

TRILHOS: EFICIÊNCIA E NOVOS RUMOS



Ingresos no tarifarios en Metro de Santiago



Fernando Reyes T.
Subgerente Comercial
División de Negocios
freyst@metro.cl



Tres Conceptos:

1

Historia

Proyectos de Estado que trascienden gobiernos

2

Servicios complementarios

en el ADN de METRO desde su origen

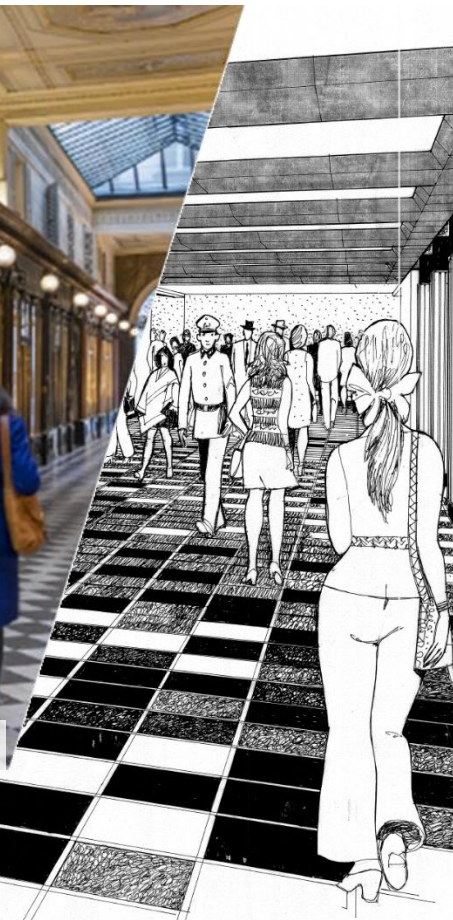
METRO DE SANTIAGO



ESTACION LA MONEDA LINEA 1
PERSPECTIVA DESDE LOCALES CASEROS
M.O.P. CASE - SOFRETU D.G. METRO
PERSPECTIVA Y ACUARELA I DISCUBRE 1/74

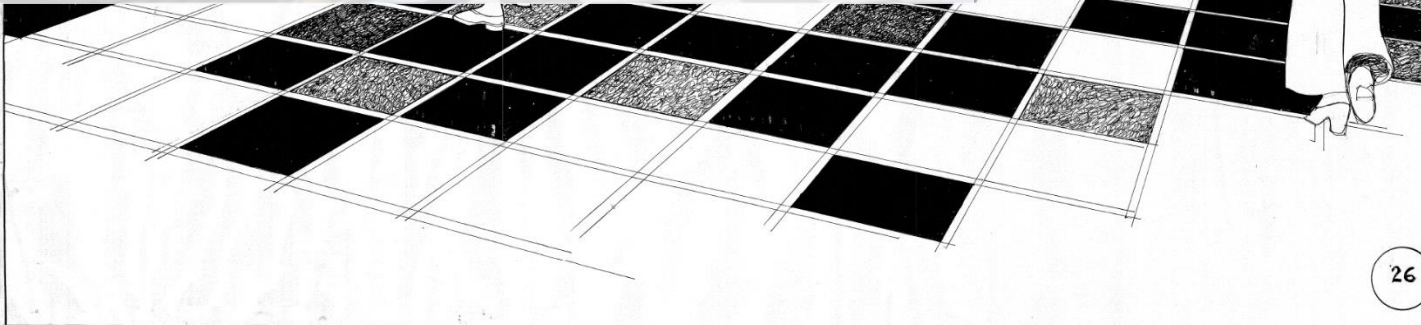


Galerie Véro-Dodat 19 rue Jean-Jaques – 75001, Paris



Tres Conceptos:

- 1 Historia**
Contexto de Proyectos de Estado que trascienden gobiernos
- 2 Servicios complementarios**
en el ADN de METRO desde su origen
- 3 Mirando al Mundo**
En búsqueda constante de las mejores prácticas.



METRO DE SANTIAGO



ESTACION LA MONEDA LINEA 1
PERSPECTIVA DESDE Locales cercano
M.O.P. CAÑE - SOFRETO D.G. METRO
PERSPECTIVA Y ACUARELA I DISCUBRE 44

Agenda

1. Ingresos No Tarifarios en Metro de Santiago.
2. Plan 2023.
3. Definición estratégica y táctica.
4. Estado del arte:
 - A) Publicidad
 - B) Retail
 - C) Telecomunicaciones
 - D) Inmobiliario & Ciudad.
 - E) Vendings & Logística.
5. Próximos desafíos.



Louis de Grange @louisdegrange · 22 may.
 Interesantes datos del @metrodesantiago en primeros 4 meses (2019 vs 2018):

- 1) Aumento total de 7.1% de pasajeros
- 2) Línea 6 aumentó 21.1%
- 3) Línea 3 con 7.1% más pasajeros que lo proyectado
- 4) Línea 2 bajó 6.2% (producto de L3)
- 5) Densidad promedio de la red baja 2% en punta

Métrica	L1	L2	L3	L4	L4A	L5	L6	TOTAL
Miles Pasajeros	32,276	34,826	8,251	33,376	2,845	18,273	8,276	136,123
Total Junio	89,428	32,292	14,771	36,155	6,198	44,987	13,836	238,017
Real vs 2018	2,8%	-6,2%	7,8%	-2,4%	-5,1%	8,1%	21,3%	7,1%

Récord de Pasajeros: 2.951.062
 (viernes 3 de mayo de 2019)

~ 790 Millones de Pasajeros proyectados para 2019.

x 2,8 visitas que registra Grupo Plaza en la región andina.
 (Memoria Grupo Plaza, 2018, Chile)

45pts de rating TV, equivalente en Chile.
 (Anatel, Jul19, Chile)

1,88% del total de inversión publicitaria
 (AAM, Inversión Publicitaria en Medios 2018, Chile)

¿Por qué? Es una oportunidad única!!

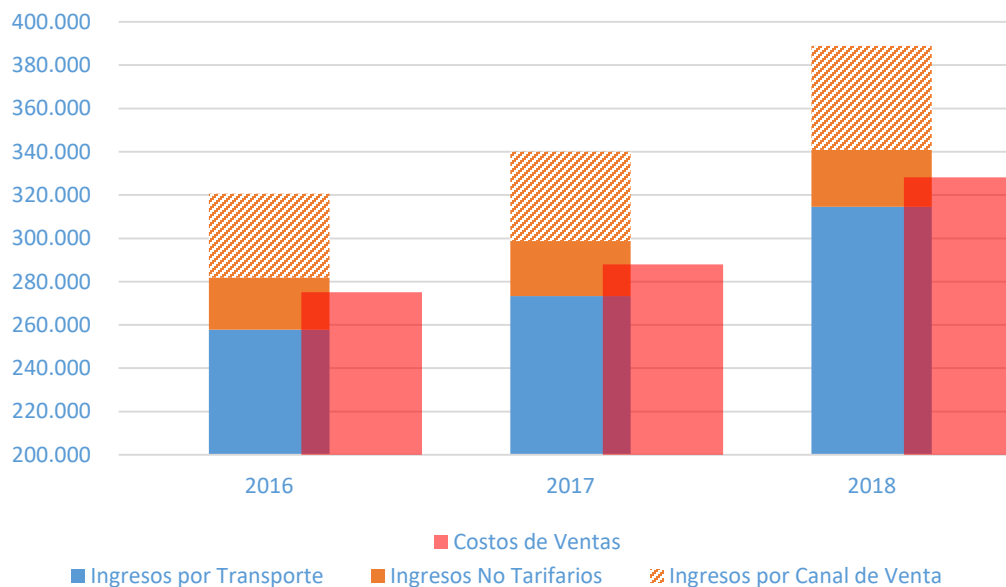


Ingresos No Tarifarios en



Fundamentales para la sostenibilidad financiera

Ganancia Bruta (Ingresos v/s Costos) MM CLP\$

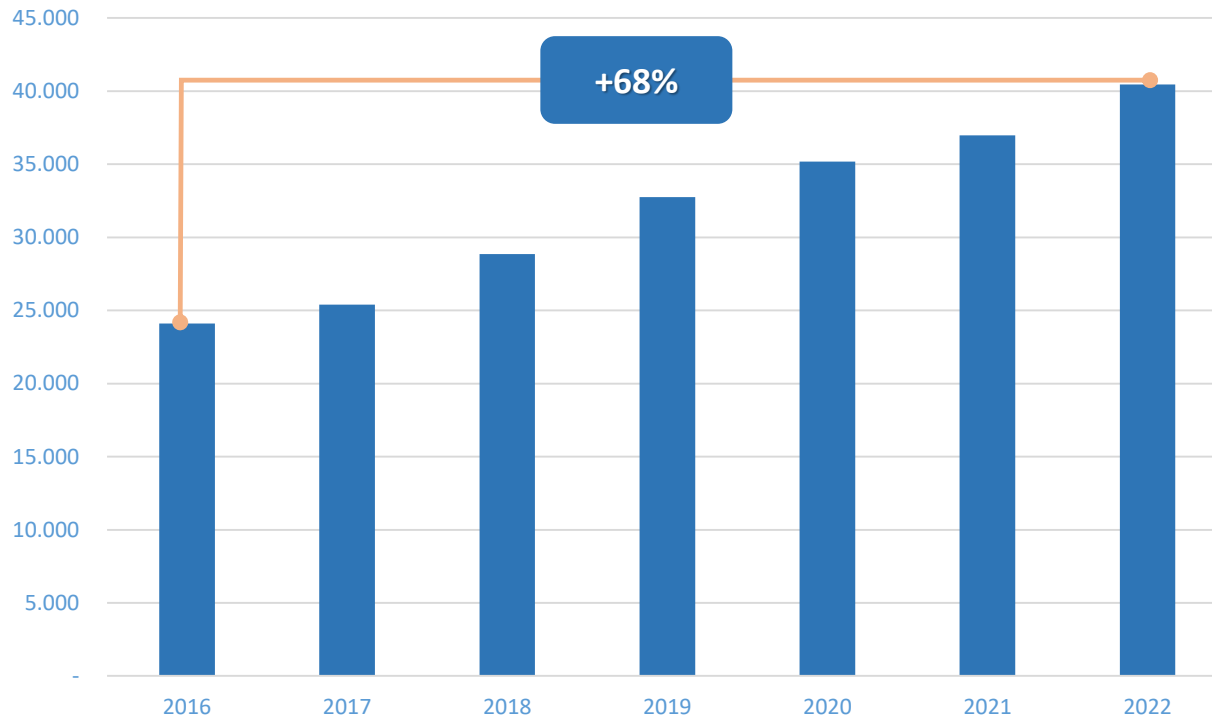


~7,5%

de los ingresos
totales de METRO

Plan

Ingresos No Tarifarios 2016 v/s 2022 (MM CLP\$)



→ 2023

- + 2 nuevas líneas (28 nuevas estaciones) y 2 extensiones (7 nuevas estaciones)
- + 41 kms de vías
- ~ 3,3 millones de pasajeros.
- + 3.800 m2 de nuevos locales.
- + 6 espacios OSD.
- + 21 nuevos terrenos remanentes y 14 por extensiones.

→ 2027

- + 3 nuevas líneas para llegar a 300 Kms.

Definición estratégica y táctica

- Viaje entretenido
- Información
- Servicios
- Conectividad

- Inmobiliario
- Integración con la ciudad



Definición estratégica y táctica

Negocios de Flujo



Negocios Operacionales



Negocios Inmobiliarios

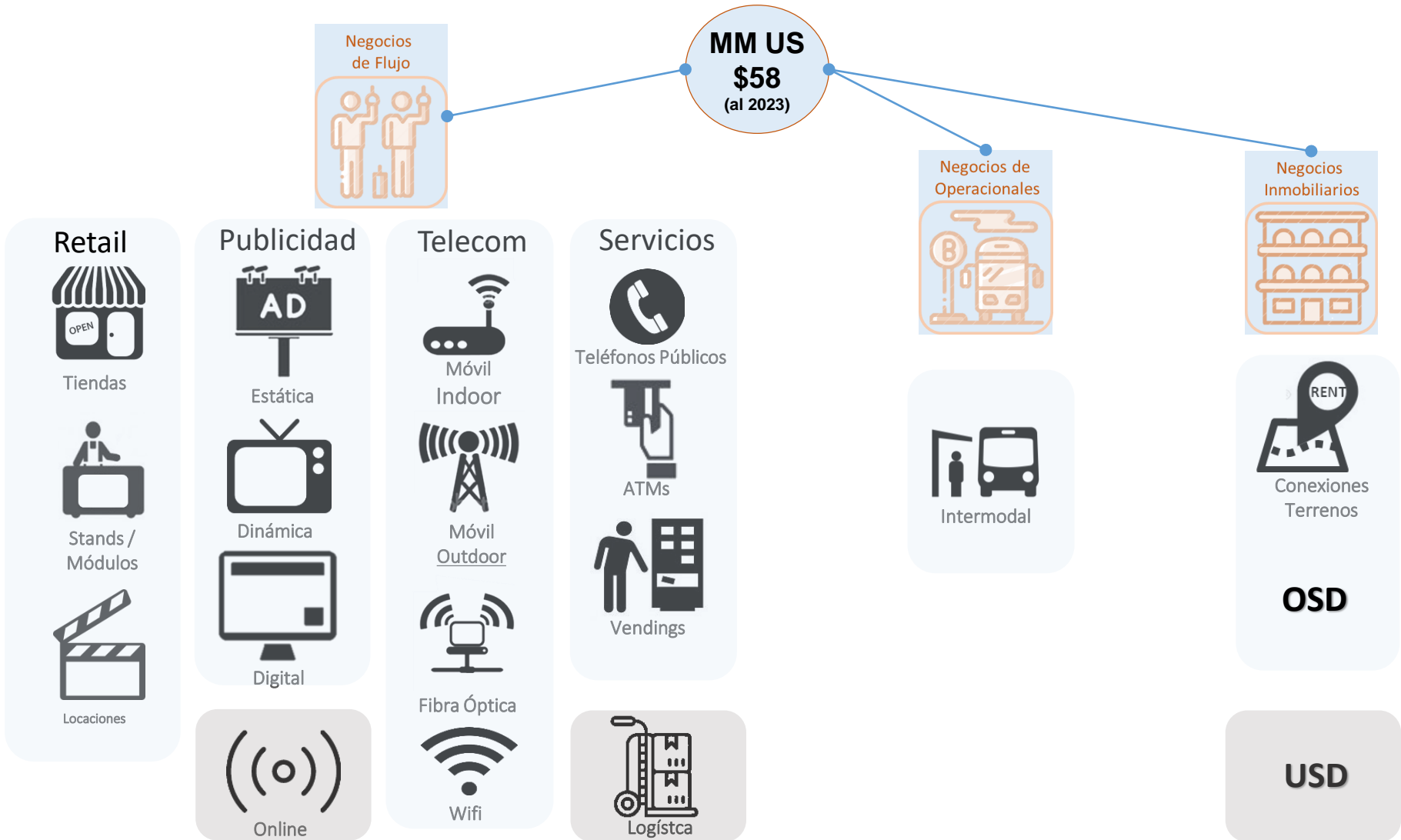


- Rentabiliza la afluencia con servicios y productos de alto valor percibido.
- Operación directa o a través de terceros.
- Renta:
 - Variable asociada a la venta.
 - Fija por arriendo de instalaciones.

- Administración de infraestructura de transporte.
- Existe un mandante.
- Operación directa.
- Renta:
 - Asegurar un margen operacional
- Foco en el servicio.

- Rentabiliza activos disponibles o futuros a través de renta, venta o modelos mixtos.
- Captura la plusvalía comercial de una estación.
- Relacionamiento con el entorno y la ciudad.

Definição estratégica y táctica

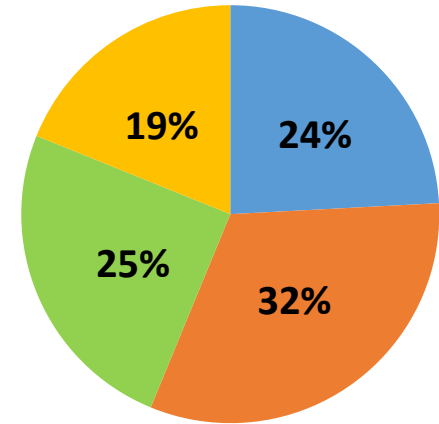
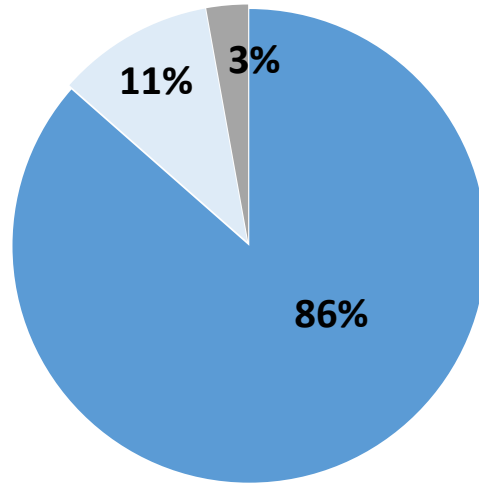


Definición estratégica y táctica

Ingresos No Tarifarios

Ingresos No Tarifarios de Flujo

2018



■ Negocios de Flujo

■ Negocios Operacionales

■ Negocios de Rentabilización de Terrenos

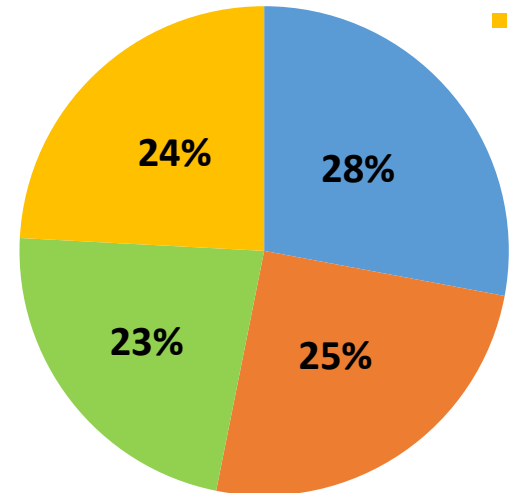
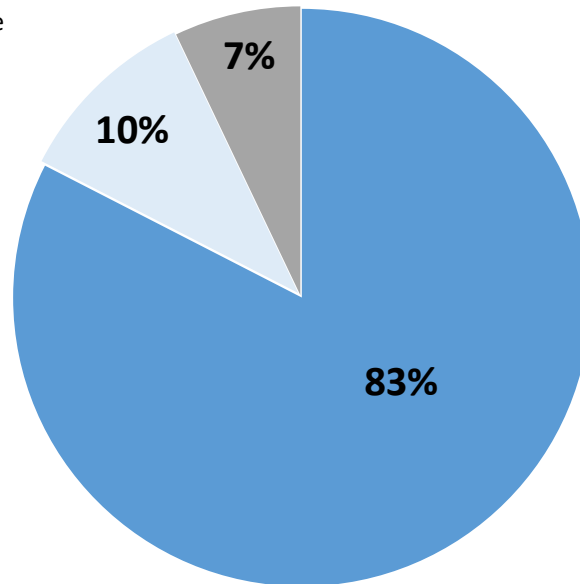
■ Retail

■ Telecom

■ Servicios

■ Publicidad

2022



Agenda

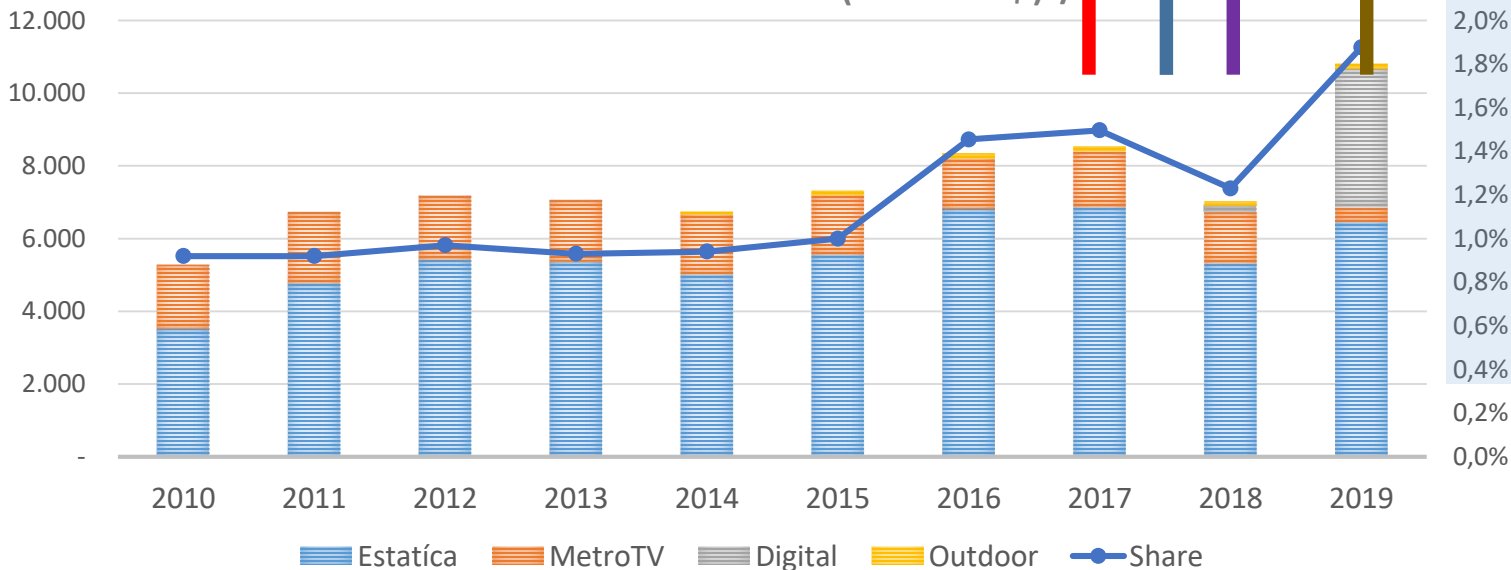
1. Ingresos No Tarifarios en Metro de Santiago.
2. Plan 2023.
3. Definición estratégica y táctica.
4. Estado del arte:
 - A) Publicidad
 - B) Retail
 - C) Telecomunicaciones
 - D) Inmobiliario & Ciudad.
 - E) Vendings & Logística.
5. Próximos desafíos.

Publicidad

Crisis en la industria de medios es una oportunidad.



EXHIBICIÓN PUBLICITARIA METRO (MM CLP\$) / MARKET SHARE



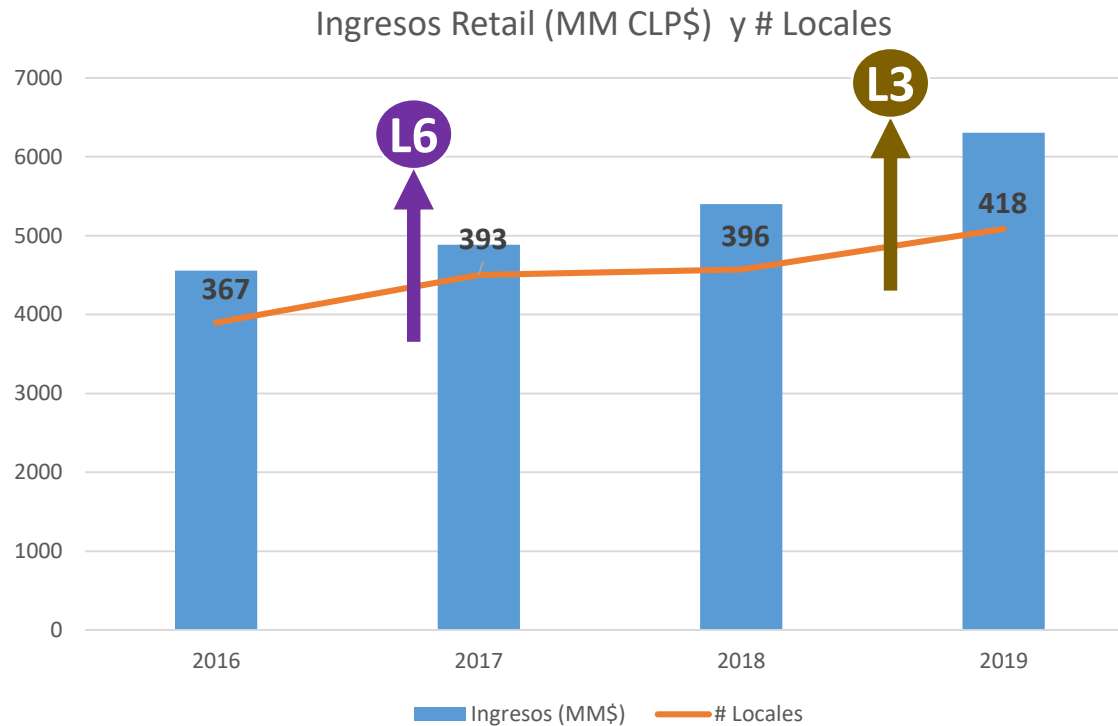
- 1,88% de marketshare, +52% c/r al año anterior.
- Cambio permitió consolidar a METRO como medio, independiente del operador.
- #MetroDigital:
 - Canibalizó MetroTV y algo de Innovación.
 - Base del crecimiento del medio.
 - Es un soporte de info a pasajeros.

PO
#M



Retail

Desafio: más de 3800 m² nuevos para colocar



Tarifa 104
USD/m²
*ponderada por m²
estación

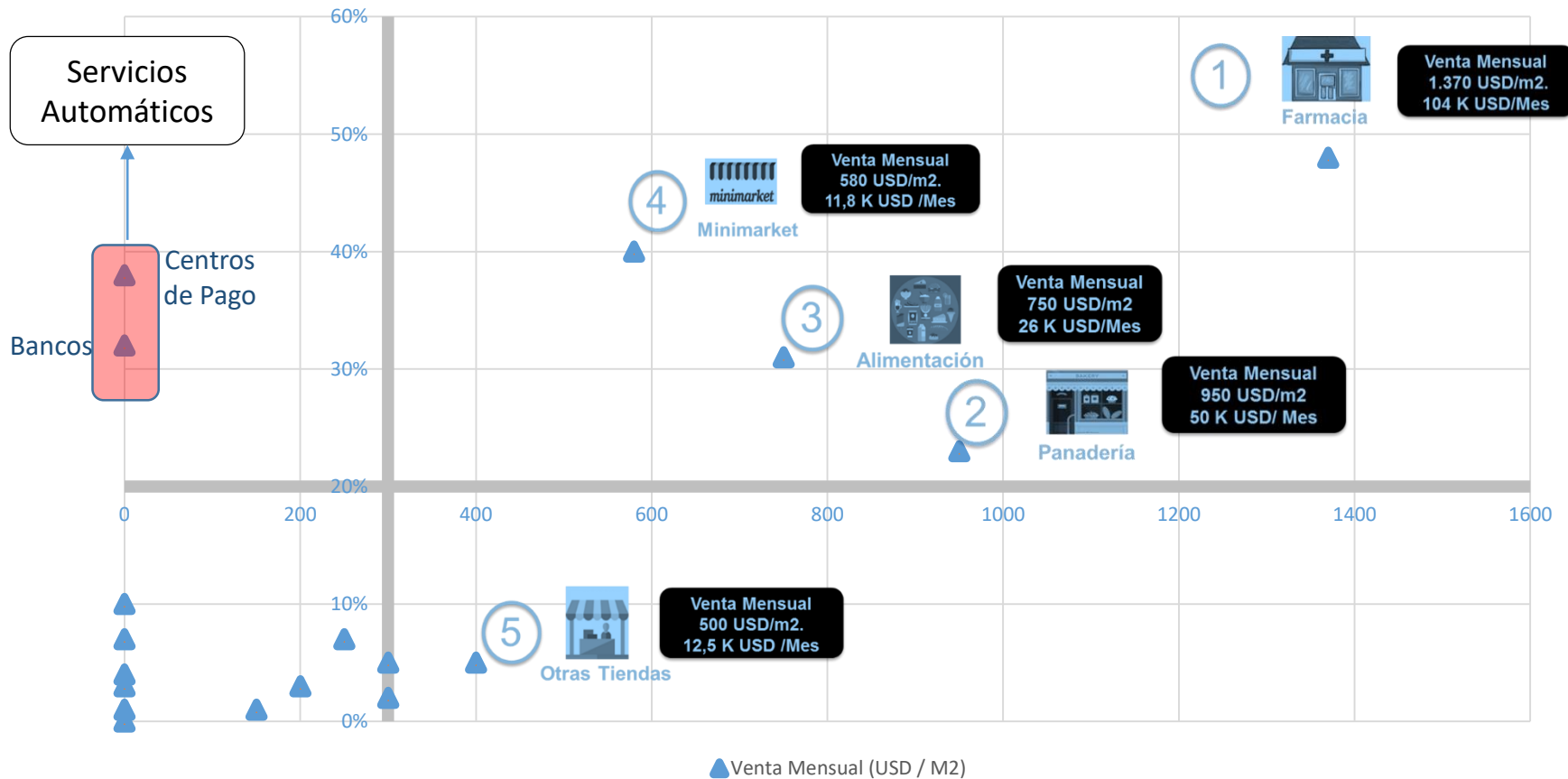
Conversión
5%*
*Estimada con ticket
CLP\$2000 estaciones
con 700Mill flujo
anual

Arriendo/Venta
10.7%.

Retail

Mix Comercial

Preferencias v/s Venta por Rubro
(Tracking de Negocios, Metro de Santiago 2017 – Ventas por Rubro CCS 2017)



Retail

Modelo Tarifario

Renta Mensual
En función del margen de cada rubro

Max (TAM;TAP)

TAM
Monto fijo UF/M2
f (tipo ST;
ubicación ST;
tamaño ST)

TAP
Variable (% sobre ventas)
f (margen rubro)
Estrategia: Alcanzar TAP Objetivo promedio por rubro en 5 años

Plazo
Años
f (Inversión)
< USD 50.000 → 3 años
USD 50.000 < X < USD 80.000 → 4 años
> USD 80.000 → 5 años

Retail

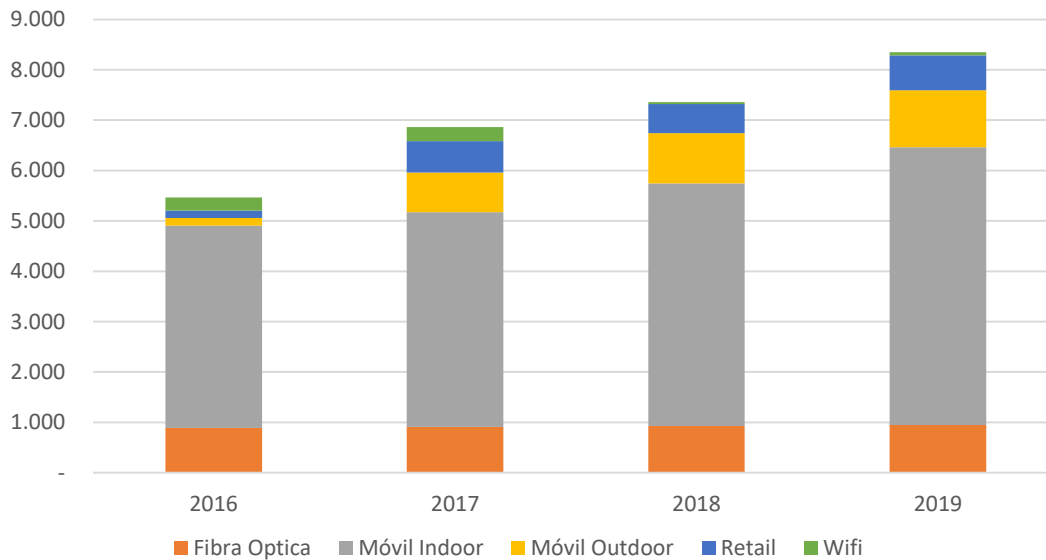
Normas de construcción (Look & Feel)



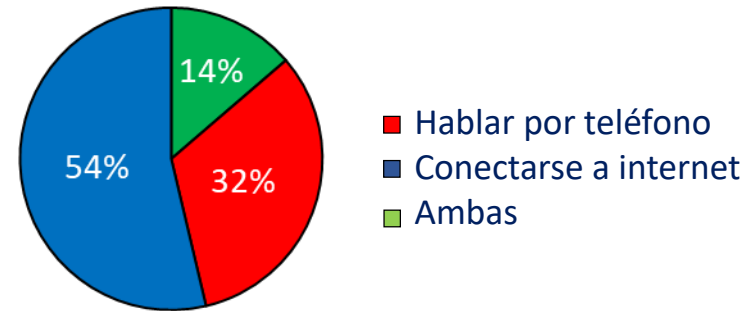
Telecomunicaciones

Industria en guerra de precios

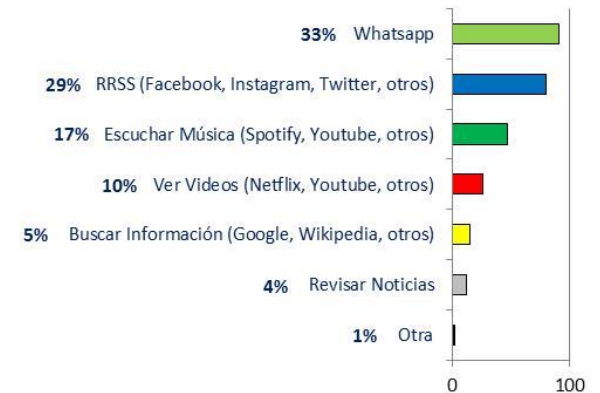
Ingresos Telecom (MM CLP\$)



Sobre la Cobertura Celular en Metro, ¿qué es lo más importante para el usuario?.



Sobre la Cobertura Celular en Metro, ¿qué es lo más importante para el usuario?.



Telecomunicações

Crescimento a través del Outdoor y cobertura por nueva líneas



Inmobiliario & Ciudad

Distintas formas para integrar y rentabilizar

2 Sub Centros de Barrio (SubB) Servicios equipamientos, comercio, áreas verdes, etc.



Referentes: Strip centers ejecutados en Colon, Tobalaba, V Norte. Proyectos con locales en superficie tipo estación Gruta Lourdes, Blanqueado

1 Conexiones



4 USD's (Under Site Developments) Plazas hundidas, estacionamientos, retail



Referentes: Proyectos tipo Plaza Hundida (Esc. Militar, Futuro proyecto Pza Egaña) tipo estacionamiento (V. Norte)

3 OSD's Edificios sobre estaciones



Superficie
7.414 m²
(14 pisos)

Inv. METRO
MM \$ 1.127

Inv. Privada
MM \$ 5.314

Ingreso Metro
MM \$ 252/Año

Referentes: Proyectos OSD, Leones Norte, Leones Sur, Matta, Monseñor y Eyzaguirre y Ñuñoa de P63

5 TUNELES COMERCIALES (TUC) Retail asociado a pasillos de combinación



Referentes: Estación P. de Valdivia, Irarrazaval, Esc. Militar, Tobalaba

Inmobiliario & Ciudad

Distintas formas para integrar y rentabilizar



Desafíos

Trabajar con el entorno

Explorar sinergias con otros proyectos de infraestructura, comerciales, o servicios.

Diseñar junto con el proyecto de expansión

Facilitar proyectos de expresión superficial, conexiones, planes de crecimiento de estaciones, entre otros.

Vendings & Logística



TELEFONOS PUBLICOS

- Cobertura.

~ 394 ATM

- Aporta 92% de Total Ingresos de Línea de Negocios.
- 77% de usuarios lo utiliza habitualmente.
- 100% de cobertura en la red.

MAQUINAS AUTOSERVICIO

- Centro de Servicio Estándar Nuevas Líneas

Agenda

1. Ingresos No Tarifarios en Metro de Santiago.
2. Plan 2023.
3. Definición estratégica y táctica.
4. Estado del arte:
 - A) Publicidad
 - B) Retail
 - C) Telecomunicaciones
 - D) Inmobiliario & Ciudad.
 - E) Vendings & Logística.
5. Próximos desafíos.

Próximos desafíos

Relacionamiento On Line



Desafíos

Conocimiento

A través de diversas herramientas tales como Wifi, Beacons, Apps, Red Móvil, se puede incrementar el conocimiento del comportamiento de los pasajeros.

Big Data y AI

A través de herramientas de big data e inteligencia artificial se pueden potenciar los negocios:

Publicitarios:

- Microsegmentación.
- Experiencias
- Contexto

Retail:

- Promociones.

Además de servicios de información a pasajeros en tiempo real.

Próximos desafíos

5G + Cambio en el modelo de infraestructura telco

Desafíos

Nuevas inversiones ¿Para nuevos clientes?

Incierto “time to market” para los carriers, puede generar una oportunidad para nueva infraestructura.

Redefinir paradigmas sobre redes Comerciales y Operacionales

¿Se podrían compartir redes?
¿Proveedores móviles podrían entregar servicios operacionales?

IoT

Hipersensibilización y conectividad masiva obligará a transformarnos en organizaciones digitales



Foto: American Tower Inc.

Próximos desafíos

E-Commerce



Desafíos

Cadena logística

Debido al flujo de pasajeros y frecuencia, las estaciones son espacios interesantes para el e-commerce.

Seguridad y Operación

Es la variable más compleja que abordar.

Las expresiones superficiales podrían ser la solución.

Alta rentabilidad

Ubicaciones destino, que pueden rentabilizar espacios de bajo interés comercial.

Modelo de Negocios

B2C; C2C;

Multi Commerce o exclusivos.

Bonus Track

Potenciar la imagen de METRO a través de terceros





Gracias

