales clientes y por supuesto, para nuevos clientes.
- MindTree – especialista en motores de business intelligence, catalogados a sí mismo como aceleradores. Es parte de la investigación que debemos hacer, para ver si apoya nuestros procesos internos de business intelligence.
- Profitbase – especialista en visualización de motores de business intelligence. Dispone de soluciones que debemos analizar para identificar el valor que aportan a nuestros procesos de entrega de resultados a cliente.
- Identificación de contactos comerciales con retailers chilenos, entre los que se cuentan Unimarc, DIN ABC, Falabella, Cencosud. Si bien, algunos de ellos son o han sido clientes de Penta Analytics, esta instancia permite explorar nuevas opciones de servicios en esas empresas.
- Identificación de contactos comerciales con retailers de México, Colombia, Perú y Brasil, a fin de ampliar la base de prospectos, a fin de colaborar con los esfuerzos comerciales que actualmente están en desarrollo.
- Contactos comerciales con las otras empresas que formaban parte de la misión, a fin de colaborar tanto en el desarrollo de servicios conjuntos – cliente-proveedor – como en colaboración a fin de potenciar los esfuerzos comerciales en otros mercados de LATAM. Especial atención tiene el contacto de ALTO que requiere servicios analíticos y además está iniciando operaciones en Colombia, que es un mercado prioritario para Penta Analytics.

---

## BENEFICIOS

Los principales beneficios obtenidos de la misión están asociados al hecho que el congreso y feria de la NRF es uno de los encuentros más importante del retail en USA y en el mundo. Asiste un número amplio de profesionales vinculados al retail, en especial, los que se desempeñan en retailers y en proveedores de servicios basados en tecnologías de información.

A la luz de lo indicado, es clave para una empresa como Penta Analytics, comprender en forma cabal el estado del arte en los servicios analíticos, que corresponden a su core de negocio. De esta manera, tener acceso en un mismo punto, y en una ventana de tiempo acotada, a tan amplio número de profesionales y empresas, tiene un alto valor. Así se gana en conocimiento,

contactos de clientes potenciales, contactos de proveedores potenciales; y contactos para alianzas potenciales.

Finalmente, en el mismo congreso se hace referencia a retailers que están innovando en el mundo, y al mismo tiempo, obteniendo resultados. Eso permite focalizar los esfuerzos de investigación, con el fin de innovar en servicios analíticos, que el core de nuestra empresa.

---

## CONCLUSIONES

Las principales conclusiones son:

- Los servicios analíticos en retail vienen creciendo y aún están poco desarrollado, incluso en los mercados más competitivos – USA y Europa. Por lo tanto, se tangibiliza la oportunidad que tiene Penta Analytics para hacer crecer la empresa. los resultados de ventas y utilidades del año 2009 así lo avalan.
- los retailers más importantes del mundo están utilizando servicios analíticos. No obstante, aún hay un potencial enorme de usos, para apoyar distintas decisiones tácticas en retail.
- La disponibilidad de soluciones que apoyan decisiones en retail es amplia, aunque muy centradas en soluciones de clase mundial, de alto costo de licencias y alto costo de implementación. También requieren equipos internos altamente calificados para aprovechar todo su potencial. En este contexto, la oportunidad es enorme para apoyar a retailers medianos,bs que predominan en LATAM.
- las distintas charlas, los stand de expositores de soluciones y los contactos realizados, e incluso los contactos que se registraron, facilitan el proceso de internacionalización de la compañía, ya que gradualmente se abren redes comerciales y de colaboración.



|                                                                                   |                     |                             |                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------|
|  |                     | <h1>INFORME VISITA NRF</h1> |                        |
| PARA:                                                                             | INNOVA CHILE, CORFO | Preparado por:              | GONZALO BALLESTEROS R. |
| PARA:                                                                             |                     | Fecha:                      | 25.Enero.2010          |

GENERA- Participación en la NRF

## VISITA NRF

En representación de BBR, Gonzalo Ballesteros participó en la Misión Tecnológica para el Desarrollo de Proveedores TICS de la Industria del Retail que se desarrolló entre el 8 y 15 de enero del 2010. Las actividades realizadas fueron las siguientes:

- (1) Participación en las conferencias de la NRF entre el domingo 10 y miércoles 13 de enero
- (2) Visita a la Expo NRF con la muestra de las tecnologías de información disponibles para el retail entre el lunes 11 y martes 12 de enero
- (3) Reunión Prochile y Microsoft para explorar oportunidades de negocio en Chile y otros, jueves 14 de enero

## COMENTARIOS:

Respecto a la participación de GENERA en la NRF se puede comentar:

- o La participación en las conferencias fue aun más enriquecedor en el mundo de los sistemas POS, rescatando nuevas tecnologías en atención de cliente en rubros de retail, ideas, mejoras prácticas y consejos para enfrentar las distintas problemáticas del retail

## CONCLUSIONES

- Estas oportunidades de participar en las grandes ligas del Retail, hacen valorizar lo que bien realizando Genera S.A. en el rubro de Retail. Esta valorización también es importante para mirar con mejores perspectivas los próximos pasos y la posibilidad de seguir exportando nuestros productos y servicios a otros países.