



Parque Arauco - Solex
Ecosistema digital y cultura Data Driven

DIGITAL
SUMMIT
SOLEX - TABLEAU
2020



¿Quiénes somos?

- Desarrollador y operador de activos inmobiliarios multiformato
- Fundada en 1979
- Contamos con + de 50 activos a lo largo de la región Andina
- Presencia en Chile, Colombia y Perú

Misión y valores

- Nuestro **propósito** es crear espacios que contribuyan a mejorar la vida de las personas
- Nuestra **misión** es ser líderes en el desarrollo y operación de activos inmobiliarios, a través de un crecimiento rentable y sostenible que genere valor a nuestros grupos de interés



ASSETS (March 2020)



17

Centros Comerciales Regionales



10

Centros Comerciales Vecinales



20

Strip centers



7

Outlets



9

Oficinas, centros medicos, hoteles, etc

FINANCIAL INDICATORS (March 2020)

1,075,500 m²

→ Gross Leasable Area (GLA)

US\$ 243 million

→ Consolidated revenue

US\$ 3,256 million

→ Assets

Algunos de nuestros flagships en Bogota, Santiago y Lima



Alineados con la transformación digital de la compañía y la industria , hemos identificado 2 grande objetivos de negocio que buscamos incorporar en el DNA de cada uno de nuestros colaboradores



Data Lake

Obtener - Organizar – Analizar - Resultados



¿POR QUÉ TABLEAU?

Analítica amigable y de valor	Una plataforma integrada de fácil implementación y escalabilidad	El líder mundial de analítica
Intuitivo	Flexibilidad y Opciones	Comunidad
Poderoso	Gobierno y Seguridad	Adopción en el mercado
Ayuda a las personas aprender mas rápido	Plataforma Integrada	Innovación y roadmap

¿POR QUÉ SOLEX?



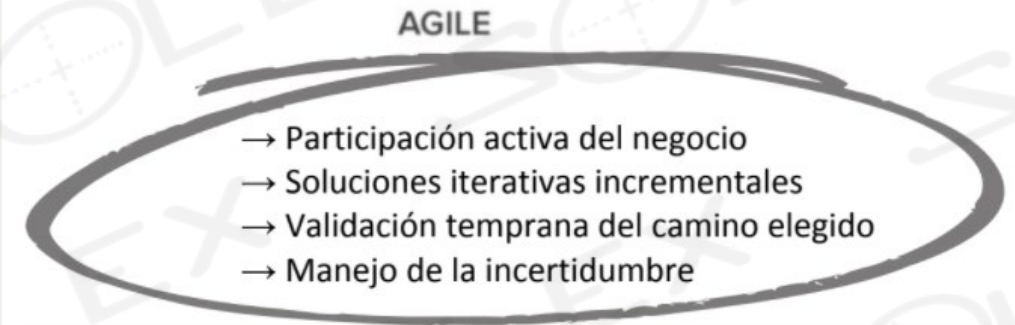
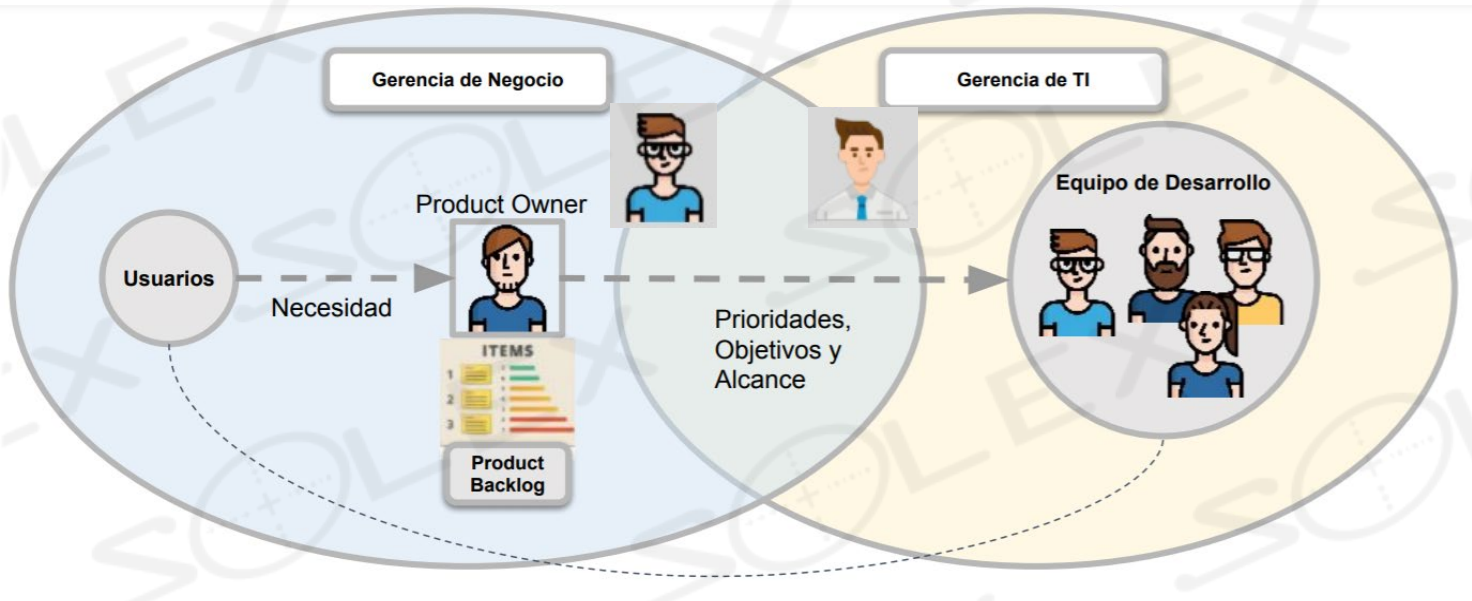
ACOMPañAMIENTO PERMANENTE



EXPERIENCIA Y RECONOCIMIENTOS



PERSONAL CERTIFICADO



Necesidad – Requerimiento - Maqueta/PoC – Desarrollo - Pruebas/cuadratura- UAT- Marcha Blanca – Acompañamiento - Mejoras



Dashboard de Flujos

¿Para que?

- Tomar **decisiones y acciones de negocio** con base en los **datos**
- Aumentar las **visitas y ventas** de nuestros activos de manera **proactiva**
- Entender el **comportamiento** de nuestros **clientes**
- Analizar el **impacto de las acciones** de marketing
- **Optimizar recursos** operacionales
- Contar con nuevas **herramientas de negociación** con locatarios
- **Democratizar** la información
- Facilitar los análisis de los colaboradores entregando **insights de valor**

Vistas:

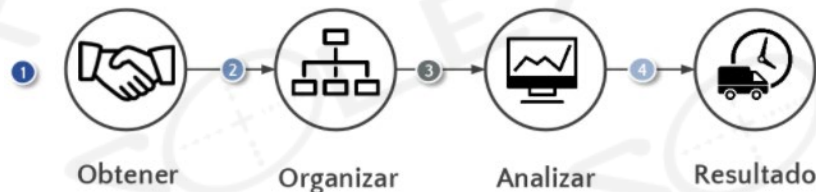
- Vista general
- Vista diaria
- Alertas de contadores en 0 o que no reportan por fallas operacionales

Áreas:

- Marketing
- Comercial
- Innovación
- Operaciones
- Centro comercial
- Control de Gestión

Actualización:

- Diaria

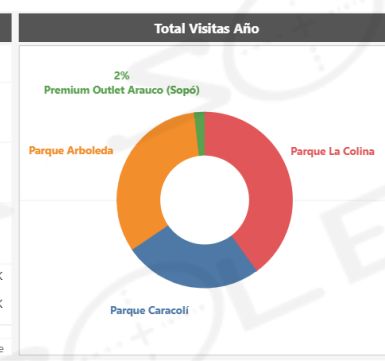
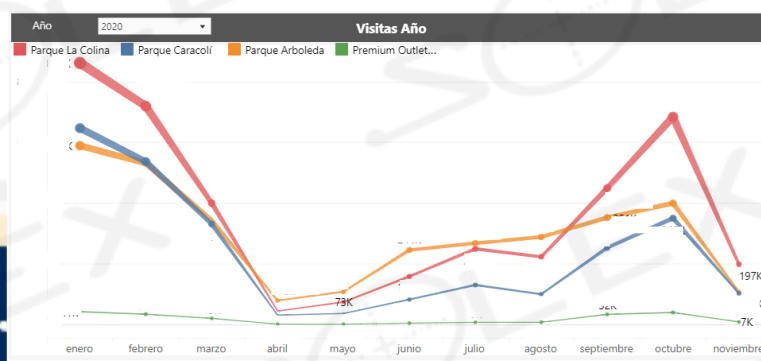
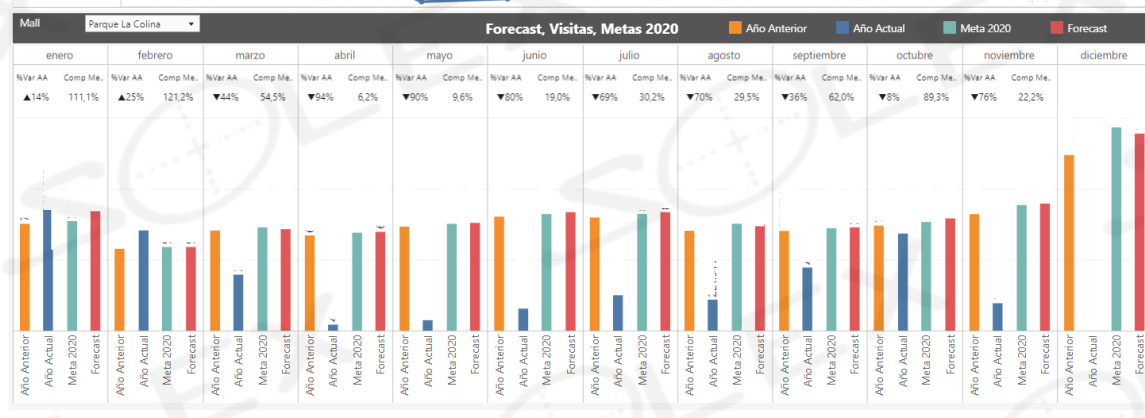
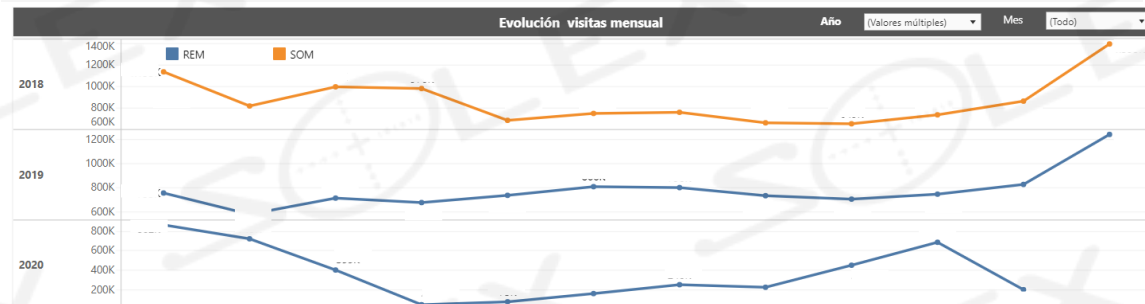


Mall Parque La Colina | **Year-to-Date** Ingresar Año 2020 | **Ingresar Mes** Ene

Contadores

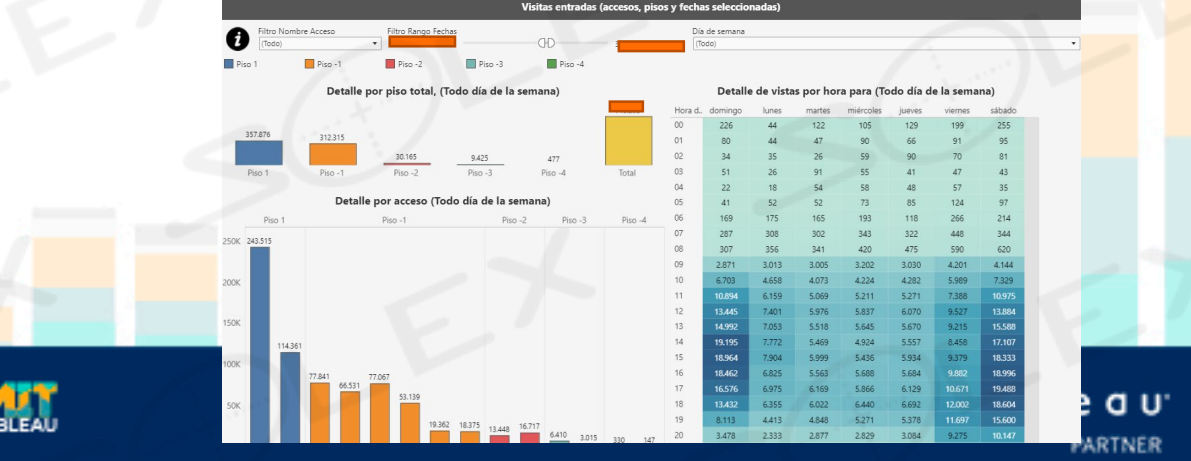
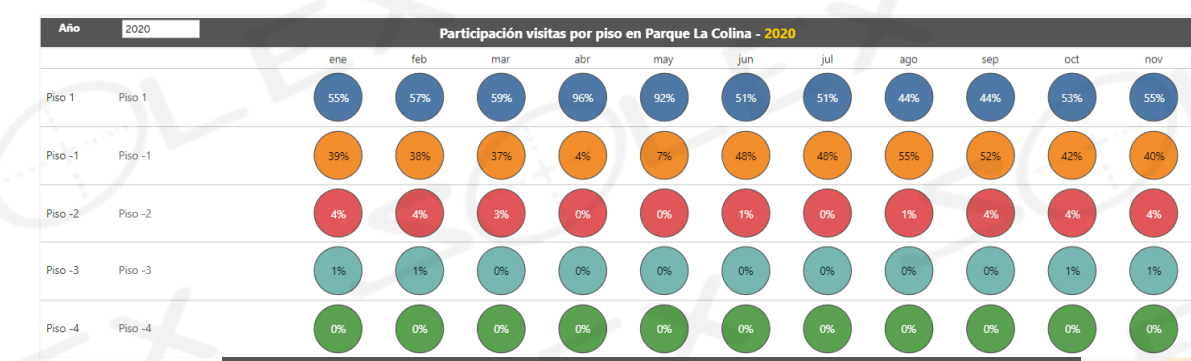
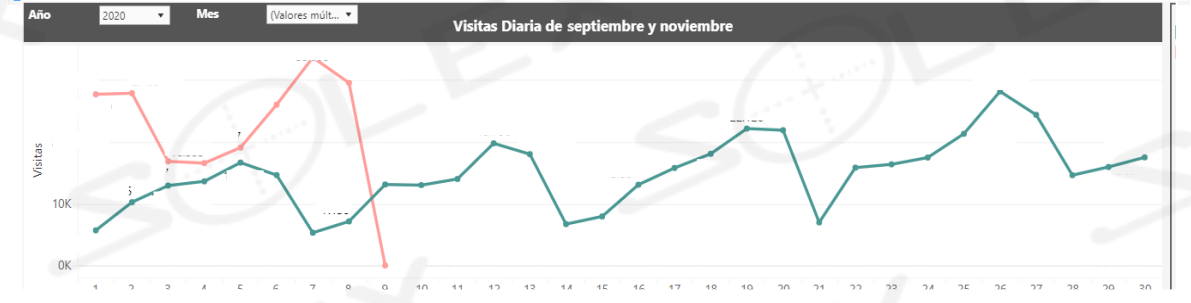
Visitas acumuladas mes ingreso

	Visitas acumulado del año 2020	Visitas acumulado del año 2019	% Variación	Visitas del mes de Ene del año 2020	Visitas del mes de Ene del año 2019	% Variación
Entradas			-46% ↓			14% ↑
Acceso Peatonal	55%	50%	-41%	55%	50%	28%
Acceso Vehículos	45%	50%	-50%	45%	50%	1%



Mall Parque La Colina | **Ingresar Día** lunes, 12 octubre 2020

	Día analizado (lunes, 12 octubre 2020)	Día semana anterior (lunes, 05 octubre 2020)	% Variación	Día semana anterior (lunes, 14 octubre 2019)	% Variación
Entradas	23.563	17.741	33%	26.884	-12%
Acceso Peatonal	12.667 (54%)	9.388 (53%)	35%	12.468 (46%)	2%
Acceso Vehículos	10.896 (46%)	8.353 (47%)	30%	14.416 (54%)	-24%



Dashboard de Ventas Diarias

¿Para que?

- Tomar **decisiones y acciones** de negocio con base en los **datos**
- **Aumentar las ventas** de nuestros activos de manera **proactiva**
- Identificar **tendencias** según categorías/subcategorías
- Entender el **comportamiento de nuestros clientes** finales y locatarios
- **Analizar necesidades** de apoyo/fóco y acciones de mktg revisando impacto
- Contar con nuevas **herramientas de negociación** con locatarios
- Realizar **seguimiento y auditorias** ingreso de ventas
- **Democratizar** la información
- Facilitar los análisis de los colaboradores entregando **insights de valor**

Vistas:

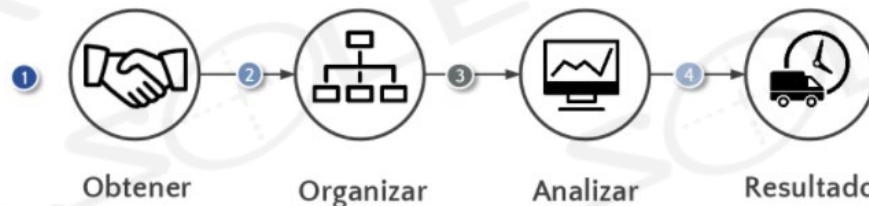
- Vista general
- Vista categorías
- Vista marcas

Áreas:

- Comercial
- Marketing
- Innovación
- Centros comerciales
- Control de Gestión

Actualización:

- Diaria y mensual



Año Mes Análisis

PARQUE LA COLINA

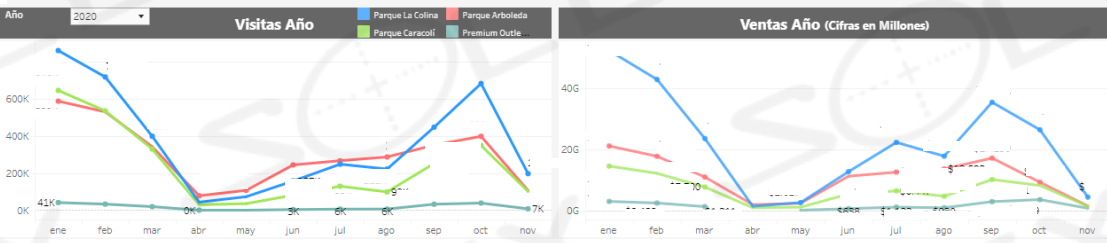
Ventas YTD. 2020	Ventas MTD. Ago 2020

Transac. Ago 2020	Ticket Prom. Ago 2020	I. Comp. a noviembre

PARQUE CARACOLI

Ventas YTD. 2020	Ventas MTD. Ago 2020

Transac. Ago 2020	Ticket Prom. Ago 2020	I. Comp. a noviembre



Mall: Ventas, Metas y Forecast 2020

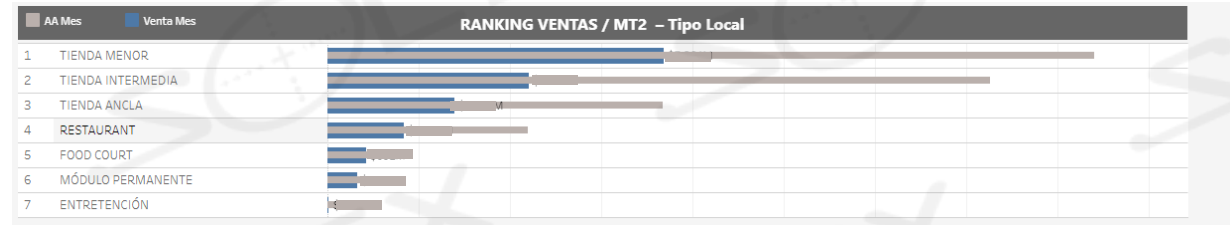
enero		febrero		marzo		abril		mayo		junio		julio		agosto		septiembre		octubre		noviembre		diciembre	
%Var AA	%Comp Meta	%Var AA	%Comp Meta	%Var AA	%Comp Meta	%Var AA	%Comp Meta	%Var AA	%Comp Meta	%Var AA	%Comp Meta	%Var AA	%Comp Meta	%Var AA	%Comp Meta	%Var AA	%Comp Meta	%Var AA	%Comp Meta	%Var AA	%Comp Meta	%Var AA	%Comp Meta
11%	107%	25%	119%	-45%	51%	-96%	3%	-94%	5%	-76%	23%	-88%	41%	-62%	38%	-23%	75%	-45%	57%	-93%	7%		

Mall: Mes: Ventas Diarias

2019							2020							Fechas Especiales	
domingo	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado		
Semana 14							Semana 14							Jueves Santo	9
Semana 15							Semana 15							Viernes Santo	10
Semana 16							Semana 16								

Mall Análisis Clasificación Mes Fecha Año

Categoría	ABL OCUPADO					VENTAS / M2					VENTAS TOTALES					COSTO LOCATARIO		
	AA Mes	Ppto Mes	Real Mes	%Var Real vs AA	%Var Real vs Ppto	AA Mes	Ppto Mes	Venta Mes	%Var Real vs AA	%Var Real vs Ppto	AA Mes	Ppto Mes	Real Mes	%Var Real vs AA	%Var Real vs Ppto	AA Mes	Real Mes	%Var Costo Locatario
1 ENTRETENCIÓN				▲0%	▲0%				▼100%	▼100%				▼100%	▼100%	24%		
2 FOOD COURT				▲7%	▲0%				▼54%	▼55%				▼51%	▼55%	15%	14%	0%
3 MÓDULO PERMANENTE				▲28%	▲1%				▼41%	▼29%				▼24%	▼28%	19%	20%	1%
4 RESTAURANT				▲0%	▲0%				▼52%	▼59%				▼62%	▼59%	11%	13%	2%
5 TIENDA ANCLA				▲0%	▲0%				▼52%	▼63%				▼62%	▼63%	5%	6%	0%



Mall: Mes: Año: Categoría: Subcategoría:

Top 10		Bottom 10	
1 WOK		1 MASTER SUSHI	
2 CREPES & WAFFLES		2 CORCHOS BARCELONA	
3 TERIYAKI		3 JULIA	
4 LA BIFERIA		4 RAUSCH	
5 ARCHIES		5 BEER	

Aprendizajes, resultados y estadísticas de uso Tableau

Aprendizajes

- Impregnar en el DNA de los trabajadores los objetivos de negocio
- Utilizar los datos como parte de las reuniones, presentaciones e hitos relevantes
- Exigir y contar con metas/KPI's/objetivos claros con seguimiento periódico
- Acompañar a la organización en este camino demostrando el uso y valor de las herramientas-metodologías de trabajo

Resultados

- Generación de iniciativas para mejorar la experiencia de los clientes
- Reducción de costos operacionales
- Conocimiento de nuestros clientes y su comportamiento
- Ser proactivos e identificar tendencias de nuestros activos/mercado
- Foco en optimización de recursos

Dashboard ventas

Total visitas = 2.320
Total acciones = 19.315
Usuarios activos = 100%
Usuarios = 27
Prom. visitas semana = 290

Métricas uso Tableau

(últimas 8 semanas)



Dashboard flujos

Total visitas = 1.953
Total acciones = 18.729
Usuarios activos = 100%
Usuarios = 27
Prom. visitas semana = 244



DIGITAL
SUMMIT
SOLEX - TABLEAU
2020

iGracias!

