

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 m<sup>2</sup>

→ 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?



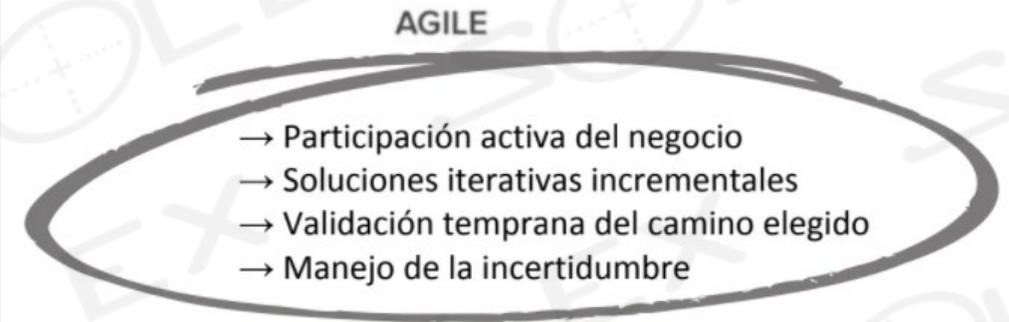
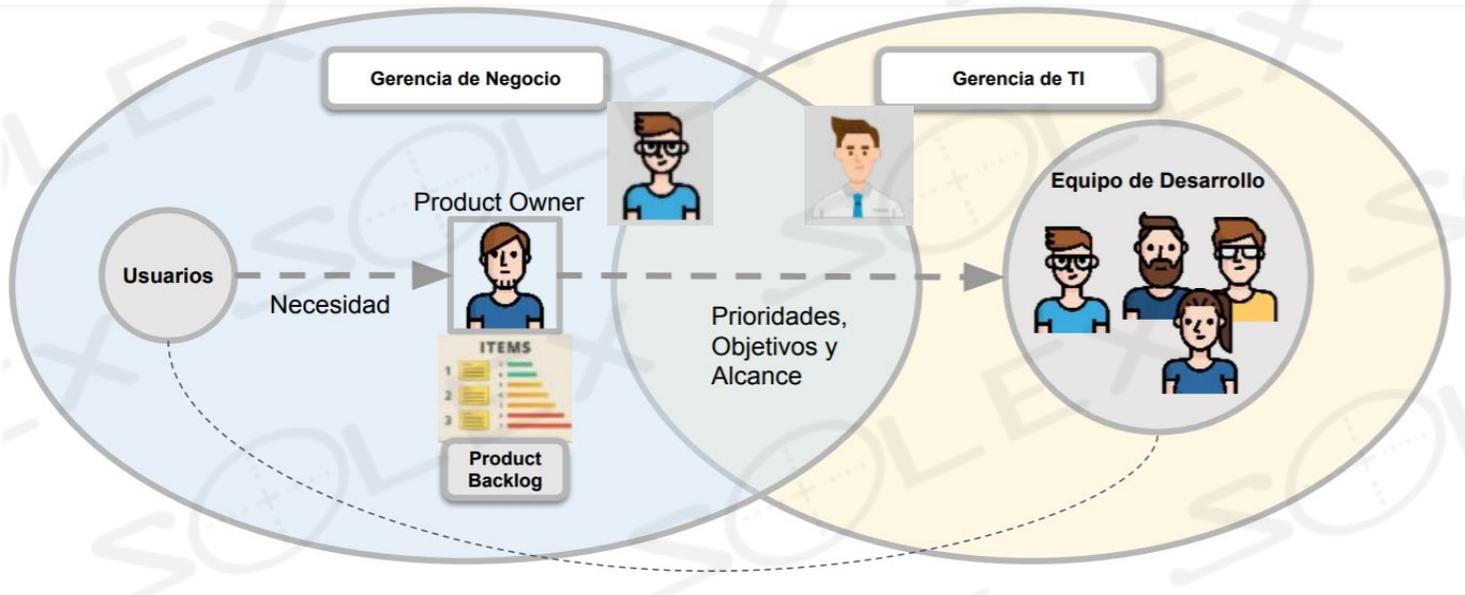
**ACOMPañAMIENTO PERMANENTE**



**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:

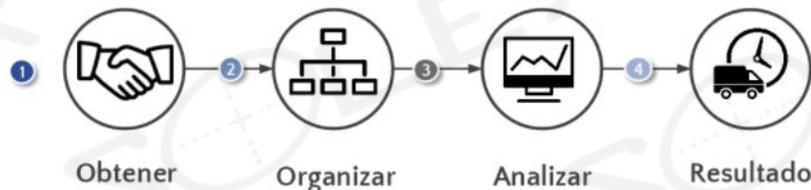
- Vista general
- Vista diaria
- Alertas de contadores en 0 o que no reportan por fallas operacionales

### Áreas:

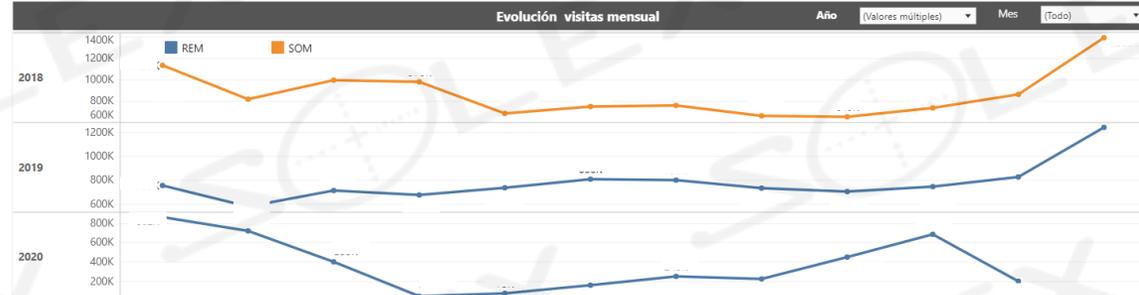
- Marketing
- Comercial
- Innovación
- Operaciones
- Centro comercial
- Control de Gestión

### Actualización:

- Diaria

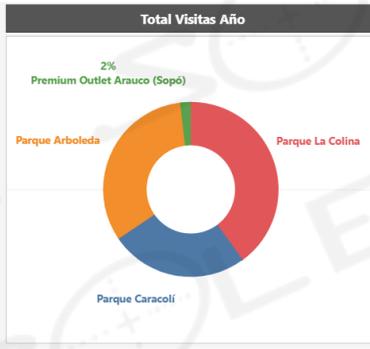


Mall		Year-to-Date	Ingresar Año	Ingresar Mes	Contadores
Parque La Colina		Year-to-Date	2020	Ene	Visitas acumuladas mes ingreso
Visitas acumulado del año 2020		Visitas acumulado del año 2019		% Variación	
Entradas				-46% ↓	
Acceso Peatonal		55%	50%	-41%	14% ↑
Acceso Vehículos		45%	50%	-50%	1%

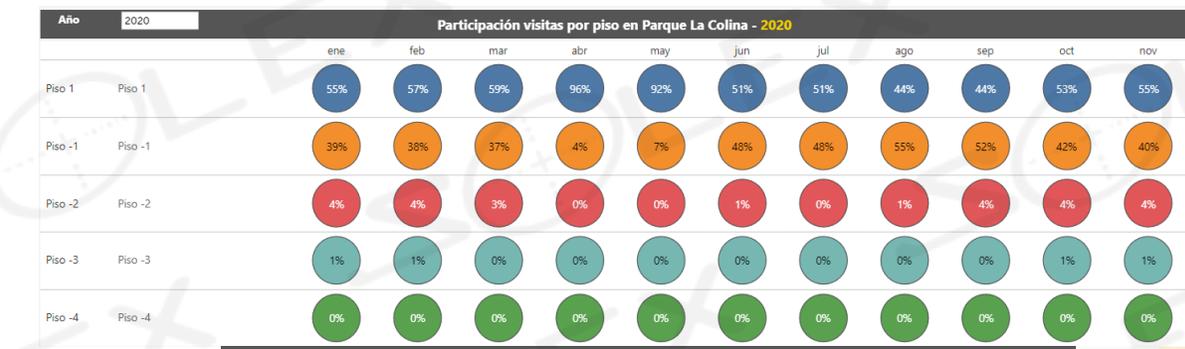


### Forecast, Visitas, Metas 2020

enero		febrero		marzo		abril		mayo		junio		julio		agosto		septiembre		octubre		noviembre		diciembre	
%Var AA	Comp Me.	%Var AA	Comp Me.	%Var AA	Comp Me.	%Var AA	Comp Me.	%Var AA	Comp Me.														
▲14%	111,1%	▲25%	121,2%	▼44%	54,5%	▼94%	6,2%	▼90%	9,6%	▼80%	19,0%	▼69%	30,2%	▼70%	29,5%	▼36%	62,0%	▼8%	89,3%	▼76%	22,2%		



Mall		Ingresar Día									
Parque La Colina		lunes, 12 octubre 2020									
Visitas		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%					
Tipo Acceso		Día analizado		Día semana anterior		% Variación		Día semana anterior		% Variación	
Acceso Peatonal		12.667	9.388	54%	53%	35%	12.468	46%	2%		
Acceso Vehículos		10.896	8.353	46%	47%	30%	14.416	54%	-24%		



### Visitas entradas (accesos, pisos y fechas seleccionadas)

Filtro Nombre Acceso: (Todos) | Filtro Rango Fechas: | Día de semana: (Todos)

■ Piso 1 ■ Piso -1 ■ Piso -2 ■ Piso -3 ■ Piso -4

#### Detalle por piso total, (Todo día de la semana)

Piso	Total
Piso 1	337.879
Piso -1	312.315
Piso -2	30.165
Piso -3	9.425
Piso -4	477

#### Detalle por acceso (Todo día de la semana)

Piso	Piso -1	Piso -2	Piso -3	Piso -4
Piso 1	243.515	114.381	77.841	66.531
	77.067	53.139	19.362	18.375
	13.448	16.717	5.410	3.015

#### Detalle de vistas por hora para (Todo día de la semana)

hora d.	domingo	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado
00	226	44	122	105	129	199	255
01	80	44	47	90	66	91	95
02	34	35	26	59	90	70	81
03	51	26	91	55	41	47	43
04	22	18	54	58	48	57	35
05	41	52	52	73	85	124	97
06	169	175	165	193	118	266	214
07	287	308	302	343	322	448	344
08	307	356	341	420	475	590	620
09	2.871	3.013	3.005	3.202	3.030	4.201	4.144
10	6.703	4.658	4.073	4.224	4.282	5.969	7.329
11	10.694	6.159	5.069	5.211	5.271	7.388	10.975
12	13.445	7.401	5.976	5.837	6.070	9.527	13.084
13	14.692	7.053	5.518	5.645	5.670	9.215	15.308
14	19.195	7.772	5.409	4.924	5.557	6.456	17.107
15	10.364	7.904	5.999	5.426	5.934	9.379	10.333
16	18.462	6.825	5.563	5.688	5.684	8.882	18.996
17	16.376	6.975	6.169	5.866	6.129	10.071	19.488
18	12.412	6.335	6.022	6.440	6.692	12.003	18.604
19	8.113	4.413	4.848	5.271	5.378	11.697	15.600
20	3.478	2.333	2.877	2.829	3.084	3.275	10.147

## 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:

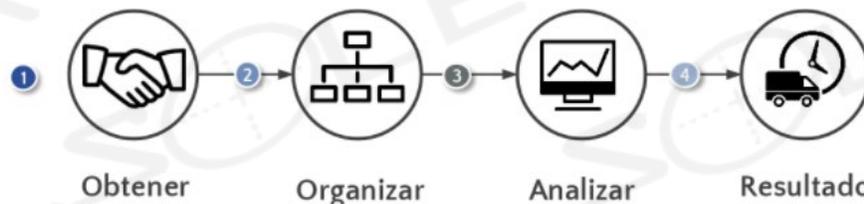
- Vista general
- Vista categorías
- Vista marcas

### Áreas:

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

### Actualización:

- Diaria y mensual



Año  Mes  Análisis

### PARQUE LA COLINA

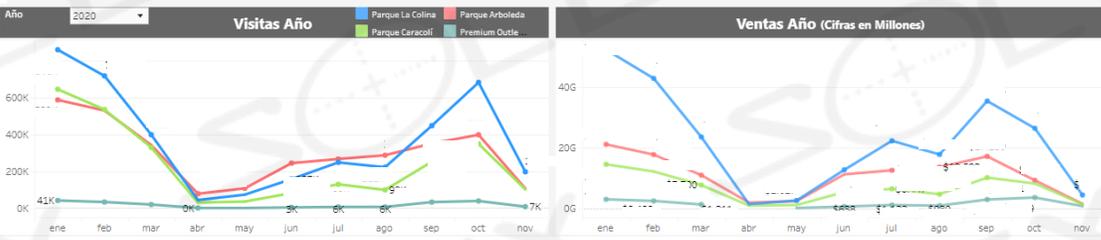
Ventas YTD. 2020		Ventas MTD. Ago 2020	

Transac. Ago 2020	Ticket Prom. Ago 2020	1. Comp. a noviembre

### PARQUE CARACOLI

Ventas YTD. 2020		Ventas MTD. Ago 2020	

Transac. Ago 2020	Ticket Prom. Ago 2020	4. Comp. a noviembre



Mall  **Ventas, Metas y Forecast 2020**

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

Mall  Mes  **Ventas Diarias**

Semana	domingo	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado
Semana 14		1	2	3	4	5	6
Semana 15	7	8	9	10	11	12	13
Semana 16	14	15	16	17	18	19	20

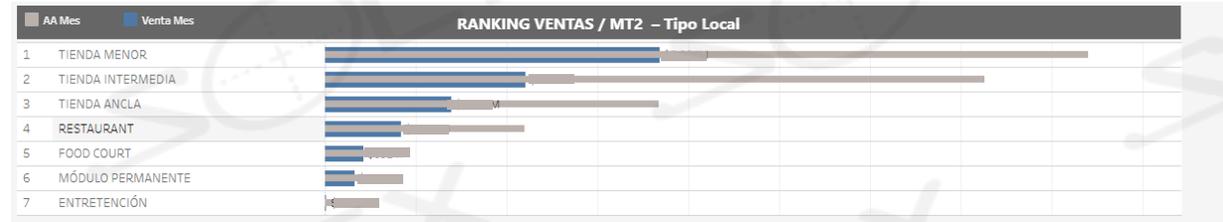
Semana	domingo	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado
Semana 14				1	2	3	4
Semana 15	5	6	7	8	9	10	11
Semana 16	12	13	14	15	16	17	18

**Fechas Especiales**

Jueves Santo	9
Viernes Santo	10

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
- Fóco 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!

