

Desafío 2026: Modernización de la experiencia B2B

CONVOCA

CCU

CHILE
GLOBAL
VENTURES CCU

FCh
FUNDACIÓN CHILE.



¿QUÉ BUSCAMOS?

Add-ons para potenciar y modernizar la experiencia B2B, con analítica de datos 360° y alto estándar transaccional.

CCU cuenta con "Mi Carro", una aplicación digital diseñada para convertirse en el principal punto de contacto con sus clientes B2B del canal tradicional, facilitando la gestión de pedidos, la relación comercial y la experiencia de compra.

Hoy, el desafío está en incrementar la adopción digital y la frecuencia de uso de la plataforma, de manera que Mi Carro evolucione desde una herramienta transaccional hacia un aliado cotidiano del cliente, integrado de forma natural en su operación diaria.

El Reto:

El desafío busca identificar e implementar soluciones tecnológicas integrables (add-ons) que potencien las capacidades actuales de Mi Carro, permitiendo:

- Aumentar la adopción y recurrencia de uso de la App por parte de los clientes B2B.
- Comprender en mayor profundidad el comportamiento y las necesidades del usuario.
- Conectar de manera efectiva la experiencia digital con la ejecución física en el punto de venta.
- Generar valor tanto para los clientes como para la fuerza de ventas, mejorando el servicio, la eficiencia comercial y la fidelización dentro del ecosistema CCU.

Contamos con 3 verticales o focos que nos permiten enfocar potenciales soluciones a casos más concretos de uso. Las soluciones pueden resolver todo o parte del desafío, siendo el objetivo principal, agregar valor al uso de Mi Carro por parte de nuestros clientes:

- 1 Incentivos y dinámicas de adopción:** Buscamos nuevas formas de motivar al cliente a preferir y utilizar recurrentemente nuestra plataforma digital
 - **Fidelización y valor:** Soluciones que generen beneficios o dinámicas de recompensa por el uso de la plataforma.
 - **Sinergia con el vendedor:** Herramientas que faciliten el seguimiento de pedidos y la ejecución en el punto de venta, apoyando la labor del equipo en terreno y mejorando la experiencia de entrega.
- 2 Visibilidad y analítica 360°:** Buscamos profundizar en el conocimiento de lo que ocurre tanto dentro de la plataforma como en el local físico.
 - **Inteligencia de usuario:** Herramientas que entreguen una visión clara y accionable de cómo navega y decide el cliente dentro de la App.
 - **Realidad del punto de venta:** Soluciones que nos permitan capturar insights sobre el comportamiento de compra y la dinámica comercial al interior de los locales para personalizar nuestra propuesta de valor.
- 3 Modernización transaccional:** Buscamos explorar soluciones que agilicen y simplifiquen el proceso de pago.
 - **Flexibilidad en el pago:** Nuevos mecanismos y flujos que simplifiquen el proceso de pago, haciéndolo más fluido y seguro para el cliente.

Las soluciones pueden abordar **uno o varios componentes del desafío**, siempre que contribuyan de manera clara a mejorar el uso, valor y relevancia de Mi Carro.

Consideraciones clave

Buscamos soluciones que:

- Sean tecnológicamente integrables a la plataforma Mi Carro (add-ons, módulos, capas de inteligencia o herramientas complementarias).
- Tengan un enfoque práctico y escalable.
- Aporten valor medible al cliente B2B, a la operación comercial y/o a la gestión interna de CCU.
- Permitan validar pilotos en entornos reales del canal tradicional.

Objetivo

El objetivo de este desafío es **fortalecer el rol de Mi Carro como el principal hub digital del cliente B2B de CCU**, integrando tecnología, datos y experiencia de usuario para construir una relación más cercana, eficiente y sostenible entre CCU, su fuerza de ventas y sus clientes.

Las soluciones seleccionadas podrán avanzar hacia **pilotos, pruebas de concepto y potenciales escalamientos**, dependiendo de su desempeño y alineación estratégica con CCU.

Preguntas movilizadoras

A continuación, presentamos algunas preguntas que te permitirán ampliar tu visión con respecto a diversas problemáticas asociadas al desafío. No es necesario que tu solución resuelva todas las preguntas.

Incentivos y dinámicas de adopción

1. ¿Cómo podríamos disminuir la fricción en el uso de la app Mi Carro para aumentar la tasa de adopción y la frecuencia de compra digital?
2. ¿Cómo podríamos incentivar el uso recurrente de Mi Carro mediante beneficios, recompensas o dinámicas que generen valor real para el cliente?
3. ¿Cómo podríamos apoyar al vendedor con herramientas digitales que refuercen el uso de Mi Carro y mejoren la experiencia del cliente en cada interacción?
4. ¿Cómo podemos darle valor a Mi Carro de cara al vendedor, para que fomenten su utilización por parte de nuestros clientes?
5. ¿Cómo podríamos incentivar el uso recurrente de Mi Carro mediante beneficios, recompensas o dinámicas que generen valor real para el cliente?

Visibilidad y analítica 360°

1. ¿Cómo podríamos entender mejor el comportamiento del cliente dentro de la app Mi Carro para personalizar su experiencia y facilitar la toma de decisiones de compra?
2. ¿Cómo podríamos capturar información relevante del comportamiento de compra del cliente en el punto de venta físico para complementar la visión digital?
3. ¿Cómo podríamos anticiparnos a cambios en el comportamiento del cliente (consumo, mix, frecuencia, etc.) utilizando datos digitales y del punto de venta?
4. ¿Cómo podríamos integrar la información digital y física del cliente en una visión 360° que genere insights accionables para CCU y la fuerza de ventas?
5. ¿Cómo podemos facilitar el seguimiento y mejorar la visibilidad de la información levantada en Mi Carro para optimizar la toma de decisiones?

Modernización Transaccional

1. ¿Cómo podríamos integrar mecanismos de pago en Mi Carro para reducir fricciones y aumentar la tasa de cierre de pedidos?
2. ¿Cómo podríamos ofrecer mayor flexibilidad en los medios y condiciones de pago, adaptándolos al perfil y contexto del cliente, sin comprometer seguridad ni cumplimiento normativo?

CONVOCA:

CCU

CHILE
GLOBAL
VENTURES CCU

FCh
FUNDACIÓN CHILE.

2026 Challenge: Modernization of the B2B Experience

ORGANIZED BY:



WHAT ARE WE LOOKING FOR?

Add-ons to enhance the B2B experience, with 360° data analytics and high transactional standards.

CCU has "Mi Carro", a digital application designed to become the primary point of contact for its traditional channel B2B customers, facilitating order management, commercial relationships, and the purchasing experience.

Today, the challenge lies in increasing digital adoption and the frequency of platform use, so that Mi Carro evolves from a transactional tool into a daily ally for the customer, naturally integrated into their daily operations.

Scope and Focus:

The challenge seeks to identify and implement integrable technological solutions (add-ons) that enhance Mi Carro's current capabilities, allowing to:

- Increase adoption and recurrence of App use by B2B customers.
- Gain a deeper understanding of user behavior and needs.
- Effectively connect the digital experience with physical execution at the point of sale.
- Generate value for both customers and the sales force, improving service, commercial efficiency, and loyalty within the CCU ecosystem.

We have 3 focal points that allow us to target potential solutions to more specific use cases. Solutions can address all or part of the challenge, with the primary objective being to add value to the use of Mi Carro by our customers:

- 1 Incentives and adoption dynamics:** We seek new ways to motivate customers to prefer and repeatedly use our digital platform.
 - **Loyalty and value:** Solutions that generate benefits or reward dynamics for using the platform.
 - **Salesperson synergy:** Tools that facilitate order tracking and point-of-sale execution, supporting the field team's work and improving the delivery experience.
- 2 Visibility and 360° analytics:** We seek to deepen our knowledge of what happens both within the platform and at the physical store.
 - **User intelligence:** Tools that provide a clear and actionable view of how the customer navigates and makes decisions within the App.
 - **Point-of-sale reality:** Solutions that allow us to capture insights on purchasing behavior and commercial dynamics inside stores to personalize our value proposition.
- 3 Transactional modernization:** We seek to explore solutions that streamline and simplify the payment process.
 - **Payment flexibility:** New mechanisms and flows that simplify the payment process, making it smoother and safer for the customer.

Solutions may address one or several components of the challenge, provided they clearly contribute to improving the use, value, and relevance of Mi Carro.

Key Considerations

We are looking for solutions that:

- Are technologically **integrable with the Mi Carro platform** (add-ons, modules, intelligence layers, or complementary tools).
- Have a practical and scalable approach.
- Provide measurable value to the B2B customer, commercial operations, and/or CCU's internal management.
- Are ready to **pilot validation in real traditional channel environments**.

Objective

El objetivo de este desafío es **fortalecer el rol de Mi Carro como el principal hub digital del cliente B2B de CCU**, integrando tecnología, datos y experiencia de usuario para construir una relación más cercana, eficiente y sostenible entre CCU, su fuerza de ventas y sus clientes.

Selected solutions may move forward to pilots, proofs of concept, and potential scaling, depending on their performance and strategic alignment with CCU.

Mobilizing Questions

Below, we present some questions that will allow you to broaden your vision regarding various issues associated with the challenge. It is not necessary for your solution to address all of these questions.

Incentives and adoption dynamics

1. How could we decrease friction in using the Mi Carro app to increase the adoption rate and digital purchase frequency?
2. How could we incentivize recurrent use of Mi Carro through benefits, rewards, or dynamics that generate real value for the customer?
3. How could we support the salesperson with digital tools that reinforce the use of Mi Carro and improve the customer experience in every interaction?
4. How can we provide value to Mi Carro for the salesperson, so they encourage its use by our customers?

Visibility and 360° analytics

1. How could we better understand customer behavior within the Mi Carro app to personalize their experience and facilitate purchase decision-making?
2. How could we capture relevant information about customer purchasing behavior at the physical point of sale to complement the digital vision?
3. How could we anticipate changes in customer behavior using digital and point-of-sale data?
4. How could we integrate the customer's digital and physical information into a 360° view that generates actionable insights for CCU and the sales force?
5. How can we facilitate tracking and improve the visibility of information gathered in Mi Carro to optimize decision-making?

Transactional Modernization

1. How could we integrate payment mechanisms into Mi Carro to reduce friction and increase the order closing rate?
2. How could we offer greater flexibility in payment methods and conditions, adapting them to the customer's profile and context, without compromising security or regulatory compliance?

ORGANIZED BY:

