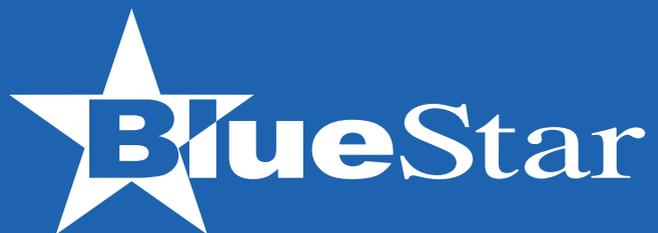


ESTUDIO



BlueStar analiza la transformación y el futuro del

RETAIL

BlueStar anticipa el futuro del *retail* combinando productos y servicios

El sector del comercio está en pleno proceso de transformación. El cambio en los hábitos de los consumidores, que están más informados, utilizan herramientas digitales y demandan una nueva relación con el comercio, está obligando al comercio a reinventarse. Para responder a esta demanda de mayor agilidad en los procesos y nuevos servicios para disfrutar de una experiencia de compra más enriquecedora, el minorista tiene la ayuda de los últimos avances tecnológicos que le acercan empresas como BlueStar, especialista en soluciones para el punto de venta, que cuenta con una oferta en la que destacan marcas de la talla de Elo Touch Solutions, Star Micronics y Zebra Technologies. Su combinación de productos y servicios abre nuevas vías de negocio al canal para acelerar el proceso de transformación y conseguir que el comercio siga siendo competitivo.

Rosa Martín



El sector del comercio está en pleno proceso de transformación para responder a la demanda del nuevo consumidor digital que pide una experiencia más personalizada y un servicio más eficaz. El comprador desea adquirir sus productos por varios canales, tener autonomía

dentro de la tienda, utilizar sus herramientas digitales y no quiere esperar colas ni para ser atendido ni para pagar.

En este contexto, el comercio tiene que satisfacer estas necesidades para captar y fidelizar al cliente. Y la tecnología es su mejor aliado. “El consumidor ha cambiado su manera de interactuar con el comercio. Y la tecnología no es una opción. Es un medio para vender más. Brinda la oportunidad de interactuar mejor con el cliente para que la experiencia tanto *online* como en la tienda física sea mucho mejor”, resalta Francisco Antona, responsable de marketing de BlueStar.

Para ayudar al sector del comercio en esta tarea de transformación BlueStar pone a disposición de su canal de *resellers* e integradores un



“La tecnología brinda la oportunidad de interactuar mejor con el cliente para que la experiencia tanto online como en la tienda física sea mucho mejor”

conjunto de soluciones y servicios que “combinados ayudan a mejorar desde la eficiencia en la gestión de inventarios hasta la interacción de los consumidores”, recalcó Antona. El primer paso dentro de esta estrategia de proporcionar soluciones globales es la identificación de las necesidades y las tendencias para acelerar la transformación.

Los terminales basados en tabletas, las soluciones interactivas para impulsar la comunicación en el punto de venta, los terminales móviles basados en Android o la seguridad son algunas de las necesidades detectadas que trata de cubrir con un conjunto de fabricantes de talla internacional para “establecer una estrategia comercial conjunta porque de esta fusión va a surgir el mejor servicio”.

Autoservicio y pantallas táctiles interactivas

Dentro del proceso de digitalización del comercio se está observando una evolución hacia lo interactivo. El cliente empuja al comercio a buscar soluciones que le permitan captar tanto a los jóvenes *millennials* que son nativos digitales como enriquecer los servicios que presta en la tienda.

“Las pantallas interactivas son una necesidad en este momento”, confirma el responsable de marketing de BlueStar.

El entorno de omnicanalidad actual, que supone que no siempre se inicien las compras en las tiendas físicas, y que favorece que las compras comiencen en el terreno *online* han impulsado las tecnologías interactivas que ayudan a cerrar las ventas. Para responder a esta necesidad, BlueStar ha elegido a Elo Touch Solutions porque en este terreno “es imbatible”.

Elo inventó la tecnología táctil en el año 1974 y desde entonces ha ido mejorando esta

Una mirada al futuro

Las soluciones de estas marcas y los servicios de BlueStar están marcando el camino al canal para satisfacer las necesidades del comercio que avanza hacia un futuro definido por el nuevo consumidor.

Los proveedores confirman que muchas de las tendencias que ahora están en una fase inicial se consolidarán. Citan a la movilidad, las tecnologías que unen el mundo físico y el digital y las soluciones que agilizan la operativa dentro del punto de venta y proporcionan un mejor servicio al usuario.

Zebra cree que el futuro del *retail* pasa por convertir el punto de venta en un punto de servicios ofreciendo una experiencia más personalizada. Su trabajo con BlueStar se centrará en transmitir las ventajas de la transformación digital.

Elo ve que se avanza hacia la consolidación de las soluciones de autoservicio, los probadores de ropa interactivos y el cierre de las transacciones a través de pantallas interactivas que permiten que el *retailer* amplíe su oferta en la tienda sin tener que tener todo en *stock*. El contacto con los *retailers* para conocer sus necesidades es constante para Elo y esta relación le permite “lanzar productos adecuados para esa transformación digital. Y BlueStar va a tener un rol estratégico como distribuidor”, augura Cediel.

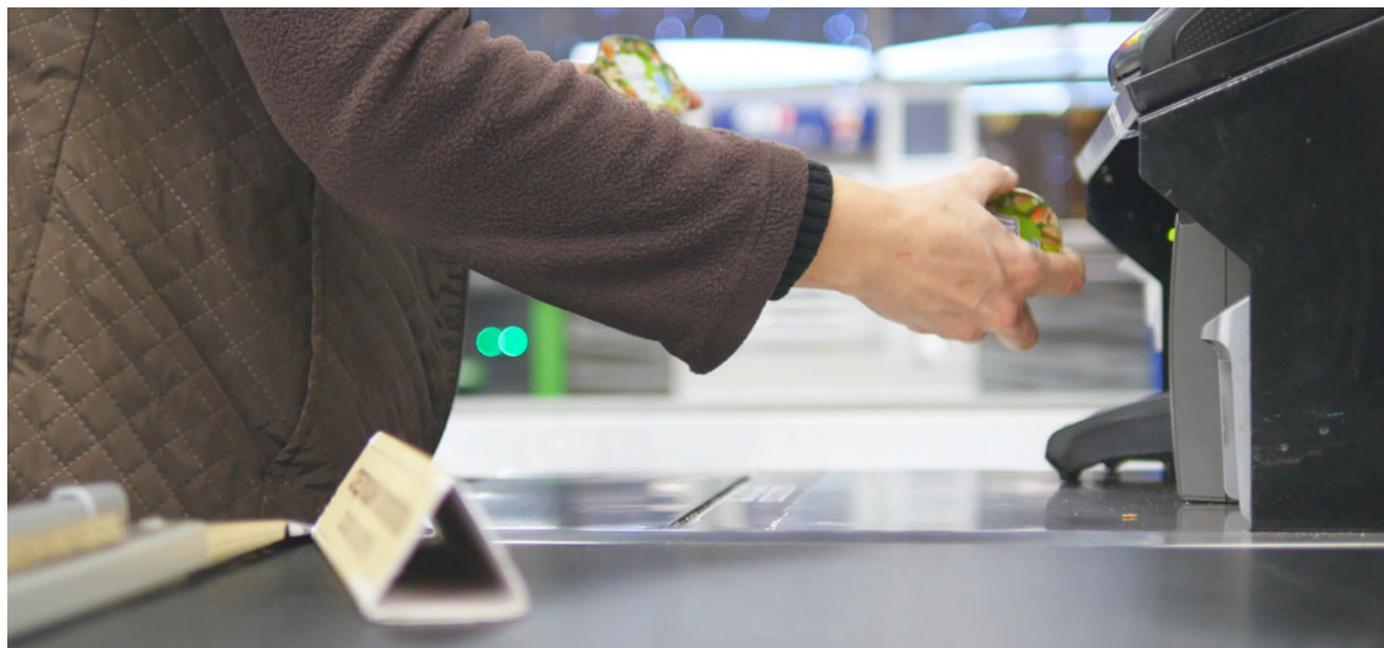
Antona se muestra seguro de que el futuro del *retail* estará marcado por el perfil de un nuevo consumidor y la capacidad que tenga el comercio para adaptarse. A su juicio, “cualquier comerciante que apueste por un entorno omnicanal tendrá garantizado su futuro”.

tecnología que se puede utilizar en diversos escenarios y aplicaciones. El autoservicio es una de ellas. Mario Maggi, *regional sales* en Iberia de Elo Touch Solutions, destaca que este tipo de soluciones “une el universo de la tienda física y el de la *online*”.

Las ventajas para el comerciante son claras: puede mostrar más productos que los que tiene en su exposición, hacer sugerencias a los clientes, reorganizar a su personal y agilizar el pago, dándole al cliente la opción de autopago sin tener que esperar colas.

En el terreno del autoservicio, la compañía está impulsando la gama iSeries que con la base Wallaby ofrece una solución para ser instalada en cualquier tienda. Además, Elo ofrece una gama completa de pantallas preparadas para la cartelería digital interactiva dentro del punto de venta.

Arianne Cediél, *channel sales manager southern Europe* de Elo, subraya que sus pantallas están diseñadas para múltiples usos.



El autoservicio ofrece una mejora de la experiencia del cliente

“Permiten mostrar información técnica de productos, vídeos informativos, tutoriales y testimonios de otros usuarios. Pueden ser

punto de información o directorio. Otro caso de uso es el de autoservicio y como elemento del probador de ropa interactivo”, detalla la directiva de Elo.

Estas opciones se traducen en una mejora de la experiencia del cliente dentro de la tienda y, al mismo tiempo, impacta en las ventas del *retailer*.

Elo tiene una oferta de pantallas de 10 hasta 70” diseñadas para adaptarse a distintas ne-

cesidades. “Nuestros productos están diseñados para lugares donde hay un tráfico intensivo de público y donde se van a utilizar de manera intensa. Pueden estar operativas 24 x 7”, recalca Cediél.

A la hora de comercializar estas soluciones Elo confía en el canal como única vía para llegar al cliente final y BlueStar es un distribuidor estratégico.

Movilidad

Otra de las tendencias que están asentándose en el mercado del *retail* es la movilidad. Antona explica que “la tecnología móvil, lo que se conoce como mPOS, es una de las tecnologías emergentes más interesantes que han surgido en los últimos años”.

Uno de los actores del mercado que supieron ver el cambio que implicaba la revolución ha sido Star Micronics, una marca especialista en impresión, que se adelantó a esta tenden-



“El mPOS es una de las tecnologías emergentes más interesantes que han surgido en los últimos años”

cia hace varios años en Estados Unidos. Ahora está impulsando esta propuesta en el mercado europeo y español. “Está creciendo este mercado en España y Star puede aportar soluciones de mobile POS”, subraya Grégoire Garoff, *international sales manager-southern Europe* de Star Micronics.

Las ventajas que aporta su propuesta para el punto de venta móvil son el ahorro de costes y tecnologías completas gracias

a sus soluciones “*all in one*”. Uno de sus productos de referencia en este apartado es el mPOP (*Mobile Point of Purchase*), una solución completa que une en una única solución una tableta, una impresora y un cajón portamonedas Bluetooth.

BlueStar ha optado por esta marca por el impacto que han tenido sus soluciones en el ámbito de la hostelería y que ahora

repetirá en el *retail*. La relación histórica que mantienen ambas compañías es un aval para ayudar a los distribuidores e integradores a aprovechar esta oportunidad de negocio.

Android

Otra tendencia que está acelerando el cambio en el *retail* y que está vinculada también a la movilidad es la irrupción de Android. Este sistema operativo permite desarrollar nuevas capacidades e impulsar los servicios dentro del comercio, lo que está marcando la diferencia.

Un abanderado de este sistema operativo es Zebra Technologies, una de las marcas principales de BlueStar, que optó por este sistema hace más de un lustro para ofrecer más eficiencia en el uso de los dispositivos y generar nuevos servicios.

“Zebra apostó por Android por su flexibilidad y capacidades”, detalla Ignacio Ruiz, responsable de preventa de Zebra para el mercado

ibérico. Este sistema permite avanzar en el concepto de punto de venta a punto de servicios que se observa en el mercado.

Las ventajas que proporciona frente a otros

sistemas operativos son claras. A nivel del administrador del departamento TI le ofrece información de la gestión de los dispositivos en tiempo real, mientras que para el trabaja-

Servicios

BlueStar basa su actividad en el servicio al canal, ofreciendo apoyo y soporte en todas las fases de venta. Desde el punto de vista comercial, pone a su disposición una red de ventas especializada que tiene amplio conocimiento sobre los productos y es capaz de aconsejarle para que puedan realizar una venta cruzada. A la vez, cuenta con un amplio stock que le permite atender la demanda de los clientes con rapidez con independencia de la envergadura del proyecto.

Otra ventaja que aporta es su fortaleza desde el punto de vista financiero, lo que le permite ofrecer formas de pago que en algunas ocasiones mejoran las que ofrece el propio fabricante.

Al mismo tiempo su enfoque comercial vertical es una oportunidad para muchos de sus clientes. Pone a su disposición distintos recursos como las páginas de marketing por verticales en las que ofrece información para que sus revendedores sepan identificar las oportunidades de negocio e incluso les brinda la opción de utilizar su plataforma para promocionar las soluciones desarrolladas para algunos de los fabricantes de hardware con los que trabaja.

dor que lo utiliza le ofrece un sistema similar al que les ofrece sus dispositivos de uso personal. “La curva de aprendizaje se hace mucho más rápida”, confirma Ruiz.

Zebra también ha sabido ofrecer una respuesta a la necesidad de seguridad que reclaman los clientes. A través de la iniciativa LifeGuard ofrece parches de seguridad y extiende la vida útil del dispositivo.

En su catálogo figuran distintas soluciones, pero una de sus últimas apuestas son los terminales TC51 y TC52 que destacan por su ergonomía y prestaciones para impulsar el punto de venta móvil.

“Los terminales de captura de datos son una herramienta fundamental para mejorar la eficacia y la eficiencia en la gestión de un comercio. Zebra ha sido el primer fabricante que ha apostado decididamente por Android y haciendo esto lo que ha hecho es marcar un futuro en el que no hay retroceso”, añade Antona.



Trabajo conjunto

Para dar a conocer estas soluciones y la oportunidad de negocio que supone para el canal, BlueStar está realizando un intenso trabajo conjunto con cada marca. “Trabajar mano a mano significa que podemos establecer políticas comerciales, objetivos y generar demanda de una manera conjunta”, comenta el responsable de marketing de BlueStar.

Cediel destaca de esta estrecha colaboración “el acompañamiento al *reseller* en la venta de proyectos”.

Con Zebra se repite el esquema de continuo contacto. Según apunta Ruiz, preparan proyectos y los desarrollan desde el principio. Star y el mayorista están centrando su relación en aportar valor a los distribuidores, apostando por *bundles* y soluciones completas.

BlueStar ayuda al comercio a prepararse para el futuro

BlueStar está desarrollando una estrategia para ayudar al comercio a vender más a través de las últimas soluciones tecnológicas. “La tecnología no es una opción; es una realidad que el comercio debe aceptar para seguir manteniendo su competitividad”, explica Francisco Antona, director de marketing de BlueStar.

El cliente actual ha cambiado y busca nuevas experiencias en el comercio. Por este motivo, la tecnología es el medio ideal para interactuar con este nuevo cliente.

“BlueStar, como mayorista de soluciones para el comercio, ofrece una gama de productos que combinados ayudan a mejorar esta experiencia, desde la eficiencia en la gestión de los inventarios hasta la interacción de los consumidores”, recalca Antona.

Para configurar esta oferta se apoya en marcas punteras como Elo Touch Solutions, Star Micronics y Zebra. Con Elo cubre las necesidades de interacción a través de pantallas. Con Zebra satisface las necesidades de la captura de datos y da una respuesta a la demanda de movilidad en el punto de venta con Star.

Estas soluciones ayudan a la transformación del comercio y anticipan su futuro, que a juicio de Antona “estará marcado por el perfil de un nuevo consumidor”.

Esta propuesta se completa con una serie de servicios diseñados para que su red de *resellers* e integradores puedan aprovechar la oportunidad de negocio que brinda la digitalización del comercio.





BlueStar

BlueStar es mayorista especializado en soluciones ADC, movilidad, punto de venta, RFID, *digital signage* y soluciones de seguridad. Trabaja exclusivamente con revendedores de valor añadido, proporcionándoles soluciones completas, desarrollo de negocio y servicios de marketing.

 **MÁS INFORMACIÓN** 

Más información:

Las ventajas que BlueStar aporta al canal



Especialistas en soluciones para *retail*

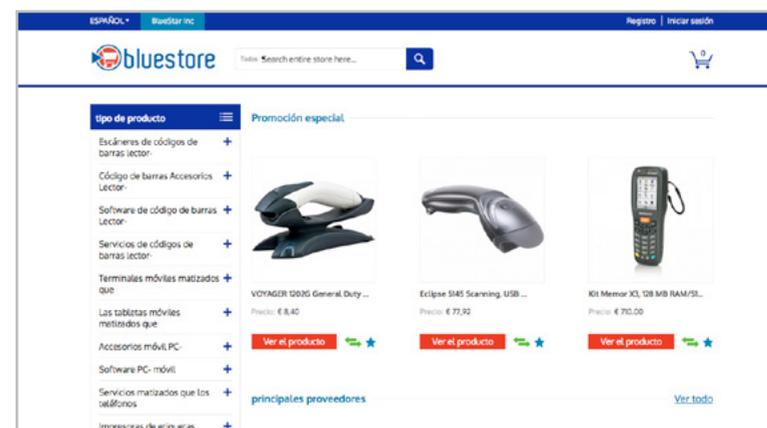


BlueStar cuenta con una completa oferta de soluciones para el punto de venta. En su catálogo figuran terminales, lectores de códigos de barras, impresoras, pantallas

interactivas, accesorios y todo aquello que necesita un comercio para agilizar sus operaciones.

 **MÁS INFORMACIÓN** 

Todas las soluciones se pueden encontrar en su tienda *online*



 **MÁS INFORMACIÓN** 

Las soluciones de autoservicio de Elo unen la tienda física y la *online*

Elo Touch Solutions aplicó la tecnología táctil a sus pantallas en el año 1974. Esta capacidad de innovación le ha acompañado desde entonces y le ha permitido configurar una oferta avanzada para satisfacer las necesidades de los nuevos consumidores y transformar el sector *retail*.

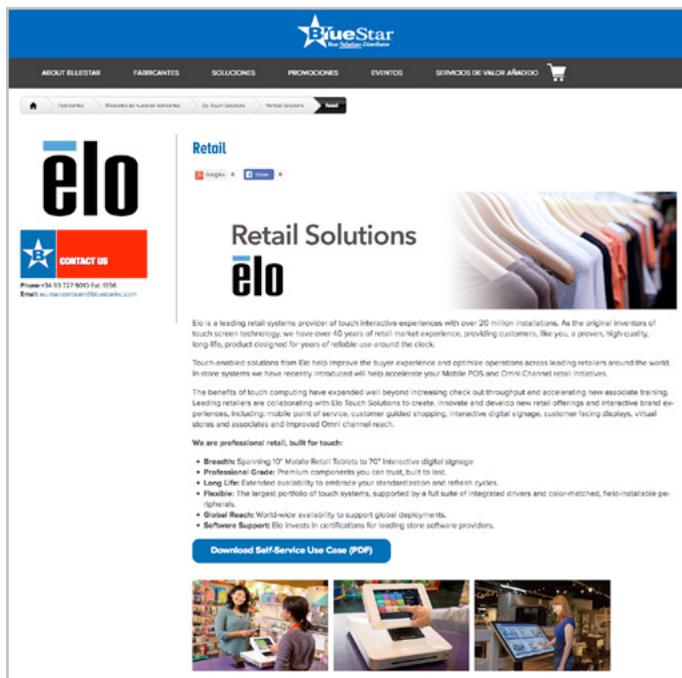
Las soluciones de autoservicio destacan en su catálogo por las ventajas que aportan tanto a los usuarios, que tienen una autonomía mayor en la tienda y evitan esperas innecesarias, como al *retailer* que le ayuda a reorganizar las tareas de su personal y amplía su capacidad para mostrar productos y realizar sugerencias a sus clientes. “Este tipo de soluciones une el universo de la tienda física y el de la tienda *online*”, subraya Mario Maggi, *regional sales manager* en Iberia de Elo Touch Solutions.

En su propuesta actual, que incluye soluciones de autoservicio para cada necesidad, destaca la gama iSeries, de formato de pantalla pequeño, que combina con el *stand* de Wallaby. El resultado es una “una solución de autoservicio lista para ser instalada inmediatamente en cualquier tienda de *retail*”, confirma el directivo.

Su alianza con BlueStar hace posible que estas soluciones estén disponibles para los distribuidores españoles.

VÍDEO

Mario Maggi, *regional sales manager* en Iberia de Elo Touch Solutions



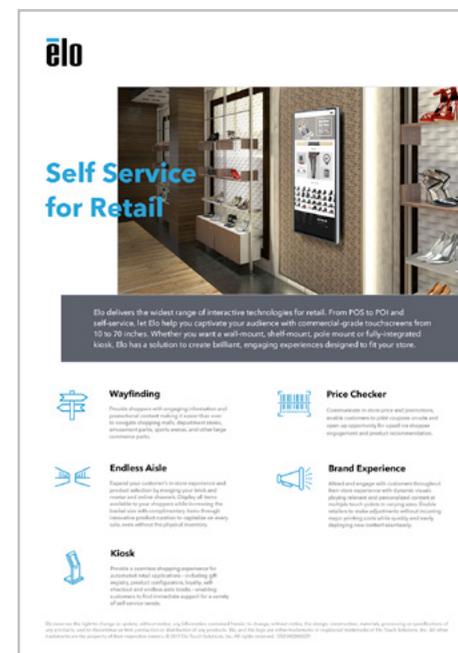
Soluciones táctiles y de autoservicio de Elo en BlueStar

Elo es uno de los principales proveedores de experiencias interactivas para el *retail* con más de 20 millones de instalaciones. Ofrece más de 40 años de experiencia en el mercado minorista y proporciona a los clientes productos de calidad, diseñados para un uso intensivo durante años.

MÁS INFORMACIÓN

Tecnología interactiva para el comercio

Desde el punto de venta hasta el punto de venta interactivo, la tecnología de Elo es capaz de cautivar al cliente con pantallas interactivas desde 10 hasta 70". Además proporciona distintas opciones de montaje: pared, en estanterías, en vertical o como un kiosco totalmente integrado. Elo tiene soluciones para crear experiencias atractivas para cada tipo de tienda.



MÁS INFORMACIÓN

“La tecnología táctil es nuestra razón de ser”

La tecnología de Elo se ha convertido en el mejor aliado del *retailer* para impulsar su transformación digital. La tienda física necesita ofrecer a sus clientes nuevas experiencias para competir con el comercio *online* y las pantallas táctiles interactivas son herramientas que les permiten mejorar el proceso de compra.

“Las tecnologías táctiles cambian la experiencia de compra”, explica Arianne Cediél, *channel sales manager southern Europe* de Elo.

Las diferentes aplicaciones de sus pantallas no solo aportan numerosas ventajas al usuario. El minorista también recibe un impacto positivo en sus ventas. “Al mejorar la experiencia, el cliente se siente más cómodo y autónomo; puede ver otras opciones y aumenta el *ticket* promedio de compra”, resalta la directiva.

Elo dispone de una oferta amplia, compuesta por pantallas desde 10 hasta 70”, que comercializa a través de su red de *partners* a los que ofrece diversas ventajas mediante el programa Elo Elite. En esta red destaca el papel de BlueStar, su mayorista paneuropeo con el que mantiene una relación estratégica.





Elo Touch Solutions

Elo es sinónimo de tecnología táctil. Hace más de 40 años inventó la pantalla táctil y desde entonces se ha focalizado en mejorar esta tecnología y en aplicarla a distintos entornos. Cada 21 segundos se instala una pantalla táctil en el mundo, lo que avala la calidad de su oferta.

 **MÁS INFORMACIÓN** 

Más información:

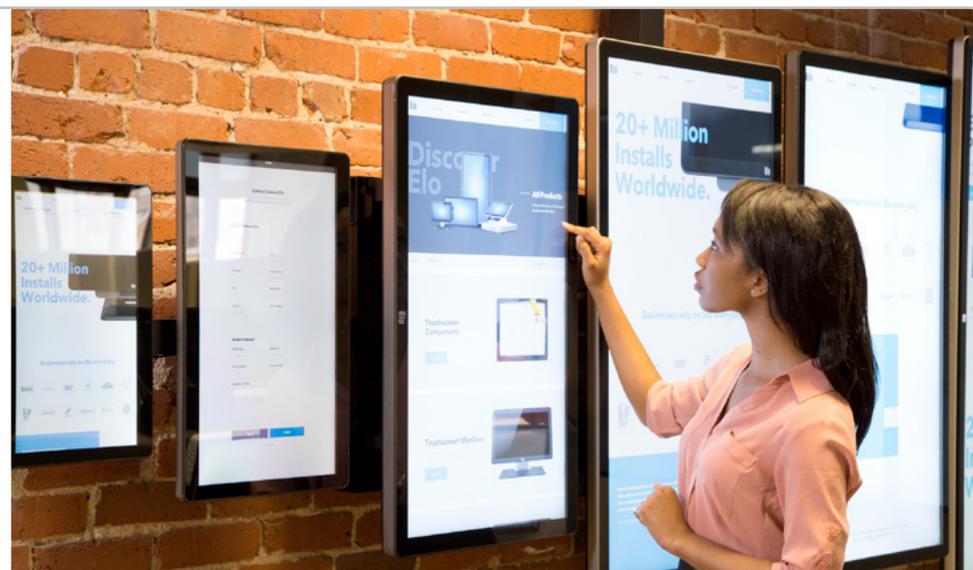
Todas las ventajas de las soluciones de digitalización interactiva de Elo



Soluciones de cartelería digital en BlueStar

Elo ofrece una amplia gama de pantallas para aplicaciones de cartelería digital. Todas las características de las pantallas están disponibles en BlueStar.

 **MÁS INFORMACIÓN** 



La movilidad, una tendencia para el futuro del *retail*

El punto de venta está evolucionando y la movilidad es una de las tendencias que se están asentando. Star Micronics ha visto esta oportunidad y lleva varios años desarrollando soluciones para que el punto de venta sea más móvil. Grégoire Garoff, director comercial para el sur de Europa de Star Micronics, señala que “el punto de venta tradicional es bastante costoso y ahora estamos reduciendo este coste a través de la movilidad”.

Una de sus soluciones estrella es el mPOP o *Mobile Point of Purchase*, una solución “todo en uno” que combina una tableta con un cajón para el dinero y una impresora periférica. “Es una solución muy completa”, subraya el directivo.

Esta solución, que impulsa la movilidad en el punto de venta, está en la oferta de BlueStar, uno de sus mejores aliados para ayudar al comercio a transformarse.

Ambas compañías mantienen una estrecha relación y están trabajando de manera conjunta para “proponer soluciones con valor añadido”.





Star Micronics

Fundada en Japón en 1947 y con presencia en la región EMEA desde 1985 es una de las mayores compañías especialistas en tecnologías de impresión avanzadas. Aporta una larga experiencia en el mundo de las soluciones para el punto de venta y sus productos se encuentran en algunas de las principales cadenas de *retail* más grandes del mundo.

 [MÁS INFORMACIÓN](#) 

Solución para el punto de venta móvil: mPop



Star Micronics ha desarrollado la primera combinación de caja registradora e impresora para punto de compra gestionada conceptualmente, en respuesta a la necesidad de

un sistema TPV móvil que se integre fácilmente.

 [MÁS INFORMACIÓN](#) 

Soluciones para el punto de venta de Star



Star ofrece una completa gama de productos para impulsar la movilidad en el punto de venta que incluyen desde impresoras portátiles con conexión Bluetooth, USB o Wifi hasta cajas registradoras y otros accesorios.

 [MÁS INFORMACIÓN](#) 

“El punto de venta va a pasar a ser un punto de servicios”

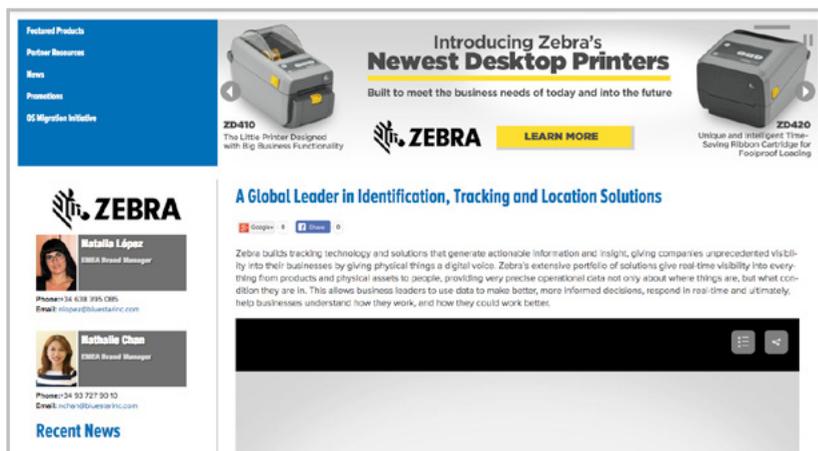
El mercado de las soluciones para el punto de venta está en pleno proceso de transformación. Tiene que dar respuesta a las necesidades de los clientes que demandan un mejor servicio y una experiencia personalizada.

Ignacio Ruiz, responsable de preventa de Zebra Technologies, explica que el punto de venta va a dejar de servir para una mera transacción a ser “un punto de servicios, donde se prime la experiencia, incluso personalizada, del cliente”. Zebra está trabajando con los *retailers* para llegar a este nivel de servicio que exige el cliente actual. Está impulsando el cambio apostando por el sistema Android para sus terminales por las ventajas que aporta para ofrecer nuevas opciones y servicios en el *retail*.

Al mismo tiempo, está extremando la seguridad de sus dispositivos con la estrategia LifeGuard para ofrecer a los minoristas soluciones capaces de responder a todas sus necesidades.

Esta oferta la lleva al mercado a través de su red de *partners* en la que juega un papel clave BlueStar. Según indica el responsable, desarrollan en proyectos conjuntos y están trabajando para que el mensaje de la transformación digital y sus ventajas se extienda en el mercado.





Featured Products
Partner Resources
News
Pressroom
DS Migration Initiative

Introducing Zebra's Newest Desktop Printers
Built to meet the business needs of today and into the future

ZD-410
The Little Printer Designed with Big Business Functionality

ZD-430
Unique and Intelligent Time-Saving Ribbon Cartridge for Footproof Loading

ZEBRA LEARN MORE

A Global Leader in Identification, Tracking and Location Solutions

Zebra builds tracking, technology and solutions that generate actionable information and insight, giving companies unprecedented visibility into their businesses by giving physical things a digital voice. Zebra's extensive portfolio of solutions give real-time visibility into everything from products and physical assets to people, providing very precise operational data not only about where things are, but what condition they are in. This allows business leaders to use data to make better, more informed decisions, respond in real-time and ultimately, help businesses understand how they work, and how they could work better.

Marta López
ZEBRA Brand Manager
Phone: (64) 538 395 025
Email: mlopez@bluestarinc.com

Marta Chan
ZEBRA Brand Manager
Phone: (64) 538 327 30 10
Email: mchan@bluestarinc.com

Recent News

Zebra

Es una compañía que ofrece soluciones de hardware, software y servicios para conectar de manera inteligente al personal, los activos y los datos. En el ámbito del *retail* sus soluciones permiten optimizar cualquier operación en un entorno omnicanal y mejorar tanto la productividad como la rentabilidad.

i MÁS INFORMACIÓN 

Un día en... Retail

Los dispositivos de Zebra para Android proporcionan a los clientes una experiencia de compra homogénea y gratificante que propicia su fidelización, al tiempo que los dependientes se benefician de una comunicación y una gestión del cliente más eficientes.



i MÁS INFORMACIÓN 

La transformación de la experiencia del cliente con Zebra



El cliente de *retail* de hoy en día puede comprar en cualquier momento y lugar. Los comercios minoristas deben adaptarse a esta nueva experiencia de compra, por lo que la presión para que evolucionen es ahora mayor que nunca. La Inteligencia de activos empresariales (Enterprise Asset Intelligence) de Zebra conecta datos con dispositivos, personas con productos y sistemas con software para permitir a los comercios minoristas superar a la competencia.

i MÁS INFORMACIÓN 