White paper
Público

El centro comercial conectado

El puente entre los modelos de negocio digitales y la tienda física

Innovación y tecnología en el Sector Retail

La disrupción digital que ha marcado las nuevas tecnologías, además de impactar los modelos de negocio en las diferentes industrias, ha creado nuevas formas y hábitos de consumo entre la gente. Actualmente los consumidores sin duda son más digitales y sus expectativas de compra cada vez son más altas.

Hoy, las empresas de *retail* deben encontrar la forma más ágil y atractiva de enfrentar a su competencia. Es aquí donde la tecnología y la innovación juegan un papel fundamental al ser los habilitadores para ofrecerles a los clientes lo mejor de los dos mundos, el físico y el digital.





"La gran cantidad de visitantes y diferentes públicos que recibimos en Parque Arauco Kennedy nos planteaba el desafío de conocer a nuestros clientes para entregarles la mejor experiencia de compra y satisfacer sus cambiantes expectativas".

Fernanda González
Subgerente de Innovación
División Chile
Parque Arauco

Grupo Parque Arauco, es uno de los principales desarrolladores y operadores de activos inmobiliarios multiformato en la Región Andina. Cuenta con presencia en Chile, Perú y Colombia, países en los que tienen más de 50 activos inmobiliarios, como centros comerciales, y continúa en expansión.

En Santiago de Chile se encuentra su centro comercial más emblemático, Parque Arauco Kennedy, que cuenta con el apoyo de 300 colaboradores y tiene alrededor de 350 tiendas que venden más de 600 millones de dólares anualmente.

Grandes cambios, grandes oportunidades

La llegada de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, el aumento en el uso de redes sociales, aplicaciones, dispositivos móviles y el crecimiento del *e-commerce* ha provocado muchos cambios, en especial en las nuevas formas de compra.

Gracias a estos elementos, la tendencia de compra en línea cada vez tiene un mayor crecimiento. Sin embargo, las tiendas físicas siguen jugando un papel fundamental en la industria, por lo que es necesario crear un puente entre los modelos de negocio digitales y las tiendas físicas para mejorar continuamente los servicios y mantener la competitividad.

"Pertenecer a una industria cambiante y demandante como lo es el retail, nos lleva a enfrentar constantes cambios. Es por esto que hemos adquirido nuevas herramientas tecnológicas para responder a las necesidades de nuestros clientes", señala Nicolas Falcón, Digital Transformation Senior Manager, Parque Arauco.

En este sentido, Parque Arauco, desde hace tres años comenzó un plan de transformación digital corporativa para competir de mejor forma con soluciones digitales y con la creación de espacios físicos altamente digitalizados. Es así como Parque Arauco Kennedy identificó a través de un exhaustivo análisis los principales retos que tenía y que debía afrontar para mantener su liderazgo en el mercado. Las necesidades se basaban en 3 grandes rubros:

- **Tener mayor conocimiento del cliente, construir una relación:** Entender el comportamiento y los recorridos de los visitantes dentro del *mall,* compras cruzadas, la medición y el impacto de las campañas de *marketing* o de las nuevas tiendas, tiempos de permanencia, áreas, días y horarios de mayor y menor flujo, entre otros.

- **Crear una experiencia de usuario única:** La interacción con los visitantes es un desafío en el área de experiencias al cliente, comunicarse con los visitantes durante su estancia en el centro comercial en forma personalizada, tomando en cuenta su perfil y contexto de visita.

© 2019 Cisco y/o sus filiales. Todos los derechos reservados.



"La analítica de información obtenida de los servicios de Hiperlocalización, nos permitirá comunicarnos con el visitante mediante campañas contextualizadas, marketing de proximidad y aplicaciones con propuestas de valor hacia los visitantes, de acuerdo con su perfil de compra, demográfico y de comportamiento".

Nicolas Falcón
Digital Transformation
Senior Manager
Parque Arauco

- **Generar valor para los operadores:** La idea es ser un espacio integrado a la comunidad, con el propósito de contribuir a mejorar las experiencias de compra de los clientes mientras se les ofrece un valor diferencial a los locatarios. Siendo estos últimos beneficiados con información que les permitirá diseñar, mejorar y actualizar sus estrategias de *marketing* para atraer más clientes, dependiendo del día, la hora o la temporalidad del año.

La transformación del centro comercial

Raytel, *partner* de Cisco con más de 20 años de trayectoria como socio tecnológico de importantes empresas, se acercó a Parque Arauco posicionándose como empresa especialista en centros comerciales y consultor en materia de Redes *Wi-Fi* Públicas Avanzadas, principalmente basadas en el entendimiento y comportamiento de compradores, así como de sus interacciones dentro de los establecimientos.

"Trabajamos junto a Parque Arauco durante varios meses en el diseño de la estrategia de tecnología que cubriera sus necesidades, logrando así la implementación de una solución de Wi-Fi Público Inteligente con tecnología de Hiperlocalización de Cisco que permitiese correr distintas aplicaciones y servicios tales como: proximity marketing, seguimientos de activos, wayfinding, así como aplicaciones de analíticas avanzadas del comportamiento de los visitantes al interior del centro comercial", comenta Roberto Salazar, Director Comercial de Raytel.

La nueva forma de interactuar con los clientes

"El principal valor de negocio que le entrega Cisco y Raytel a Parque Arauco Kennedy es incrementar la visibilidad a través de analíticas obtenidas de servicios de localización, así como la interacción con los clientes a través de promociones y mensajes dirigidos. Esta información es extremadamente valiosa y se deriva del comportamiento del cliente, lo que permite lograr una ventaja competitiva en las decisiones del negocio, que van mucho más allá que una simple entrega de conectividad Wi-Fi", comenta Lorena Herrera, Gerente de la industria de Retail, Cisco Chile.

La implementación de las nuevas tecnologías en Parque Arauco Kennedy incluyó:

- **Proximity Marketing.** Mejor interacción con los visitantes del centro comercial mediante los dispositivos móviles. Con base en el perfil de compra, demográfico y de comportamiento del visitante, más la detección de su presencia dentro del centro comercial, o su proximidad a una zona o tienda, se interactúa con él mediante mensajes contextualizados *SMS, emailing* o notificaciones *push.*

© 2019 Cisco y/o sus filiales. Todos los derechos reservados.



- **Indoor Wayfinding.** Mediante la capacidad de Hiperlocalización de la *Wi-Fi* del centro comercial, se generan mapas interiores interactivos con información de la ubicación de los clientes, tiendas y eventos, todo en el dispositivo móvil.
- **Asset Tracking.** Permiten proporcionar información personalizada y específica basada en la ubicación actual de usuarios, personal de seguridad y activos de interés tales como coches de bebé y robots móviles de atención al público.
- **Conectividad sin límites.** Maximiza la experiencia *Wi-Fi/* Internet de los visitantes, ofrece conexión de alta velocidad y confiabilidad, en cualquier parte del centro comercial.

"La información y analítica que ofrecen estas soluciones son relevantes para tomar decisiones estratégicas y convertir el shopping center en un centro comercial digital que permita estar a la altura de las expectativas de los clientes, para entregar mayor valor y experiencias únicas", señala Lorena Herrera.

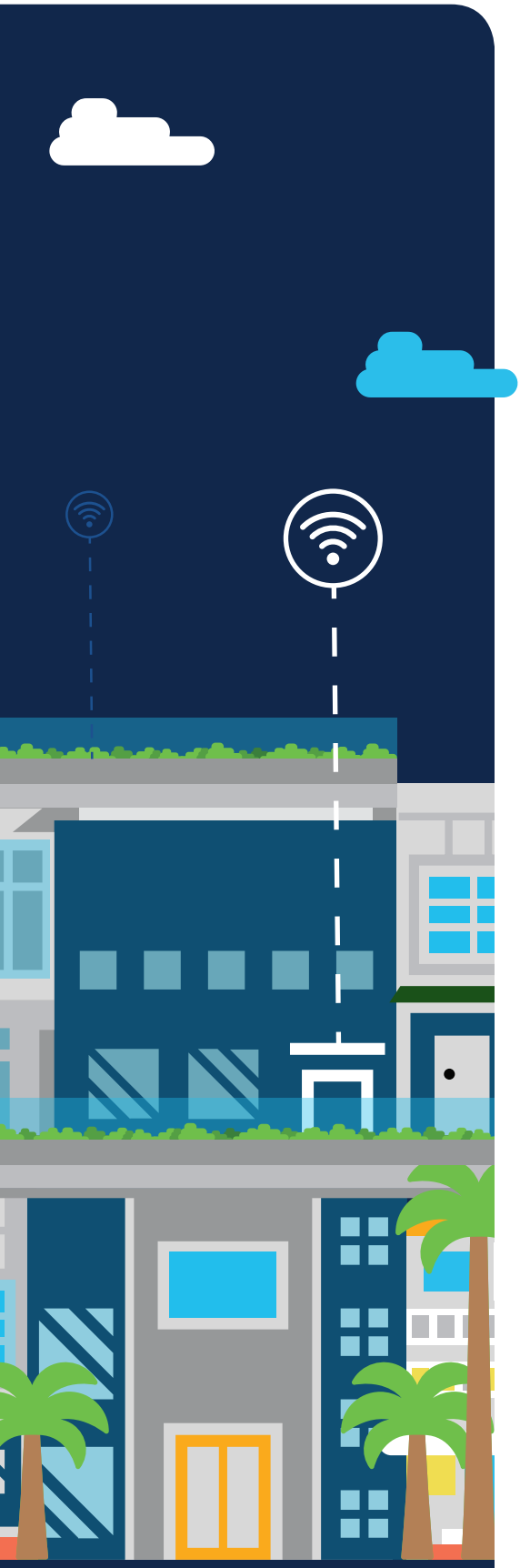
"Con estas nuevas implementaciones tecnológicas, la información podrá ser de gran ayuda para nuestros locatarios, ya que les permitirá diseñar, mejorar y actualizar sus estrategias de marketing para atraer nuevos clientes y fidelizar a los actuales, dependiendo del día, la hora o la temporalidad del año", afirma Fernanda González, Subgerente de Innovación División Chile, Parque Arauco Kennedy.

El gran número de visitantes al mes que recibe Parque Arauco Kennedy, en conjunto con su gran extensión física, ha llevado a un despliegue de cientos de miles de metros cuadrados de cobertura, lo cual ha demandado gran capacidad de procesamiento de datos, una enorme cantidad de cálculos de localización, así como de analíticas y *storage.*

Por otro lado, también se debe considerar la integración de tecnologías, donde convergen Internet, Portal Cautivo, Tecnologías de Localización (en este caso de Hiperlocalización), Redes *Wi-Fi* y Redes de Datos, todos trabajando de forma sincronizada.

"Con la solución Wi-Fi, que ofrece Hiperlocalización, el cliente cuenta con un dashboard con reportes especializados y extracción de datos desde la API (tanto de Cisco DNA Spaces como del Portal Cautivo) que le permite a Parque Arauco conocer el comportamiento del cliente en el centro comercial y en base al análisis de datos tomar acciones a nivel de operaciones, comercial y de marketing, generando valor a los espacios arrendados ", añade Herrera.

© 2019 Cisco y/o sus filiales. Todos los derechos reservados.



Por otro lado, mediante el Portal Cautivo y aplicaciones de terceros, la empresa puede interactuar con los visitantes durante su estancia en el centro comercial, con mensajes contextuales y dedicados al visitante según su información demográfica y posición dentro del centro comercial.

La *API* de Cisco *DNA Spaces* está siendo utilizada en su totalidad por las áreas de *Business Intelligence* y *Analytics* de Parque Arauco.

El caso de Parque Arauco Kennedy es único, ya que existen pocas implementaciones en el mundo con *Wi-Fi* con Hiperlocalización para un centro comercial. Hoy solamente existen soluciones como éstas en EUA y Dubai.

Beneficiando a consumidores y locatarios

Las herramientas y soluciones implementadas por Parque Arauco Kennedy, con la ayuda de Cisco y Raytel, trajo consigo mejoras que hacen más eficiente el negocio para la empresa, los locatarios y los visitantes.

Mejora en la experiencia del consumidor

- La alta velocidad del *Wi-Fi*/Internet y la cobertura total del centro comercial, permite a los visitantes una experiencia de navegación de alta calidad durante todo su recorrido y desde cualquier lugar dentro del *mall.*
- La posibilidad de entender el perfil demográfico y el comportamiento al interior del *mall* permite dirigir mensajes adecuados a los intereses de cada visitante.
- Los servicios que hacen uso de la capacidad de location de la red *Wi-Fi,* tales como Indoor *Wayfinding*, mejora la experiencia de visita.

Rentabiliza la plataforma

- La implementación de aplicaciones de *Proximity Messaging* e *Indoor Wayfinding*, ha generado más atracción de público y visitas más prolongadas en el *mall.*
- La implementación de aplicaciones de *Asset Tracking* permite eficiencia operativa del *mall.*
- Mejora el *mix* de tarificación del metro cuadrado de los locatarios.
- Aporta información útil a los locatarios (flujos, frecuencia de visitas, estacionalidades, entre otros).
- Ayuda a entender el comportamiento de los visitantes, permite mejorar la toma de decisiones (de *marketing*, operaciones y planificación) y medir el impacto real de las mismas.

© 2019 Cisco y/o sus filiales. Todos los derechos reservados.



Trabajando con un equipo comprometido

"Hoy con ayuda de Cisco y Raytel estamos evolucionando hacia nuevas propuestas de valor en el centro comercial. En la actualidad, nuestro foco está en entregar experiencias únicas y memorables a todo nuestro ecosistema de negocio, para responder con agilidad a las necesidades y exigencias de los clientes en Chile, Perú y Colombia", asevera Falcón.

En relación a los proveedores de servicios, Nicolas Falcón asegura *"para nosotros en la compañía la elección de nuestros proveedores de negocio se basa en tres elementos fundamentales: confiabilidad y reputación, liderazgo tecnológico y una red de partners para realizar la implementación de las distintas soluciones y servicios, mismos que Cisco y Raytel cumplen".*

Soluciones implementadas en Parque Arauco Kennedy

- Solución de *Wi-Fi* Cisco con Hiperlocalización
- Cisco *DNA Spaces*: Servicio de *Analytics* con base en los datos recolectados en el centro comercial.

Visite nuestro sitio Únase a la conversación

Oficinas Centrales en América:
Cisco Systems, Inc.
San José, CA

Oficinas Centrales en Asia Pacífico:
Cisco Systems
(USA) Pte. Ltd. Singapur

Oficinas Centrales en Europa:
Cisco Systems
International BV Amsterdam Holanda

Argentina: 0800 555 3456 ▪ **Bolivia:** 800 10 0682 ▪ **Chile:** 1230 020 5546 ▪ **Colombia:** 1 800 518 1068
Costa Rica: 0800 011 1137 ▪ **República Dominicana:** 866 777 6252 ▪ **El Salvador:** 800 6600
Guatemala: 1 800 288 0131 ▪ **México:** 001 888 443 2447 **Panamá:** 001 866 401 9664 ▪ **Perú** 0800 53967 ▪ **Venezuela:** 0800 102 9109

Cisco cuenta con más de 200 oficinas en todo el mundo. Las direcciones, los números de teléfono y fax están listados en el sitio de Cisco en la siguiente dirección web: www.cisco.com/go/offices.

© 2019 Todos los derechos reservados. Cisco y el logo de Cisco son marcas o marcas registradas de Cisco y/o sus filiales en los Estados Unidos y otros países. Para ver una lista de las marcas de Cisco, visite el siguiente URL: www.cisco.com/go/trademarks. Las marcas de terceros mencionadas son propiedad de sus respectivos dueños. El uso de la palabra socio no implica una asociación entre Cisco y cualquier otra compañía. (1110R)