

TRILHOS: EFICIÊNCIA E NOVOS RUMOS



Ingresos no tarifarios en Metro de Santiago



Fernando Reyes T.
Subgerente Comercial
División de Negocios
[freyest@metro.cl](mailto:freyst@metro.cl)



Tres Conceptos:

1

Historia

Proyectos de Estado que trascienden gobiernos

2

Servicios complementarios

en el ADN de METRO desde su origen



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

26



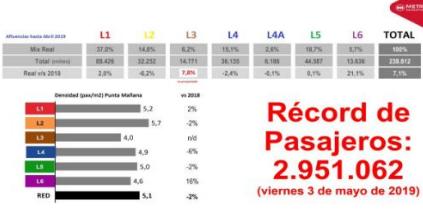
ESTACION LA MONEDA LINEA 1
PERPECTIVA DESDE LOCALES CARRERAS
M.O.P. CADE - SOFRETTU D.G. METRO
PERPECTIVA Y ACUARELA
I. ESCOBEDO 74

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 desafios.



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



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

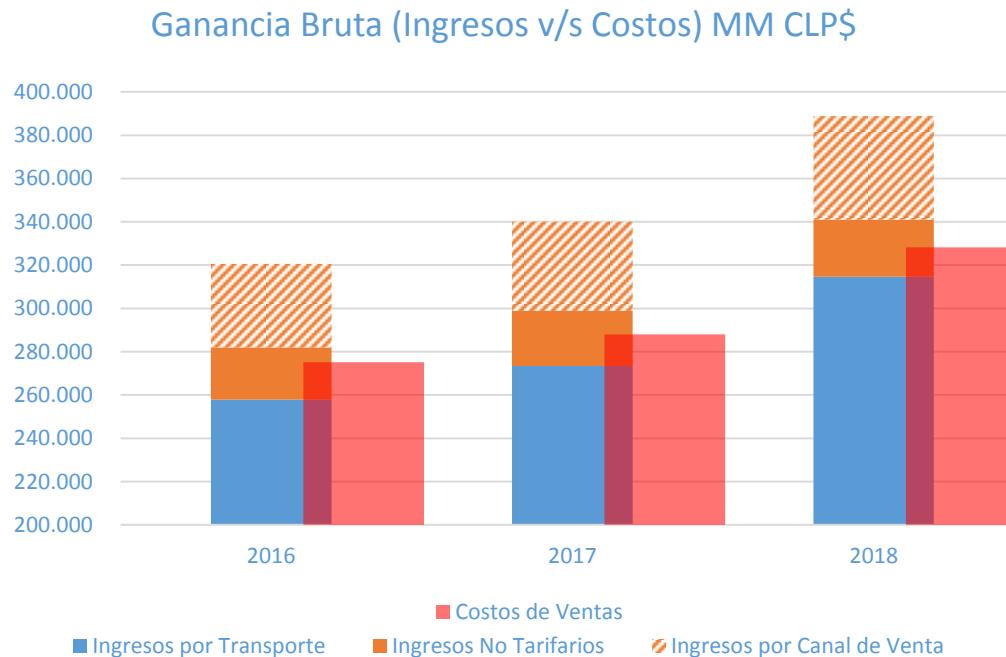
(AAM, Inversión Publicitaria en Medios 2018, Chile)



SEMANA DE
TECNOLOGIA
METROFERROVIARIA
2019

Ingresos No Tarifarios en

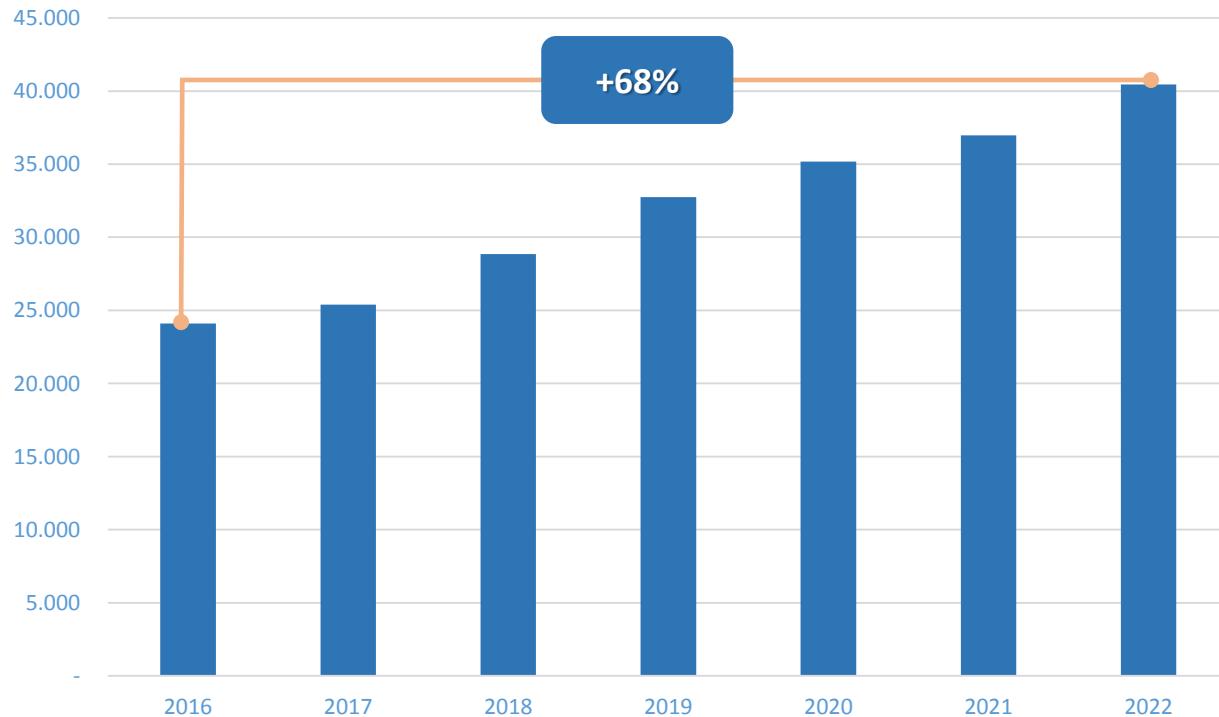
Fundamentales para la sostenibilidad financiera



~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

Mejorar la Calidad de vida mediante una **EXPERIENCIA DE VIAJE** satisfactoria

Desarrollar **SERVICIOS NO TARIFARIOS** que generen valor

- Inmobiliario
- Integración con la ciudad

Aportar al **DESARROLLO** del sistema de transporte público integrado

Garantizar **SOSTENIBILIDAD** financiera, social y medioambiental

- Mejoran el Margen Op.



Definición estratégica y táctica

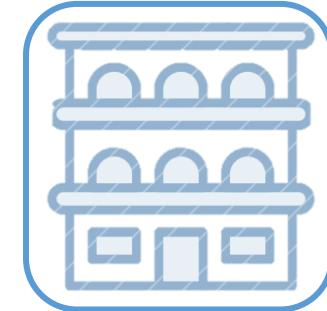
Negocios de Flujo



Negocios de Operacionales



Negocios Inmobiliarios

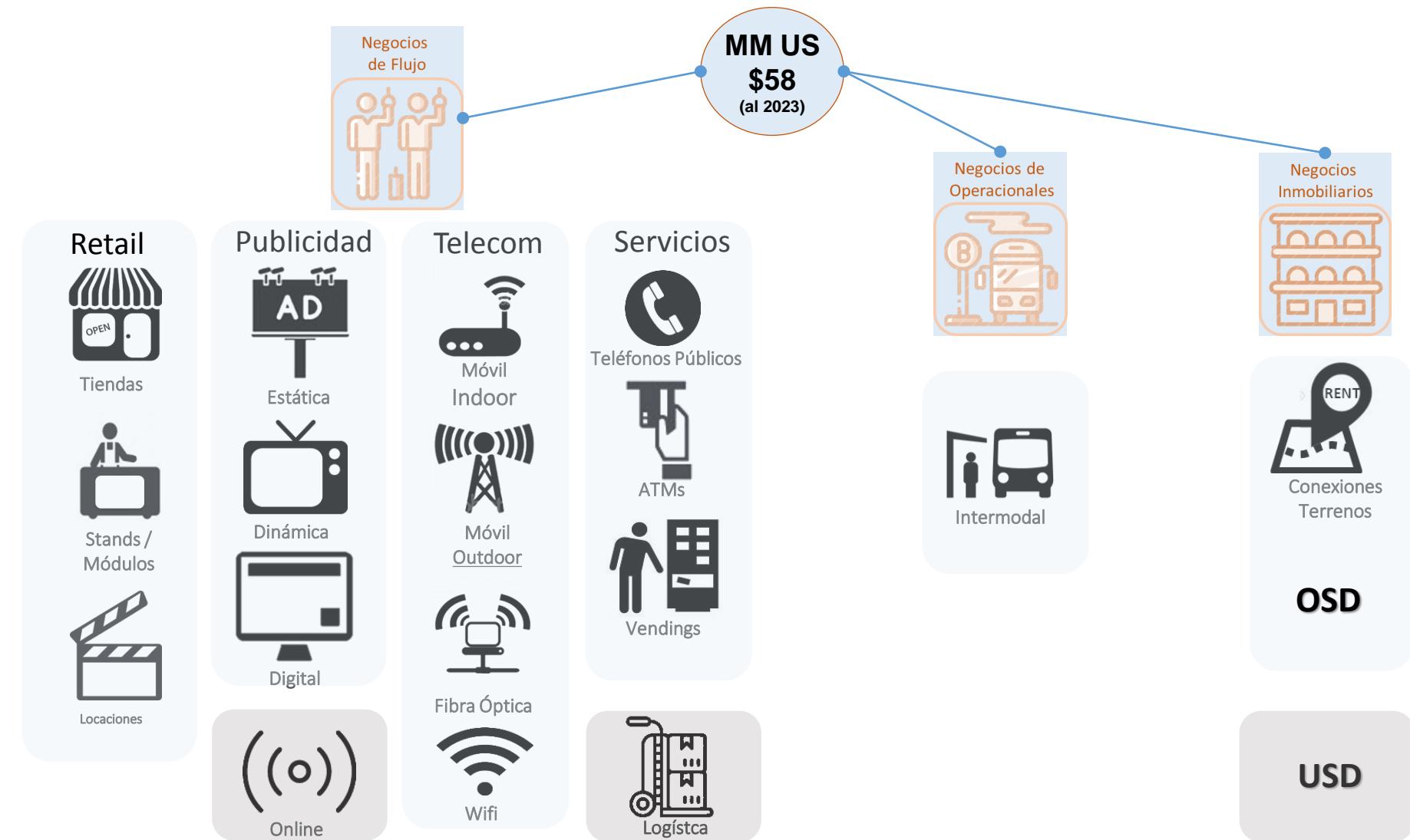


- Rentabiliza la afluencia con servicios y productos de alto valor percibido.
- Operación directa o a través de terceros.
- Renta:
 - Variable asociada a la venta.
 - Fija por arriendo de instalaciones.

- 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.

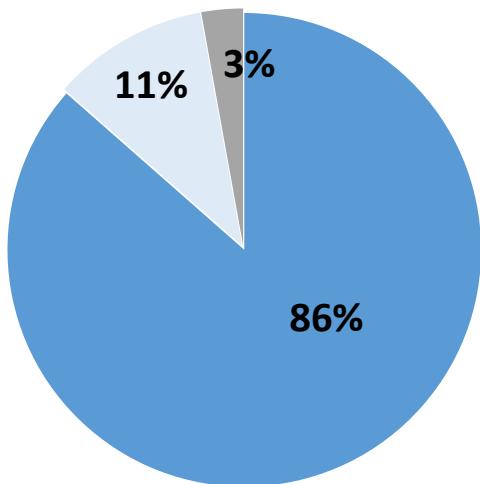
Definición estratégica y táctica



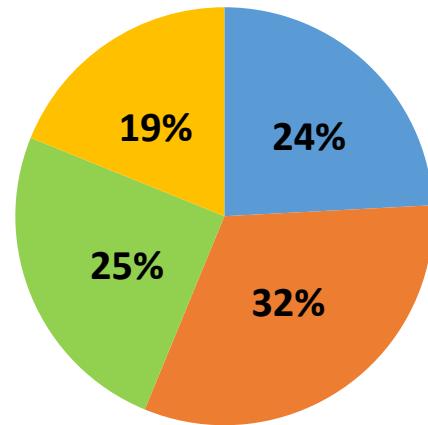
Definición estratégica y táctica

2018

Ingresos No Tarifarios

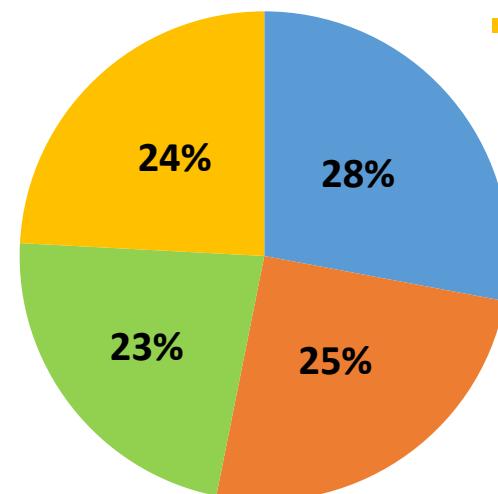
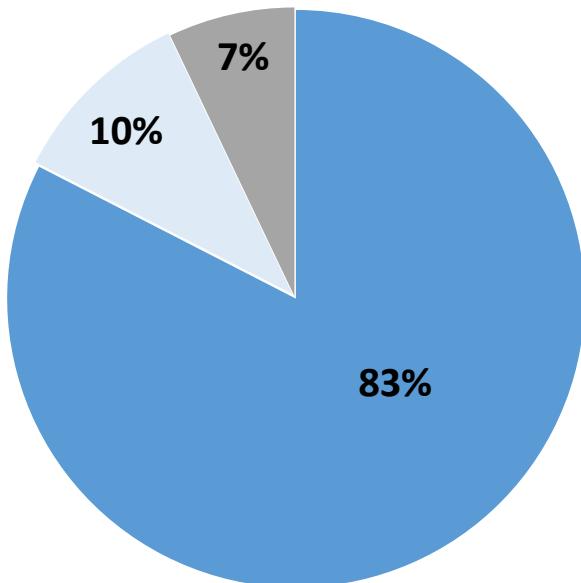


Ingresos No Tarifarios de Flujo



2022

■ Negocios de Rentabilización de Terrenos



- ## ■ Negocios de Flujo

- ## Negocios Operacionales

- ## ■ Negocios de Rentabilización de Terrenos

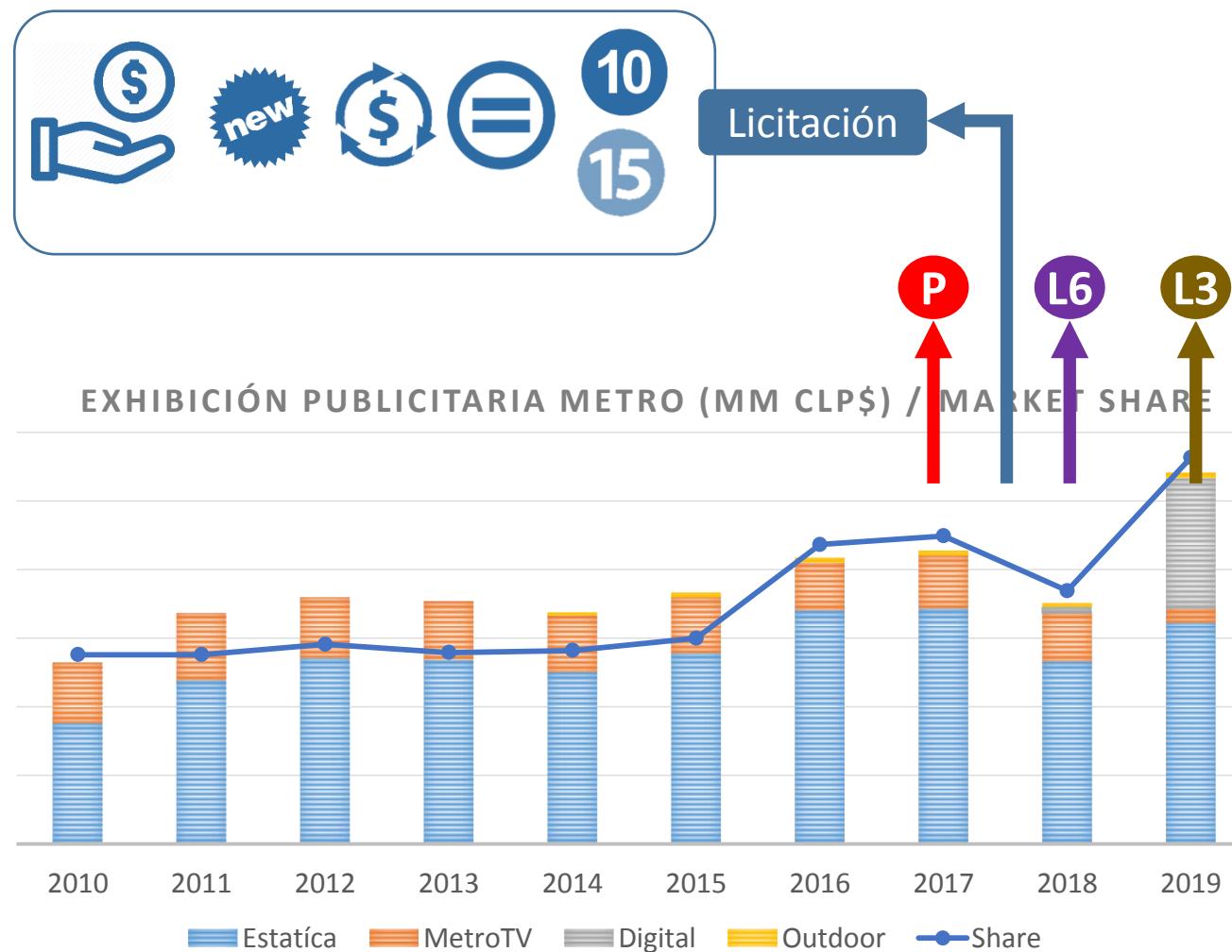
- Retail
 - Telecom
 - Servicios
 - Publicidad

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 desafios.

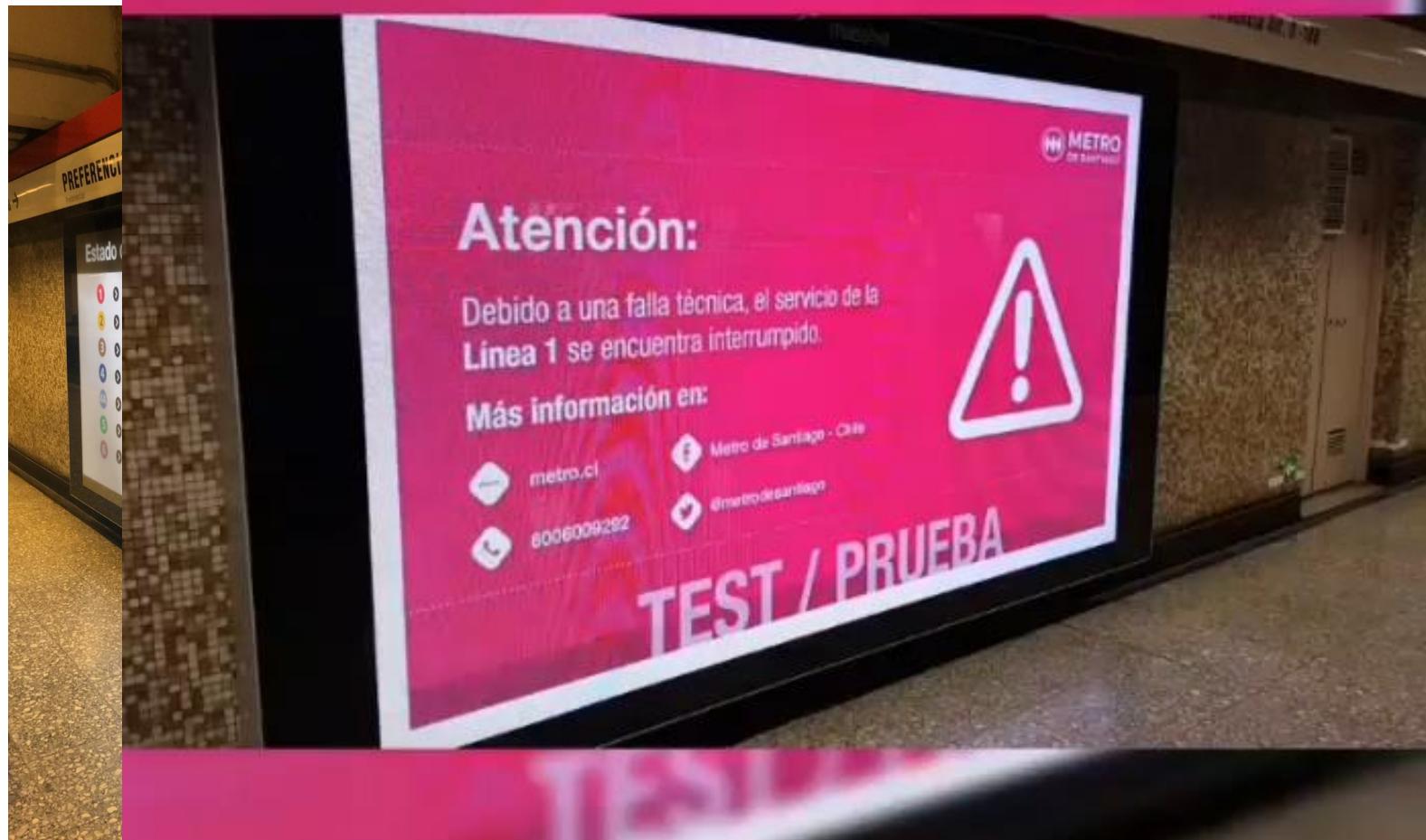
Publicidad

Crisis en la industria de medios es una oportunidad.



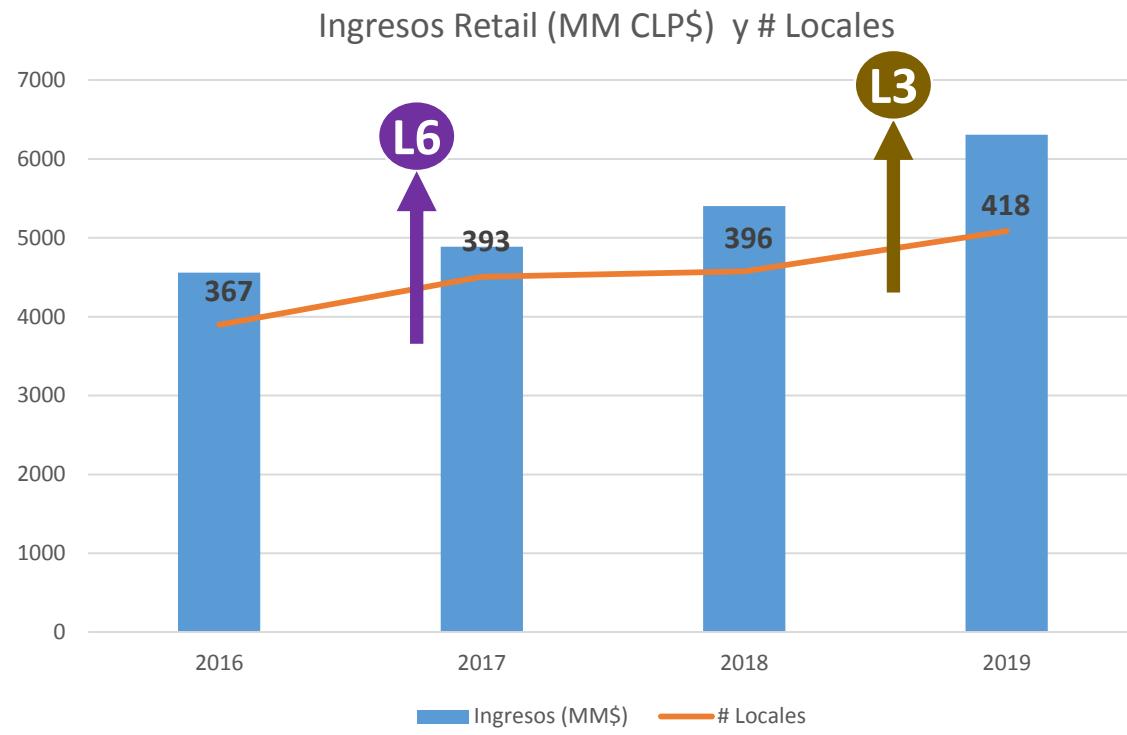
- 1,88% de marketshare, +52% c/r al año anterior.
- Cambio permitió consolidar a METRO como medio, independiente del operador.
- #MetroDigital:
 - Canibalizó MetroTV y algo de Innovación.
 - Base del crecimiento del medio.
 - Es un soporte de info a pasajeros.

P
#N



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

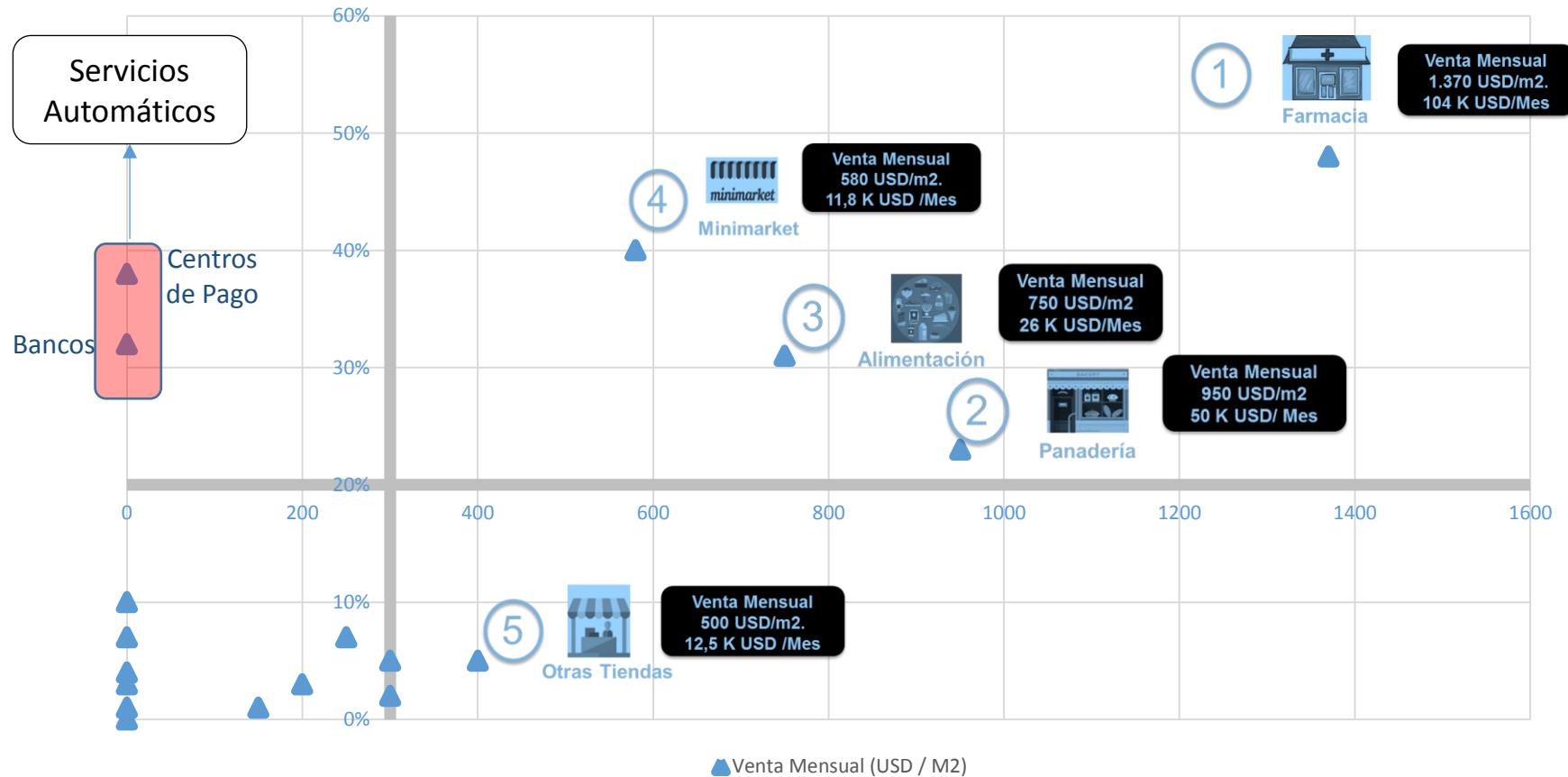
Arriendo/Venta
10.7%.

Retail

Mix Comercial

Preferencias v/s Venta por Rubro

(Tracking de Negocios, Metro de Santiago 2017 – Ventas por Rubro CCS 2017)



Retail

Modelo Tarifario



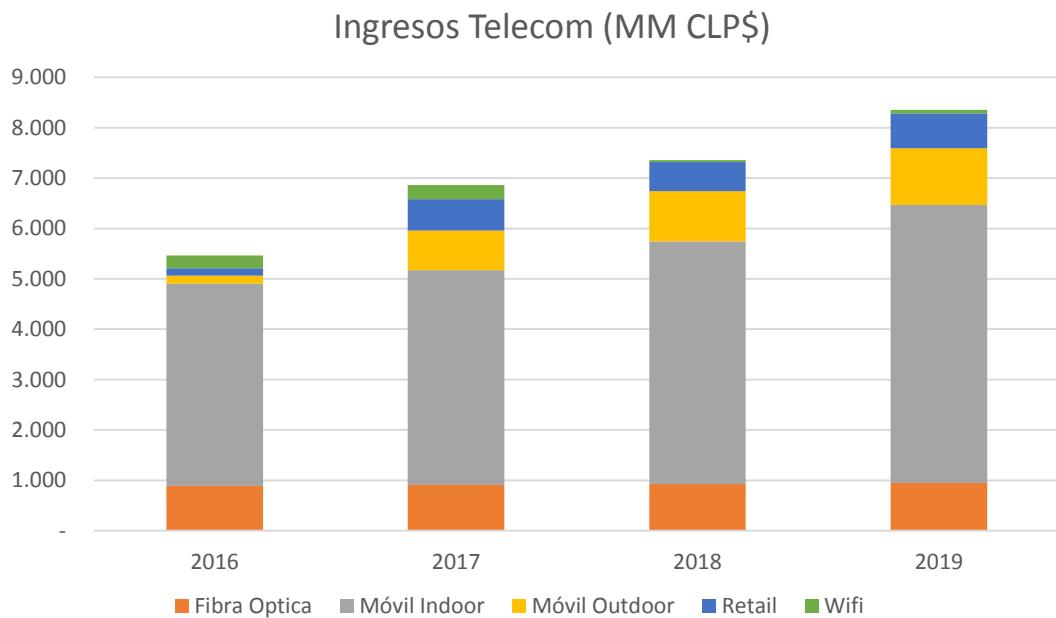
Retail

Normas de construcción (Look & Feel)

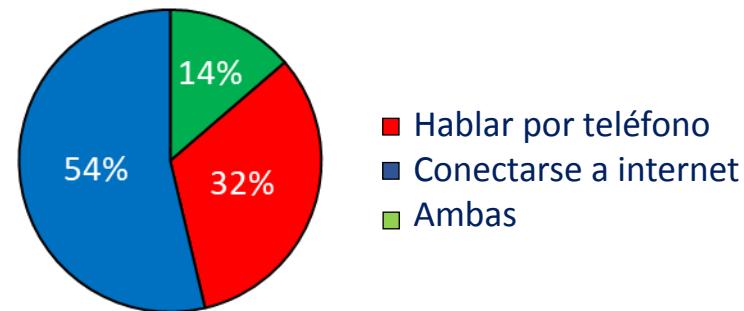


Telecomunicaciones

Industria en guerra de precios



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?.



Telecomunicaciones

Crecimiento 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 Colón, Tobalaba, V Norte. Proyectos con locales en superficie tipo estación Gruta Lourdes, Blanqueado

3 OSD's Edificios sobre estaciones



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

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)

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



Referentes: Estación P. de Valdivia, Irarrázaval, 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

Factibilizar 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?

Inciso “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

Hipersensorización 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

