

falabella.

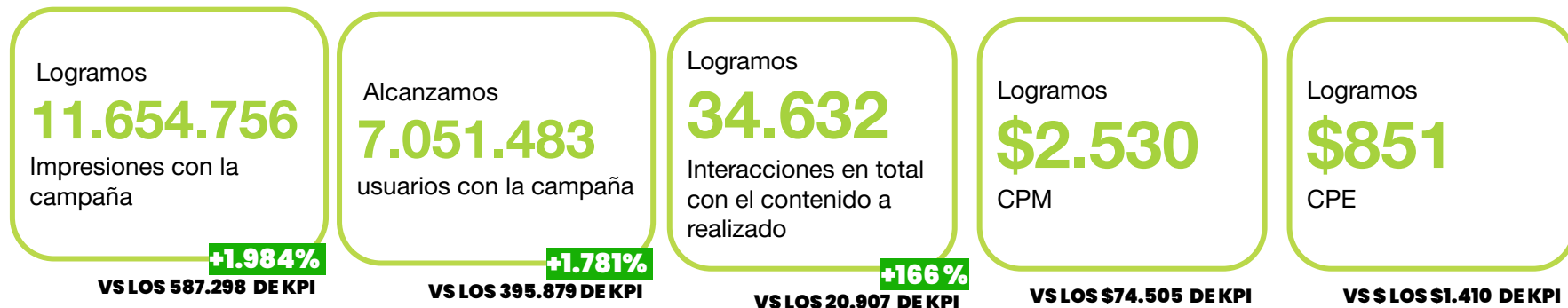
REPORTE

ULA 2025



A.

OVERVIEW GENERAL Y CONSIDERACIONES



El objetivo de la campaña fue generar awareness y potenciar la nueva línea de secadores Falabella ULA a través de un pool de influenciadores vinculados al mundo de la belleza.

Se trabajó con perfiles macro, mid y micro, incluyendo colaboraciones tanto pagadas como por canje, con contenido distribuido en Instagram, TikTok y YouTube.

CONSIDERACIONES

INTERNAS

- No contamos con contingencias internas en el período

EXTERNAS

- Mayumi contó con problemas para exportar sus videos lo que retrasó su comunicación.

DETALLES GENERALES

Se trabajó con un pool de más de 25 influenciadores, generando contenidos en distintos formatos para alcanzar de manera efectiva a las diversas audiencias de cada perfil.

SHARED MEDIA



¿QUÉ TIENE ESTE REPORTE?

PRINCIPALES CREADORES

CUMPLIMIENTO DE LO NEGOCIADO

DESGLOSE DE CONTENIDOS

QUIÉNES COMUNICARON DE MEJOR FORMA

ANÁLISIS DE COSTOS

CONCLUSIONES

NEXT STEPS Y LEARNINGS

BENCHMARK DE CONTENIDOS

ANEXOS



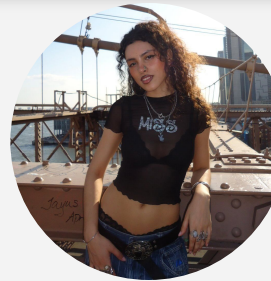
28

CREADORES

Se trabajó con un pool de 28 influenciadores de categoría macro, mid y micro, quienes comunicaron a través de distintos formatos en sus redes sociales para potenciar los distintos productos de la marca ULA.



**Trini
de la Noi**
@trinidaddelanoi
309.1K



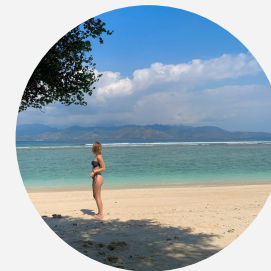
**Meffy
Madrid**
@meffymadrid
250.6K



**Ivi
Simunovic**
@ivisimunovic
248.4K



**Martina
Rivillo**
@martina_rivillo
160.7K



**Clara
García**
@claragarciaz
143K



**Milena
Martínez**
@soyelsantoafro
133.9K

28

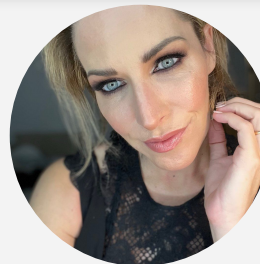
CREADORES

Se trabajó con un pool de 28 influenciadores de categoría macro, mid y micro, quienes comunicaron a través de distintos formatos en sus redes sociales para potenciar los distintos productos de la marca ULA.



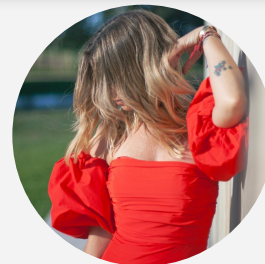
**Karyn
Coo**

@karyncoo
129K



**Tere
Irarrázabal**

@tereirrazabal
127.6K



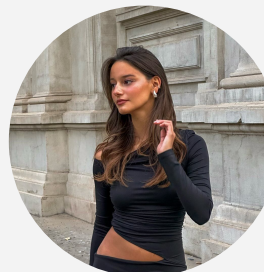
**Ale
del Sante**

@aledelsante
125.9K



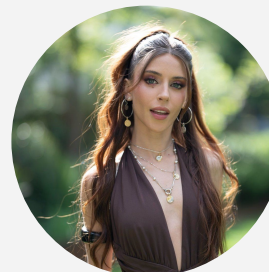
**Cate
Cecarelli**

@catececcarelli
113.2K



**Amanda
Marriaza**

@amandamarriaza
81.8K



**Mariana
Gómez**

@marianagl
62K

COMPLETO

**CASI COMPLETO (70%
del contenido)**

**INCOMPLETO (menos de
un 70% de lo negociado)**

INFLUENCER	NEGOCIADO	REALIZADO
Ale del Sante	1 STORY + 1 REEL	1 STORY + 1 REEL
Amanda Marriaza	2 STORIES +1 REEL	2 STORIES + 1 REEL
Cata Baraňao	2 STORIES +1 REEL	2 STORIES + 1 REEL + 1 TIKTOK
Cate Cecarelli	2 STORIES + 1 TIKTOK	2 STORIES + 1 TIKTOK
Clara García	1 TIKTOK	1 TIKTOK
Conti Silva	2 STORIES + 1 REEL	2 STORIES + 1 REEL
Elisa Becerra	1 TIKTOK	2 STORIES + 1 TIKTOK
Emilia Saez	2 STORIES	2 STORIES
Fer Camus	1 TITKOK	2 STORIES + 1 TIKTOK
Francis El Peluquero	2 STORIES + 1 REEL	2 STORIES + 1 REEL
Guido Capucci	2 STORIES +1 REEL	2 STORIES + 1 REEL
Isa Snake Mua	1 REEL	1 REEL
Ivi Simunovic	1 STORY	1 STORY
Karyn Coó	1 STORY +1 REEL	1 STORY + 1 REEL
Javiera Benet	1 REEL	1 REEL
Maite Reino	2 STORIES +1 TIKTOK	2 STORIES + 1 TIKTOK
Mariana Gómez	2 STORIES	2 STORIES
Martina Rivillo	1 TIKTOK	1 TIKTOK
Martina Rosseau	1 REEL	1 REEL
Mayumi	2 STORIES	2 STORIES + 1 REEL
Meffy Madrid	1 TITKOK	2 STORIES + 1 TIKTOK
Melanie	2 STORIES	2 STORIES
Milena Martinez	2 STORIES +1 REEL	2 STORIES + 1 REEL
Paulina Yunis	2 STORIES	3 STORIES
Tere Irarrázabal V.	LIVE FALABELLA	LIVE + 2 STORIES
Tota Echeñique	1 STORY +1 REEL	1 STORIES + 1 REEL
Trini de la Noi	2 STORIES +1 REEL	2 STORIES + 1 REEL
Vanessa Alaska	2 STORIES	2 STORIES

CUMPLIMIENTO DE LO NEGOCIADO

Influencer	KPI		RESULTADOS	
	Impresiones	Engagement	Impresiones	Engagement
Ale del Sante	28.287	908	60.999	1.259
Amanda Marriaza	82.954	3.737	214.591	2.254
Cata Barañao	12.798	550	41.994	471
Cate Cecarelli	28.965	867	45.263	1.568
Clara García	11.626	763	51.381	3.527
Conti Silva	7.969	600	4.204	328
Elisa Becerra	5.132	474	51.012	812
Emilia Saez	21.947	413	20.013	80
Fer Camus	12.013	1.234	145.521	8.495
Francis El Peluquero	15.291	545	38.113	248
Guido Capucci	7.570	439	32.359	261
Isa Snake Mua	13.199	894	4.633.854	733
Ivi Simunovic	35.882	377	36.799	85
Karyn Coo	33.494	477	22.337	136
Javiera Benet	9.348	54	21.205	177



CUMPLIMIENTO DE LO NEGOCIADO

Influencer	KPI		RESULTADOS	
	Impresiones	Engagement	Impresiones	Engagement
Maite Reino	17.941	947	101.384	5.498
Mariana Gómez	15.326	106	16.763	200
Martina Rivillo	12.551	830	10.291	673
Martina Rosseau	18.085	971	5.547.095	1.909
Mayumi	3.231	36	7.002	315
Meffy Madrid	21.514	1.401	70.845	1.905
Melanie	4.433	48	10.443	83
Milena Martinez	56.065	1.338	67.436	1.224
Paulina Yunis	7.528	111	6.651	80
Tota Echeñique	3.737	287	27.072	362
Trini de la Noi	97.264	2.456	332.217	1.598
Vanessa Alaska	3.146	43	15.848	323

*Tere Irarrázabal no tiene KPI contemplado ya que solo negoció un Live.

DESGLOSE DE CONTENIDOS INSTAGRAM STORIES

INFLUENCER	STORIES	ALCANCE ESTIMADO	IMPRESIONES	TAP EN @ MARCA	TAP EN # MARCA	CLICKS EN LINK	ENGAGEMENT	ENGAGEMENT RATE PROMEDIO SEGÚN ALCANCE
Ale del Sante	1	18.194	19.882	8	0	0	42	0.23%
Amanda Marriaza	2	23.640	55.696	27	11	552	831	1.81%
Cata Baraňao	2	6.324	14.265	5	0	22	43	1.1%
Cate Cecarelli	2	11.687	26.724	6	0	181	261	1.42%
Conti Silva	2	1.017	2.260	98	48	34	227	11.19%
Elisa Becerra	2	18.780	41.732	21	20	300	506	1.28%
Emilia Saez	2	8.827	20.013	7	4	44	80	0.77%
Fer Camus	2	27.446	60.989	27	0	1626	1733	3.51%
Francis El Peluquero	2	11.159	25.447	2	0	79	106	0.46%
Guido Capucci	2	13.772	29.676	0	0	7	48	0.18%
Ivi Simunovic	1	35.889	36.799	52	12	0	85	0.24%
Karyn Co	1	4.139	4.599	6	5	31	42	1.01%
Maite Reino	2	14.806	35.538	24	16	134	236	1.16%
Mariana Gómez	2	7.072	16.763	2	0	94	200	3.16%
Mayumi	2	1.146	2.420	0	0	4	12	0.86%
Meffy Madrid	2	14.913	33.139	0	0	133	252	0.85%
Melanie	2	4.606	10.443	0	0	57	83	1.96%
Milena Martinez	2	16.788	38.767	0	3	276	363	1.19%
Paulina Yunis	3	1.909	6.651	6	0	43	80	1.74%
Tere Irrarázabal	2	10.857	22.064	26	0	0	28	0.13%
Tota Echeñique	1	13.217	14.415	0	0	3	33	0.25%
Trini de la Noi	2	51.894	125.490	72	12	448	891	0.86%
Vanessa Alaska	2	6.736	15.848	7	3	149	323	3.11%
TOTALES	42	329.956	655.254	393	130	4191	6457	1.8%

DESGLOSE DE CONTENIDOS INSTAGRAM REELS

INFLUENCER	FORMATO	REELS	ALCANCE ESTIMADO	VIEWS	LIKES	COMENTARIOS	COMPARTIDOS	GUARDADOS	ENGAGEMENT	ENGAGEMENT RATE PROMEDIO SEGÚN ALCANCE
Ale del Sante	SIMPLE	1	37.005	41.117	849	85	115	168	1.217	3.29%
Amanda Marriaza	COLAB	1	126.079	158.895	980	40	171	232	1.423	1.13%
Cata Baraño	SIMPLE	1	19.548	21.720	232	27	29	29	317	1.62%
Conti Silva	SIMPLE	1	1.750	1.944	57	29	13	2	101	5.77%
Francis El Peluquero	SIMPLE	1	11.399	12.666	83	20	21	18	142	1.25%
Guido Capucci	SIMPLE	1	2.415	2.683	105	60	43	5	213	8.82%
Isa Snake Mua	COLAB	1	3.001.200	4.633.854	613	37	70	13	733	0.02%
Karyn Co	SIMPLE	1	15.964	17.738	57	30	6	1	94	0.59%
Javiera Benet	SIMPLE	1	19.085	21.205	142	9	12	14	177	0.93%
Martina Rosseau	COLAB	1	3.291.836	5.547.095	919	31	444	515	1.909	0.06%
Milena Martinez	SIMPLE	1	20.876	28.669	575	58	111	117	861	4.12%
Tota Echeñique	SIMPLE	1	10.518	12.657	225	95	6	3	329	3.13%
Trini de la Noi	COLAB	1	186.054	206.727	384	61	170	92	707	0.38%
Mayumi	COLAB	1	4.165	4.300	232	21	12	19	303	7.27%
TOTALES	-	14	6.747.894	10.711.270	5.453	603	1.223	1.228	8.526	2.74%

INFLUENCER	TIKTOKS	ALCANCE ESTIMADO	VIEWS	LIKES	COMENTARIOS	COMPARTIDOS	GUARDADOS	ENGAGEMENT	ENGAGEMENT RATE PROMEDIO SEGÚN ALCANCE
Cata Baraño	1	5.408	6.009	91	1	6	13	111	2.05%
Cate Cecarelli	1	16.685	18.539	1.264	2	12	29	1.307	7.83%
Clara García	1	39.900	51.381	3.420	33	58	16	3.527	8.84%
Elisa Becerra	1	8.352	9.280	196	13	64	33	306	3.66%
Fer Camus	1	33.100	84.532	5.257	32	728	745	6.762	20.43%
Maite Reino	1	46.600	65.846	4.803	43	110	306	5.262	11.29%
Martina Rivillo	1	8.300	10.291	542	15	39	77	673	8.11%
Meffy Madrid	1	24.400	37.706	1.295	43	161	154	1.653	6.77%
TOTALES	8	182.745	283.584	16.868	182	1.178	1.373	19.601	8.62%

CUALITATIVO Y CUANTITATIVO



Fer Camus

**Impresiones: +84K
Tiktok**

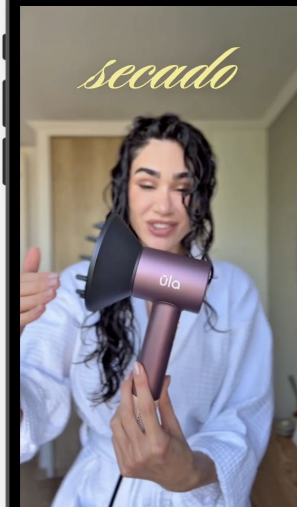
El contenido de Fer Camus destaca tanto cualitativa como cuantitativa debido a que fue de los mejores contenidos en performar en cuanto a interacciones. además de que logró comunicar de manera natural y no forzada.



Vane Alaska

**Impresiones: +12K
IG Story**

Destacamos también a Vanesa porque es un perfil que trabaja de manera prolija además de entregar un contenido de calidad y siguiendo a detalle el brief entregado.



Martina Rosseau

**Impresiones: +5.5M
IG Reel**

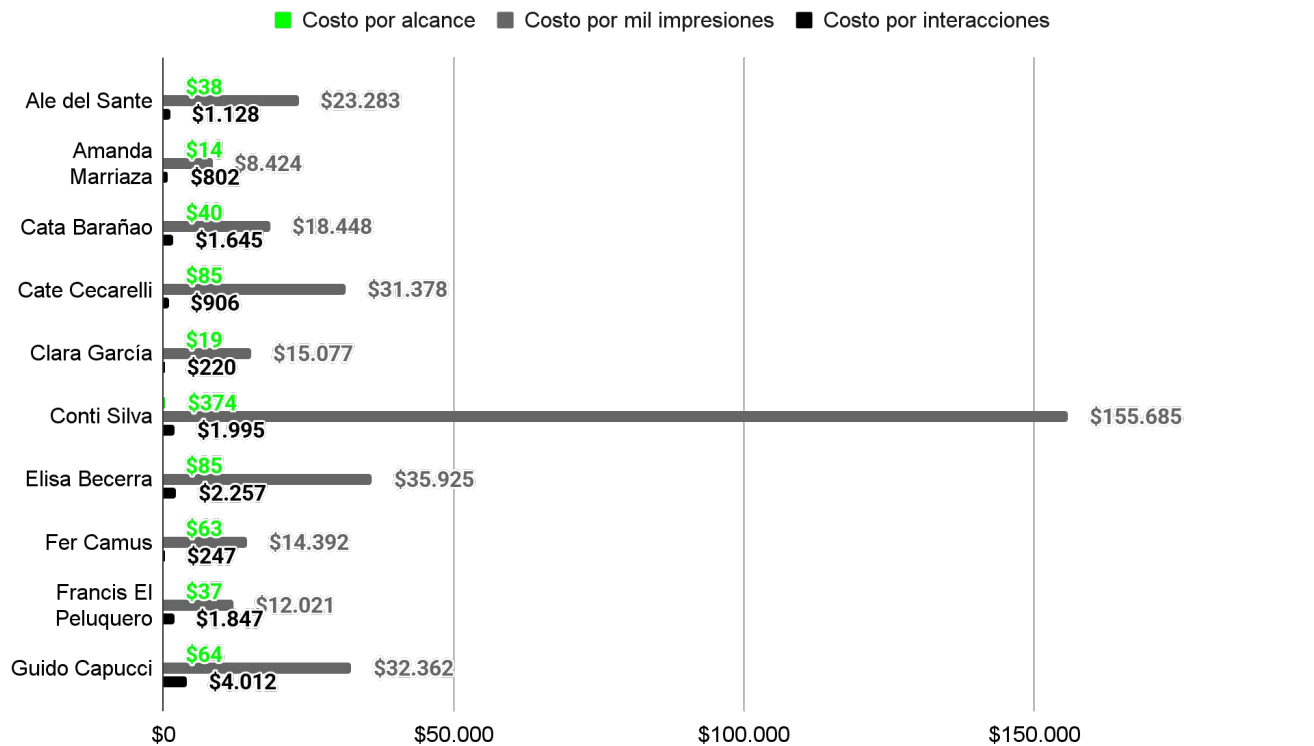
Por último el contenido de Martina logra entregar la información requerida de manera clara y cercana además de mostrar los productos 100% en uso lo que hace más atractivo el producto para las audiencias.

En esta sección se destacan quienes comprendieron de mejor manera el brief y entregaron de manera correcta los mensajes, comunicando de manera efectiva al mismo tiempo que respetaban su estilo personal.

COSTO POR EFECTIVIDAD 1/3

*COSTO POR ALCANCE ESTIMADO:

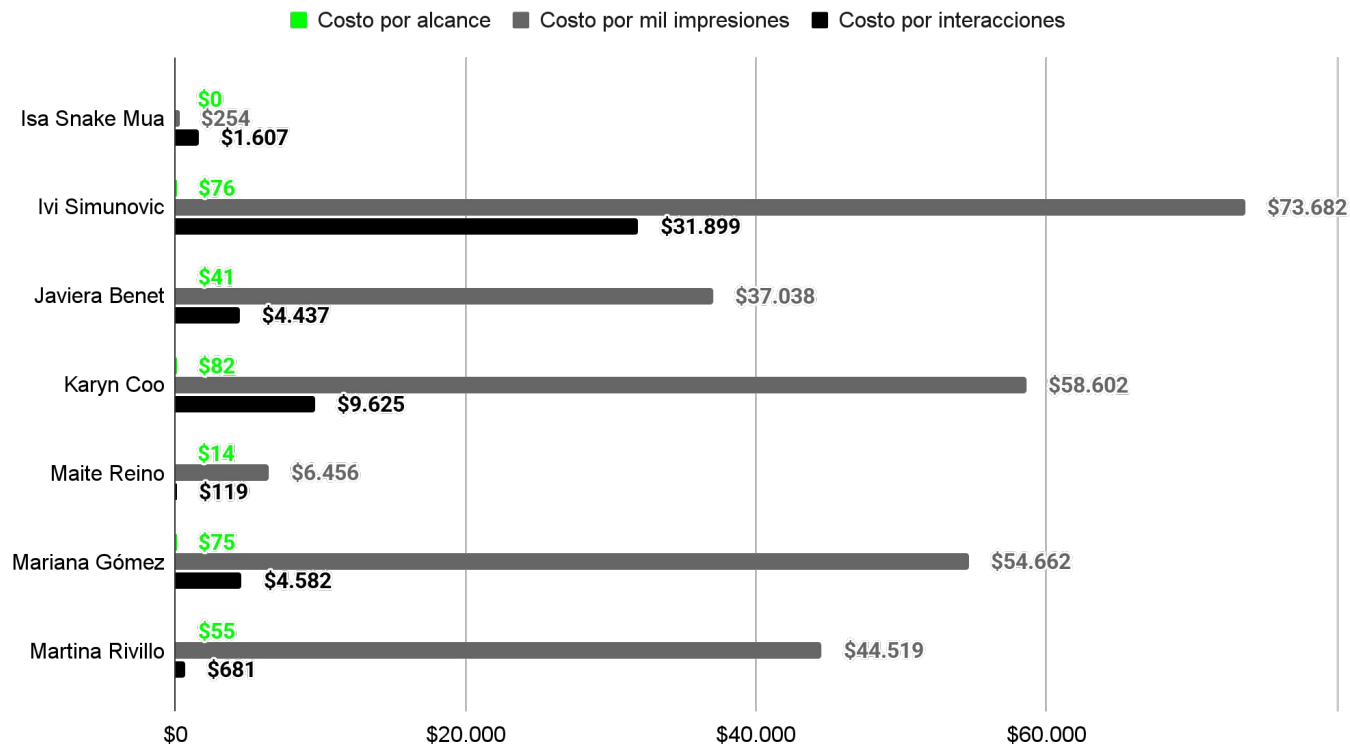
SE TOMA PARA EL CÁLCULO EL ALCANCE DEL CONTENIDO CON MAYOR ALCANCE DEL INFLUENCIADOR O EL PROMEDIO DE ALCANCE DEL TIPO DE PUBLICACIÓN CON MAYOR ALCANCE.



COSTO POR EFECTIVIDAD 2/3

*COSTO POR ALCANCE ESTIMADO:

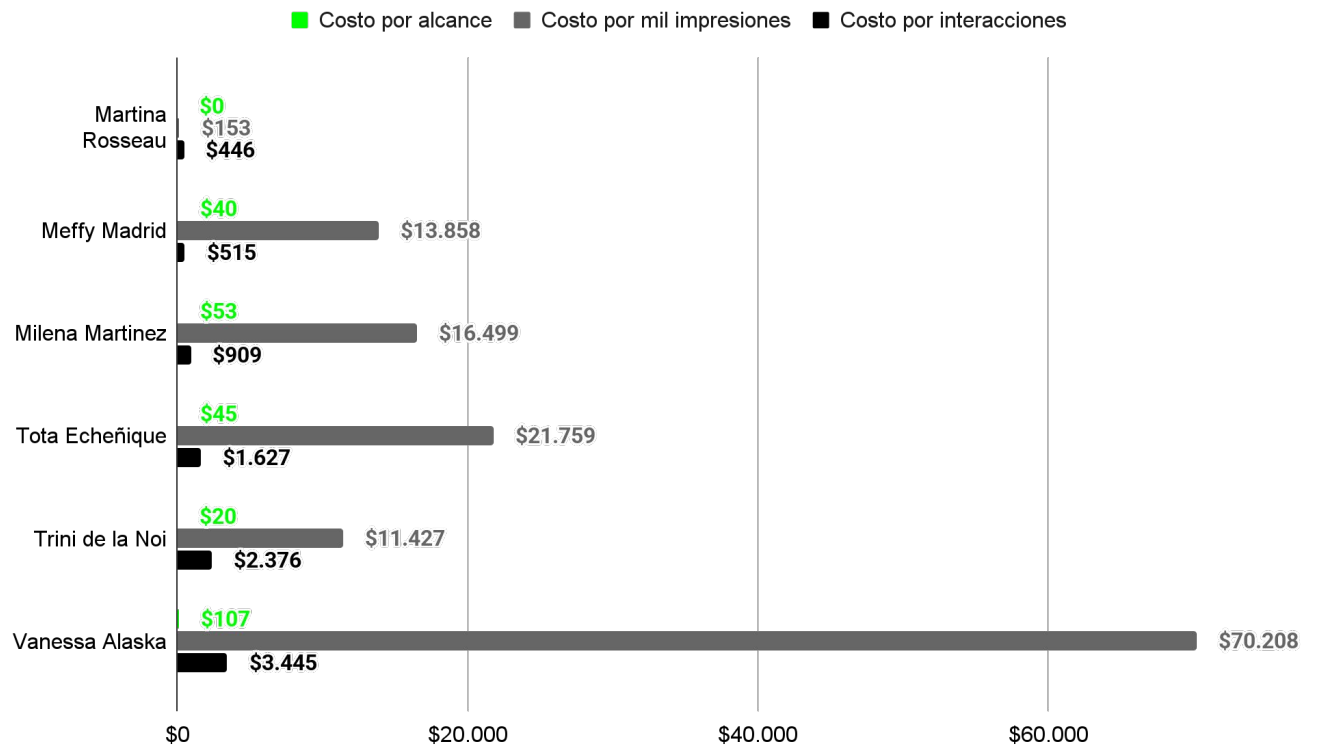
SE TOMA PARA EL CÁLCULO EL ALCANCE DEL CONTENIDO CON MAYOR ALCANCE DEL INFLUENCIADOR O EL PROMEDIO DE ALCANCE DEL TIPO DE PUBLICACIÓN CON MAYOR ALCANCE.



COSTO POR EFECTIVIDAD 3/3

*COSTO POR ALCANCE ESTIMADO:

SE TOMA PARA EL CÁLCULO EL ALCANCE DEL CONTENIDO CON MAYOR ALCANCE DEL INFLUENCIADOR O EL PROMEDIO DE ALCANCE DEL TIPO DE PUBLICACIÓN CON MAYOR ALCANCE.



CONCLUSIONES



**LOGRAMOS +11.6M DE IMPRESIONES
Y +34.6K INTERACCIONES CON 65
PUBLICACIONES.**



EL KPI DE IMPRESIONES SE
CUMPLIÓ EN UN

1.984%

De los indicadores claves que dan cuenta de masificación e interés se lograron:

- 2.601 GUARDADOS
- 2.798 COMPARTIDOS
- 942 COMENTARIOS
- 4.217 CLICKS EN ENLACE

Los Reels, tanto colaborativos como individuales, contribuyeron principalmente a impulsar la conversación (64% de los comentarios). En TikTok, en cambio, se obtuvo el mayor nivel de interés, concentrando el 53% de los guardados y el 42% de los compartidos.

Comunicar a través de tres tipos de publicaciones fue clave para lograr una campaña exitosa tanto en masificación como en generación de interés por el producto. Las Stories, al ser un formato efímero y mostrar el contenido de manera más natural, permiten reforzar el mensaje con un enlace directo al sitio web, facilitando un alcance inmediato.

NEXT STEPS

Y LEARNINGS

lla. f. falabella. f. falabella.
alabella. f. falabella. f. falab
ella. f. falabella. f. falabella.
falabella. f. falabella. f. falabe
f. falabella. f. falabella.
ella. f. falabella. f. falab
alabella. f. falabella. f. falabella.
f. falabella. f. falabella. f. falabe
ella. f. falabella. f. falabella. f
alabella. f. falabella. f. falabe

A

NEXT STEPS & LEARNINGS



La campaña tuvo un flujo normal y se desarrolló de manera fluida, sin grandes contingencias ni inconvenientes que pudieran haber interferido en su ejecución. Se tuvo mayoritariamente una buena respuesta por parte de los influenciadores al momento de cumplir con los plazos estimados de la campaña.

Para una campaña de esta envergadura, es fundamental contar con perfiles que trabajen de manera eficiente y entreguen los contenidos con agilidad, ya que esto nos permite asegurar el cumplimiento de los plazos establecidos por la marca y mantener un flujo óptimo de ejecución.

Por último, es muy importante que los influenciadores cuenten con libertad creativa para desarrollar sus contenidos, ya que esto los motiva a generar material más orgánico y menos forzado. De esta manera, sus audiencias pueden conectar de forma más natural con el mensaje y se obtienen mejores resultados en términos de recepción, interacción y alcance.

BENCHMARKS

INDICADORES DE
PERFORMANCE POR
INFLUENCIADOR



INFLUENCER	COMPARTIDO	REACH RATE PROMEDIO STORY	ENGAGEMENT RATE PROMEDIO STORY	CLICK RATE PROMEDIO STORY
Ale del Sante	IG: Macro Influencer	14.44%	0.23%	
Amanda Marriaza	IG: Mid Tier	28.9%	1.81%	1.99%
Cata Barañao	IG: Mid Tier	21.25%	1.1%	0.47%
Cate Cecarelli	IG: Macro Influencer	10.32%	1.42%	0.83%
Conti Silva	IG: Micro Influencer	5.12%	11.19%	1.51%
Elisa Becerra	IG: Mid Tier	34.61%	1.28%	0.69%
Emilia Saez	IG: Micro Influencer	53.42%	0.77%	0.36%
Fer Camus	IG: Mid Tier	66.8%	3.51%	2.95%
Francis El Peluquero	IG: Mid Tier	36.85%	0.46%	0.3%
Guido Capucci	IG: Micro Influencer	78.38%	0.18%	0.02%
Ivi Simunovic	IG: Macro Influencer	14.44%	0.24%	
Karyn Coe	IG: Macro Influencer	3.21%	1.01%	0.67%
Maite Reino	IG: Micro Influencer	67.11%	1.16%	0.5%
Mariana Gómez	IG: Mid Tier	11.41%	3.16%	1.14%
Mayumi	IG: Micro Influencer	7.79%	0.86%	0.51%
Meffy Madrid	IG: Mid Tier	42.84%	0.85%	0.4%
Melanie	IG: Micro Influencer	34.39%	1.96%	0.73%
Milena Martinez	IG: Macro Influencer	12.54%	1.19%	0.78%
Paulina Yunis	IG: Mid Tier	4.3%	1.74%	1.33%
Tere Irrazabal V.	IG: Macro Influencer	8.51%	0.13%	
Tota Echeñique	IG: Micro Influencer	144.64%	0.25%	0.02%
Trini de la Noi	IG: Macro Influencer	16.79%	0.86%	0.36%
Vanessa Alaska	IG: Mid Tier	23.68%	3.11%	1.06%

INFLUENCER	CATEGORÍA	REACH RATE PROMEDIO REEL	REACH RATE PROMEDIO TIKTOK	ENGAGEMENT RATE PROMEDIO REEL	ENGAGEMENT RATE PROMEDIO TIKTOK
Ale del Sante	IG: Macro Influencer	29.37%		3.29%	
Amanda Marriaza	IG: Mid Tier	154.13%		1.13%	
Cata Barañao	IG: Mid Tier TT: Micro Influencer	65.67%	127.04%	1.62%	2.05%
Cate Cecarelli	TT: Mid Tier		24.54%		7.83%
Clara García	TT: Macro Influencer		27.9%		8.84%
Conti Silva	IG: Micro Influencer	8.81%		5.77%	
Elisa Becerra	TT: Micro Influencer		56.82%		3.66%
Fer Camus	TT: Mid Tier		35.52%		20.43%
Francis El Peluquero	IG: Mid Tier	37.65%		1.25%	
Guido Capucci	IG: Micro Influencer	13.74%		8.82%	
Isa Snake Mua	IG: Mid Tier	6257.45%		0.02%	
Karyn Coe	IG: Macro Influencer	12.37%		0.59%	
Javiera Benet	IG: Mid Tier	58.51%		0.93%	
Maite Reino	TT: Macro Influencer		28.69%		11.29%
Martina Rivillo	TT: Macro Influencer		5.16%		8.11%
Martina Rosseau	IG: Mid Tier	6600.04%		0.06%	
Mayumi	IG: Micro Influencer	28.3%		7.27%	
Meffy Madrid	TT: Macro Influencer		9.74%		6.77%
Milena Martínez	IG: Macro Influencer	15.59%		4.12%	
Tota Echeñique	IG: Micro Influencer	115.1%		3.13%	
Trini de la Noi	IG: Macro Influencer	60.18%		0.38%	

falabella.

¡GRACIAS!

La información contenida en esta presentación y material adjunto es CONFIDENCIAL
y NO puede ser usado o difundido por terceros.



Descubrimiento



- **Seguimientos (Follows):** Número de cuentas que comenzaron a seguirte luego de ver esta publicación.
- **Alcance (Reach):** Número de cuentas únicas que han visto el post.
- **% no seguidores:** Porcentaje de cuentas alcanzadas que no seguían al influenciador.
- **Impresiones:** Número total de veces que el post ha sido visto. Equivalente a visualizaciones.
- **Impresiones desde hashtags o ubicación:** Número de impresiones provenientes de estas herramientas. *Usar estratégicamente.

Interacciones



- **Visitas al Perfil:** the number of times your profile was viewed.
- **Likes:** Número total de “me gusta” del post. Cada cuenta puede dar 1 like al post. Es decir, 389 likes significa que 389 cuentas le gusta lo publicado.
- **Comentarios:** Número total de comentarios en el post.
- **Compartidos:** Número de veces que la publicación fue compartida. Cada cuenta puede realizar esta acción cuantas veces quiera.
- **Guardados:** Número de veces que el post fue guardado. Este se almacena en una sección en la cual las personas pueden ver todos sus posts guardados y ordenarlos por carpetas.

Engagement: suma de interacciones

- **Visualizaciones (Plays):** Número de veces que el video ha sido reproducido por más de 1ms.
- **Alcance (Reach):** Número de cuentas únicas que han visto el reel. *Instagram indica que es estimado.

- **Likes:** Número total de “me gusta” del post. Cada cuenta puede dar 1 like al post. Es decir, 389 likes significa que 389 cuentas le gusta lo publicado.
- **Comentarios:** Número total de comentarios en el post.
- **Compartidos:** Número de veces que la publicación fue compartida. Cada cuenta puede realizar esta acción cuantas veces quiera.
- **Guardados:** Número de veces que el post fue guardado. Este se almacena en una sección en la cual las personas pueden ver todos sus posts guardados y ordenarlos por carpetas.

Engagement: suma de interacciones

Descubrimiento



Interacciones



Descubrimiento



- **Alcance (Reach):** Número de cuentas únicas que han visto el video.
- **Reproducciones:** número de veces que el video ha sido reproducido.
- **Porcentaje que video el video completo**
- **Tiempo promedio de visualización:** cuantos segundos en promedio los usuario visualizaron el video.
- **Total tiempo reproducido:** sumatoria de tiempo acumulado que los usuario han visto el video (hr:min:sg).
- **Porcentaje visualización por sección:** indica desde dónde ha venido el tráfico en términos de porcentaje. Fuentes: Para ti, perfil personal, siguiendo, sonido, búsqueda, hashtag.
- **Porcentaje visualizaciones por región:** indica el porcentaje de visualizaciones por ubicación de los usuarios.

Interacciones



- **Likes:** Número total de “me gusta” del video. Cada cuenta puede dar 1 like al video. Es decir, 389 likes significa que 389 cuentas le gusta lo publicado.
- **Comentarios:** Número total de comentarios en el post.
- **Compartidos:** Número de veces que la publicación fue compartida. Cada cuenta puede realizar esta acción cuantas veces quiera.

Engagement: suma de interacciones

CONTENIDO

Engagement y sus componentes (#)

Respuestas a herramientas de IG

Impresiones v/s Alcance (%)

$$\frac{\text{Impresiones}}{\text{Alcance}} \times 100$$

Engagement Rate (%)

$$\frac{\text{Engagement}}{\text{Alcance}} \times 100$$

IMPACTO

Share de Alcance (%)

$$\frac{\text{Alcance influencer}}{\text{Total Alcance Acumulado}} \times 100$$

Share de Impresiones (%)

$$\frac{\text{Impresiones influencer}}{\text{Total Impresiones}} \times 100$$

Reach Rate (%)

$$\frac{\text{Alcance Promedio Influencer}}{\text{Seguidores del Influencer}} \times 100$$

Reach v/s True Reach (%)

$$\frac{\text{Reach Promedio Post}}{\text{True Reach}} \times 100$$

EFFECTIVIDAD

Click Rate (%)

$$\frac{\text{Link Clicks (story or total)}}{\text{Impresiones (story o total)}} \times 100$$

Costo por Engagement (\$)

$$\frac{\text{Inversión en Influencer}}{\text{Engagement Total influencer}}$$

Costo por Mil Impresiones (\$)

$$\frac{\text{Inversión en Influencer}}{(\text{Impresiones totales influencer}/1000)}$$

Costo por Click (\$)

$$\frac{\text{Inversión en Influencer}}{\text{Clicks en link totales}}$$