

Centros Comerciales Data Driven

**Estrategias para atraer,
retener y fidelizar con datos**



Santiago Roldán Zuluaga_
CEO – **BrandQuity**
Julio - 2025

“Los datos por sí solos no cambian el juego, las decisiones basadas en ellos sí. Hoy aprenderás a jugar para ganar, no solo para competir.”

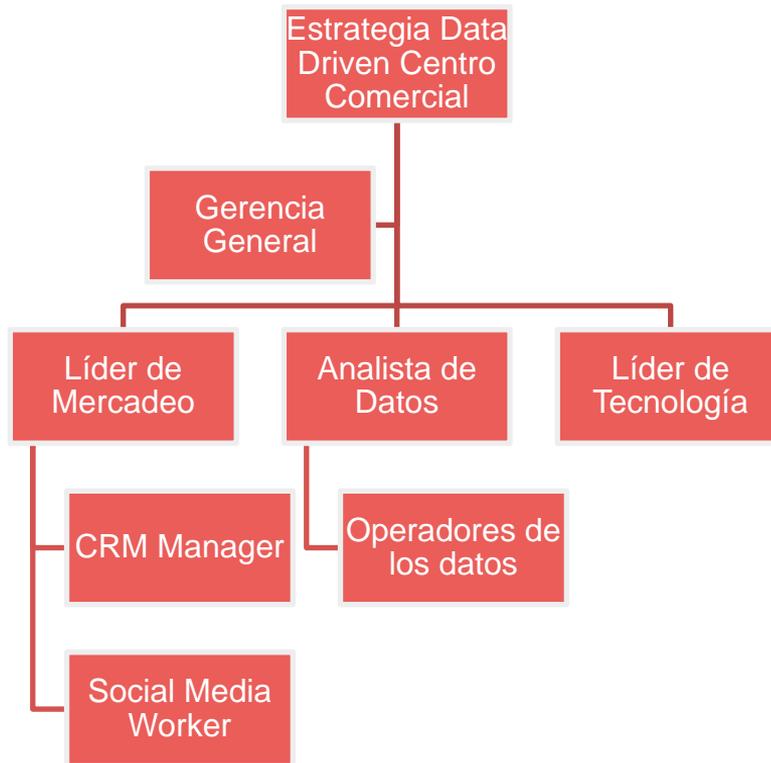


Objetivos de la sesión

- Conocer la estructura de una Estrategia Data Driven para el centro Comercial
- Conocer las barreras legales para implementar planes de gestión de los datos
- Comprender los fundamentos del Business Intelligence aplicado a la gestión de datos de clientes y visitantes.
- Desarrollar habilidades prácticas en **Zoho Analytics** mediante ejercicios guiados.
- Construir dashboards interactivos que faciliten la visualización, interpretación y comunicación de información clave.
- Identificar oportunidades de mejora y detección de patrones que aporten valor a la toma de decisiones.
- Comprender acerca de las oportunidades de monetización de una buena gestión de los datos.

Estructura - Data Driven Centro Comercial

Personas
Procesos
Tecnología



Barreras Legales

País	Ley Principal de Protección de Datos	Entidad Reguladora	Nivel de Restricción (1=Bajo, 5=Alto)	Observaciones
Colombia	Ley 1581 de 2012	Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)	4	Consentimiento explícito, hábeas data fuerte, sanciones claras.
México	Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares	Instituto Nacional de Transparencia (INAI)	3	Menor supervisión efectiva, pero regulación detallada.
Argentina	Ley 25.326	Agencia de Acceso a la Información Pública	5	Muy restrictiva y con enfoque europeo, alto nivel de cumplimiento.
Chile	Ley 19.628 sobre Protección de la Vida Privada	Consejo para la Transparencia	3	Regulación estable pero con baja fiscalización.
Perú	Ley N° 29733	Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales	4	Marco claro, pero aplicación variable.
Brasil	Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)	Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD)	5	Altamente restrictiva, similar al GDPR europeo.
Uruguay	Ley N° 18.331	Unidad Reguladora y de Control de Datos Personales	4	Fuerte protección y supervisión activa.
Ecuador	Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (2021)	Superintendencia de Protección de Datos	4	Nueva ley robusta, aún en proceso de implementación total.
Bolivia	Ley N° 1649 (2013)	Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información	2	Marco legal existente pero poco aplicado.
Paraguay	Ley N° 6534 (2020)	Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación	2	Ley reciente, implementación limitada.

Base de Datos de Trabajo

- Una base de datos simulada con información de visitantes al Centro Comercial Gran Estelar ubicado en la ciudad de Cali.

[Descárgala Aquí](#)

Campos Clave Analizados

Categoría

Variables

Identificación

Nombre, correo, movil

Registro de la visita

Registro de compra, frecuencia de compra, tienda visitada

Actividad

Registro de la marca de la tienda, categoría de la tienda

Demografía del cliente

Nivel de escolaridad, estado civil, vivienda

Campaña del Centro Comercial

Tipo de campaña, periodo de la campaña

Objetivo del análisis

- Identificar clientes por frecuencia de compra, categorías, marcas, preferencias.
- Detectar categorías más dinámicos en términos de ticket total y promedio.
- Aplicar filtros y segmentaciones por categoría, campaña, cliente.
- Crear visualizaciones que permitan comunicar hallazgos de forma clara y persuasiva.

Tipos de Licencias

Versión

Características principales

Público objetivo

Interfaz Principal

Power BI Free

Desarrollo local, carga de datos, visualizaciones básicas

Usuarios individuales

- **Power Query:** carga y limpieza de datos
- **Modelado:** relaciones entre tablas
- **Visualizaciones:** gráficos, KPIs, filtros
- **Publicación:** compartir en la nube o incrustar en portales

Power BI Pro

Compartir dashboards, colaboración, almacenamiento en la nube

Equipos pequeños

Power BI Premium

Capacidad dedicada, inteligencia artificial, big data

Grandes organizaciones

Introducción a Google Looker Studio

Es una plataforma gratuita de visualización de datos basada en la nube que permite crear dashboards interactivos y compartirlos fácilmente. Antes conocida como Google Data Studio, es parte del ecosistema de Google Cloud.

¿Por qué Looker Studio?

-  Conectividad con Google Sheets, BigQuery, Analytics, entre otros
-  Ideal para equipos ágiles y proyectos rápidos
-  Acceso desde cualquier navegador sin instalación
-  Compartición sencilla por enlace o embed
-  Buena opción para empresas que usan Google Workspace

Requisitos previos para el taller:

Tener una cuenta de Google activa
Subir la base de datos a Google Sheets
Conocer la estructura básica de columnas para importar correctamente

Introducción a Google Looker Studio

Principales componentes:

- Editor de reportes: área de construcción del dashboard
- Fuentes de datos: configuración de conexión y permisos
- Controles interactivos: filtros, fechas, menús desplegables
- Visualizaciones disponibles: tablas, gráficos de barras, series temporales, mapas geográficos, scorecards

“Looker Studio democratiza los datos: cualquier usuario puede explorar, filtrar y entender sin necesidad de saber código.”

Introducción a Zoho Analytics

Es una plataforma de inteligencia de negocios desarrollada por Zoho Corp., que permite importar, analizar y visualizar datos de forma colaborativa. Se destaca por su enfoque en la automatización del análisis, su potente motor de AI y su facilidad de uso sin necesidad de escribir código.

¿Por qué Zoho Analytics?

-  **Análisis asistido por Zia**, la inteligencia artificial de Zoho
-  **Preparación de datos automática** con Smart Data Prep
-  **Altos estándares de seguridad y privacidad** de datos
-  Más de 100 tipos de visualizaciones y dashboards personalizables
-  Integración nativa con Zoho CRM, Books, Creator y más de 250 conectores externos (incluyendo Google Sheets, Excel, PostgreSQL, etc.)

Interfaz destacada
Diseño intuitivo tipo
hoja de cálculo
Zia Insights:
generación automática
de conclusiones con
lenguaje natural
Dashboards
interactivos
compatibles por URL,
correo o iframe

Introducción a Zoho Analytics

Licenciamiento

Plan	Características principales	Público objetivo
Free	2 usuarios, hasta 10,000 filas de datos	Freelancers y microempresas
Basic/Standard	Automatización, dashboards ilimitados, conectores web	PYMEs
Enterprise	Colaboración avanzada, control granular de permisos	Grandes empresas

“Zoho Analytics es ideal para organizaciones que buscan un equilibrio entre automatización, visualización y colaboración en tiempo real.”

Importación y Preparación de Datos en Zoho Analytics

🎯 Objetivo del ejercicio:

Subir la base de datos, identificar columnas clave y preparar los datos para construir visualizaciones relevantes en los próximos ejercicios.

☑️ Pasos para el ejercicio:

1. Acceder a la plataforma
2. Ingresar a: <https://analytics.zoho.com>
3. Iniciar sesión con una cuenta Zoho o Google
4. Crear un nuevo Workspace
5. Ir a Workspaces > + Crear > Nuevo Workspace
6. Nombrar: Análisis 9000 Empresas
7. Importar el archivo Excel
8. Elegir la opción Importar datos > Desde archivo > Excel
9. Subir o conectar el archivo de la BD
10. Validar estructura: nombres de columnas, tipos de datos

Importación y Preparación de Datos en Zoho Analytics

“Zoho Analytics te da sugerencias inteligentes. Revisa las propuestas de Zia para descubrir relaciones ocultas que quizá no habías notado.”

🎯 Objetivo del

ejercicio:

Subir la base de datos, identificar columnas clave y preparar los datos para construir visualizaciones relevantes en los próximos ejercicios.

Preparar los datos

1. Corregir campos mal categorizados (por ejemplo, cambiar texto a número)
2. **Renombrar campos para mayor claridad**
3. **Crear columnas calculadas:**
4. Guardar el conjunto de datos como tabla base
5. Verificar que Zia reconozca los campos y sugiera insights

Ejercicio 1 – Dashboard de Desempeño en Zoho Analytics

🎯 Objetivo del ejercicio:

Construir un dashboard interactivo que permita visualizar el desempeño de las tiendas a través de KPIs, gráficos comparativos y segmentación por variables clave.

Perfil Demográfico del Cliente

1. **Gráfico de barras:** Distribución por género.
2. **Gráfico de pastel:** Estado civil de los clientes.
3. **Histograma:** Distribución de edades.
4. **Gráfico de barras apiladas:** Nivel de escolaridad por estado laboral.
- Mapa de calor:** Número de clientes por barrio.

Análisis de Comportamiento de Compra

6. **Gráfico de líneas o área:** Evolución diaria del número de compras (por fecha de compra).
7. **Gráfico de barras:** Frecuencia de visita al centro comercial.
8. **Gráfico de pastel:** Medio de compra más utilizado (efectivo, débito, crédito).
9. **Gráfico de dispersión:** Relación entre edad y monto de compra.
10. **Gráfico de columnas:** Monto de compra promedio por estado laboral.

Ejercicio 2 – Dashboard de Desempeño en Zoho Analytics

🎯 Objetivo del ejercicio:
Construir un dashboard interactivo que permita visualizar el desempeño de las tiendas a través de KPIs, gráficos comparativos y segmentación por variables clave.

Análisis Comercial

11.Gráfico de columnas: Total de compras por categoría de comercio.

12.Gráfico de barras horizontales: Comercios con más transacciones.

13.Gráfico de pastel: Promociones con mayor inscripción.

14.Gráfico de barras agrupadas: Categoría de comercio vs. medio de compra.

15.Gráfico combinado (línea + barras): Monto total de compras vs. número de clientes por categoría.

Análisis Geográfico

16.Mapa interactivo (si activas geolocalización por dirección o barrio): Distribución espacial de clientes por monto total.

17.Mapa de calor de barrios: Total de registros o monto de compra por barrio.

Ejercicio 3 – Dashboard de Desempeño en Zoho Analytics

🎯 Objetivo del ejercicio:

Construir un dashboard interactivo que permita visualizar el desempeño de las tiendas a través de KPIs, gráficos comparativos y segmentación por variables clave.

Panel de KPIs (Indicadores Clave)

18. Indicadores individuales:

- Número total de clientes registrados.
- Monto total de compras.
- Promedio de compra por cliente.
- Edad promedio.
- Clientes por medio de compra.

Análisis Temporal

19. Gráfico de líneas: Tendencia de registros por día (1 al 30 de junio).

20. Gráfico de áreas apiladas: Registros diarios por categoría de comercio.

Análisis Segmentado

21. Cuadro cruzado dinámico (pivot):

- Clientes por estado civil y medio de pago.
- Clientes por barrio y promoción inscrita.
- Monto total por categoría y estado laboral.

Ejercicio 4 – Dashboard de Desempeño en Zoho Analytics

🎯 Objetivo del ejercicio:
Construir un dashboard interactivo que permita visualizar el desempeño de las tiendas a través de KPIs, gráficos comparativos y segmentación por variables clave.

Modelos Predictivos (Avanzado en Zoho Analytics)

22. Modelo de predicción: Predicción del monto de compra basado en edad, nivel educativo y estado laboral.

23. Clustering: Segmentación de clientes según comportamiento y perfil.

7 ideas para monetizar los datos en un Centro Comercial

🎯 Modelo de Venta o Comercialización de Audiencias

¿Qué es? Utilizar los datos para ofrecer servicios de segmentación a marcas y comercios.

Ideas:

💡 **Publicidad dirigida dentro del centro comercial:** Vender espacios físicos (pantallas, vitrinas, mupis) y digitales (app/web) con anuncios personalizados basados en edad, género, historial de compra, barrio o frecuencia de visita.

💡 **Campañas co-creadas:** Ofrecer a tiendas o marcas la posibilidad de hacer campañas de promociones cruzadas según el perfil del visitante (ej. “clientes jóvenes de San Fernando con alta frecuencia de visita”).

💡 **Generación de audiencias para campañas externas:** Crear paquetes de datos anonimizados y segmentos para usar en Meta Ads o Google Ads mediante públicos similares (lookalike audiences).

7 ideas para monetizar los datos en un Centro Comercial

🎯 Modelo de Información como Servicio (Data-as-a-Service)

¿Qué es? Ofrecer acceso controlado a dashboards o reportes inteligentes.

Ideas:

- 💡 **Suscripciones a reportes analíticos para comerciantes del mall:**
 - Flujo de visitantes por zona.
 - Análisis por hora pico y comportamiento por edad/género.
 - Ranking de comercios por tráfico indirecto o correlaciones de compras.
- 💡 **Dashboards premium para grandes marcas:** Las marcas ancla podrían pagar por información en tiempo real sobre sus clientes vs. los de la competencia dentro del mismo centro.

7 ideas para monetizar los datos en un Centro Comercial

🎯 Personalización de la Experiencia del Cliente (Fidelización Monetizable)

¿Qué es? Usar los datos para crear una experiencia personalizada que incremente la lealtad y, por ende, el gasto.

Ideas:

- 💡 **Programa de fidelización basado en datos:** Puntos, beneficios y ofertas según comportamiento (visitas frecuentes, ticket promedio, zonas más recorridas).
- 💡 **Ofertas exclusivas por segmento:** Clientes con alto valor, o con baja frecuencia de visita, reciben promociones específicas para reactivarlos.
- 💡 **Notificaciones y promociones geolocalizadas en app:** “Alerta: 20% de descuento en tu tienda favorita cerca de ti”.

7 ideas para monetizar los datos en un Centro Comercial

🎯 **Optimización del espacio y renta variable**

¿**Qué es?** Usar los datos para cobrar de forma más inteligente a los comercios.

Ideas:

- 💡 **Renta basada en tráfico real y conversión estimada:** Cobros diferenciales a locales con más tráfico, no solo por ubicación.
- 💡 **Zonificación inteligente:** Reubicar tiendas según afinidades detectadas por comportamiento de los visitantes.

7 ideas para monetizar los datos en un Centro Comercial

🎯 **Marketplace interno de productos o servicios**

¿Qué es? Crear plataformas que conecten oferta y demanda usando los datos recolectados.

Ideas:

- 💡 **App con e-commerce del centro comercial:** Promociones cruzadas de marcas con base en data de navegación y compra.
- 💡 **Venta de gift cards o combos personalizados:** Según perfil de compra (moda + comidas + entretenimiento).

7 ideas para monetizar los datos en un Centro Comercial

🎯 Alianzas externas basadas en comportamiento de clientes

¿Qué es? Vender inteligencia comercial a aliados externos.

Ideas:

- 💡 **Datos para aseguradoras, bancos o marcas aliadas:** Estudio de comportamiento de consumo por segmento.
- 💡 **Benchmarking local:** Cómo se comportan los consumidores en este mall vs. otros malls de la región.

7 ideas para monetizar los datos en un Centro Comercial

🎯 **Eventos y experiencias personalizadas**

¿Qué es? Crear eventos segmentados y patrocinados con base en datos.

Ideas:

- 💡 **Eventos VIP para segmentos de alto valor:** Patrocinados por marcas premium.
- 💡 **Experiencias temáticas según preferencias:** Días de "fashion lovers", "tech lovers", "familias", etc.

Conclusiones

La Inteligencia de Negocios no es solo para grandes empresas; cualquier organización puede tomar mejores decisiones si mide lo que importa.

Power BI, Looker Studio y Zoho Analytics ofrecen alternativas potentes y accesibles para distintos niveles de madurez digital.

Un buen dashboard cuenta una historia, no solo muestra números: debe guiar la acción, no confundir con datos.

El camino hacia una cultura data-driven comienza con pequeños ejercicios como los de este taller, pero se escala con estrategia y liderazgo.

El futuro de los negocios no es quién tiene más datos, sino quién los entiende y los acciona mejor.



Recursos complementarios:

Plataforma

Microsoft (Power BI)

Google (Looker)

Zoho Analytics

Amazon (AWS BI)

IBM Analytics

Qlik Blog

Salesforce BI

Enlace Blog Oficial

<https://powerbi.microsoft.com/es-es/blog/>

<https://cloud.google.com/blog/topics/looker>

<https://www.zoho.com/analytics/blog/>

<https://aws.amazon.com/blogs/big-data/>

<https://www.ibm.com/blogs/business-analytics/>

<https://www.qlik.com/blog>

<https://www.salesforce.com/blog/category/data-analytics>

Bibliografía Práctica – Tutoriales Oficiales por Plataforma

● Power BI (Microsoft)

1. Microsoft Learn – Power BI Learning Path
Microsoft. (2024). *Get started with Power BI*.
<https://learn.microsoft.com/en-us/training/paths/get-started-power-bi/>
2. Blog oficial de Power BI
Microsoft. (2024). *Power BI Blog*.
<https://powerbi.microsoft.com/es-es/blog/>
3. Curso gratuito de Microsoft en edX
Microsoft. (2024). *Analyzing and Visualizing Data with Power BI*.
<https://www.edx.org/course/analyzing-and-visualizing-data-with-power-bi>

● Google Looker Studio (antes Data Studio)

1. Google Cloud Training – Looker Studio
Google. (2024). *Looker Studio: Introduction and tutorials*.
<https://support.google.com/looker-studio/answer/6283323?hl=es>
2. Codelabs de Google para Looker Studio
Google Developers. (2024). *Data Visualization with Looker Studio*.
<https://codelabs.developers.google.com/codelabs/looker-studio-intro>
3. Blog oficial de Google Cloud
Google Cloud. (2024). *Data visualization insights with Looker Studio*.
<https://cloud.google.com/blog/topics/looker>

Bibliografía Práctica – Tutoriales Oficiales por Plataforma —

🌀 Zoho Analytics

1. Centro de ayuda oficial de Zoho

Zoho Corp. (2024). *Zoho Analytics Help Center*.

<https://www.zoho.com/analytics/help/>

2. Canal de YouTube – Tutoriales paso a paso

Zoho Corp. (2024). *Zoho Analytics Tutorial Series*.

https://www.youtube.com/playlist?list=PLbC9Hu_ZaAkNyXkT0sIHtG2VJlqjhtwzl

3. Curso gratuito de introducción

Zoho Corp. (2024). *Getting started with Zoho Analytics*.

<https://academy.zoho.com/analytics>

GRACIAS!

¿Estás listo para integrar la inteligencia de negocios a tu estrategia empresarial?

sroldan@brandquity.com

+57 300 2801606

brandquity.com

ESCANEA AQUÍ



BrandQuity