

APLICACIÓN DE TRANSPORTE ANUNCIÓ ACUERDO PARA ADQUIRIR PARTICIPACIÓN MAYORITARIA EN ACTOR DE "ÚLTIMA MILLA"

Uber aceleraría expansión de Cornershop con su compra y app podría desembarcar en Europa

Los antecedentes del acuerdo, que se cerraría en 2020, se presentará en los próximos días a las autoridades de libre competencia de Chile y México por superar los umbrales mínimos de ventas conjuntas en ambos mercados.

R. OLIVARES y C. UNDURRAGA

El golpe que significó para Walmart no poder comprar Cornershop, rápidamente alentó a otros interesados. Ayer, la app de transportes Uber remeció el mercado de la "última milla" al anunciar un acuerdo para adquirir una participación mayoritaria en la empresa de *delivery* fundada por dos chilenos y un ciudadano sueco, el que contemplan sellar durante 2020. Esto, una vez obtenidas las aprobaciones de los reguladores de libre competencia en Chile y México, mercados donde las firmas superan los umbrales mínimos de venta conjunta.

Las partes presentarán los antecedentes de la operación a las autoridades de manera casi simultánea en los próximos días, aseguraron conocedores del negocio. Indicaron que el precio ofertado —que se mantiene bajo llave— valorizaría el 100% de Cornershop en un monto "sustancialmente" mayor que los US\$ 225 millones del fallido acuerdo con Walmart para hacerse con la empresa creada por Daniel Undurraga y Juan Pablo Cuevas, y por el sueco Oskar Hjertonsson.

Si bien Uber cotiza en la bolsa de Nueva York, fuentes de mercado explicaron que en este caso no aplicaba la exigencia de revelar el valor de la transacción, pues el precio de compra no superaría el umbral de materialidad que exige la normativa para hacer pública dicha información.

La negociación —donde ambas partes fueron asesoradas por la oficina de abogados DLA Piper Chile— involucró a un Cornershop mucho más fortalecido, luego de fracasar su venta, pues la app activó un plan de internacionalización que implicó poner su bandera en Perú, Canadá y próximamente Colombia, mercados que se han sumado a su mayor presencia en Chile y México.

Sin embargo, entre los atributos que habrían sido gravitantes en el alto precio que pagaría Uber por Cornershop, Marcel Goic, director del Centro de Estudios del Retail (Ceret) de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, estimó que "hay que considerar que el acuerdo de alguna manera compra el *know-how* (o manera de hacer las cosas) de Cornershop en el *delivery* de supermercados, pues posee tasas de retraso bajas en comparación con otros actores. Ello, gracias al desarrollo de una tecnología que tiene una alta capacidad para hacer pronósticos de capacidad de despacho, a través de algoritmos".

Fuentes al tanto de este negocio confirmaron que esta cualidad que reside en la tecnología desarrollada por el equipo fundador pesó en la valoración de la compañía.

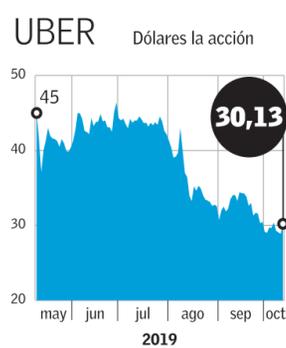
Respecto de si Uber y Cornershop de-



SEGÚN KAWÉSQR LAB, CORNERSHOP REPRESENTA 3% DE LA COMPRA ONLINE DE ALIMENTOS EN SANTIAGO, SIN CONSIDERAR SU PRESENCIA EN SUPERMERCADOS. UBER EATS ES 8%.

REUTERS

Acción de firma compradora sube 4,36% a US\$ 33,13 por papel



Fuente: Bloomberg EL MERCURIO

Los papeles de la firma compradora, Uber, subieron 4,36% durante la jornada de ayer con motivo del anuncio del acuerdo de compra de Cornershop. Esta es su mayor alza desde el 16 de agosto de este año, cuando subieron 6,05%. Las acciones de la firma finalizaron la sesión de ayer en US\$ 33,13 en Wall Street, siendo este su mayor valor desde el 7 de octubre de este año, día en que se ubicó en US\$ 30,37. La capitalización bursátil alcanzada por Uber llegó a los US\$ 51.221 millones, subiendo US\$ 2.142 millones durante la jornada. Uber debutó en bolsa el 9 de mayo de este año, y su precio de colocación fue de US\$ 45. El año pasado los ingresos totales de la compañía sumaron US\$ 11.270 millones; los beneficios brutos totalizaron US\$ 5.647 millones y el beneficio neto fue por -US\$ 2.908 millones.

bieran operar por separado, Goic sostuvo que "esperaría que en un plazo de uno o dos años Cornershop se mantenga independiente, y apunte más bien a usar la escala de Uber". Esto, apuntando al tamaño de las bases de datos de clientes que maneja la app de transportes y la gran presencia en territorios donde Cornershop no está presente, como es el caso de Uber Eats, que es muy

fuerte en Europa.

Continuidad en la gestión

En un comunicado, las partes indicaron que el acuerdo establece que Cornershop continúe operando bajo su actual liderazgo y gestión, reportando a una junta con representación mayoritaria de Uber.



"Llevaremos la compra y entrega de supermercado a domicilio a millones de clientes".

DARA KHOSROWSHAHI
CEO DE UBER



"Uber es un socio perfecto para llevar nuestro 'sabor' (...) a más países del mundo".

OSKAR HJERTONSSON
CEO DE CORNERSHOP

"Estamos emocionados de asociarnos con el equipo de Cornershop para continuar ampliando su visión, y esperamos trabajar de la mano para llevar la compra y entrega de supermercado a domicilio a millones de consumidores en la plataforma Uber", declaró sobre el acuerdo Dara Khosrowshahi, CEO de Uber.

En tanto, Oskar Hjertonsson, funda-

dor y CEO de Cornershop, añadió que "Uber es un socio perfecto para llevar nuestro 'sabor' de la compra y entrega de supermercado a domicilio a más países del mundo".

Matías Zegers, socio de DLA Piper, agregó que "se trata de negocios complejos que requieren de asesoría legal sofisticada, por lo que agradecemos la confianza".

SINERGIAS EN NUEVOS TERRITORIOS:

Las redes que usaría la aplicación chilena fuera de la región

Uber Eats, negocio de reparto de comida de Uber, compite en 500 ciudades distribuidas en 49 países (Uber está en 63).

R.O.

Fuentes de la industria de la "última milla" que prefirieron mantener reserva estimaron que la operación acelerará de manera significativa el plan de expansión de Cornershop, el cual hasta ahora se había enfocado en Latinoamérica. Ello, pues tan solo con su negocio de *delivery*, Uber Eats, compite en 500 ciudades repartidas en 49 países (Uber está en 63).

"Esto implica que si los planes de expansión de Cornershop no tenían considerado en un principio Europa, ahora puede entrar perfectamente, por lo que creo que ahí está la mayor ganancia. Por otro lado, hay muchas sinergias operativas, pues Uber Eats se concentra principalmente en restaurantes y no supermercados, donde Cornershop es fuerte", dice una alta fuente.

En cuanto a estas ganancias, el director del Centro de Estudios del Retail (Ceret), Ingeniería Industrial, U. de Chile, Marcel Goic, señaló que "se podría habilitar una plataforma conjunta que ofrezca un abanico de soluciones de 'última milla', donde se combine capacidad de transporte con la alta demanda de Cornershop. Por otro lado, en algunas tiendas de gran escala se podrían sumar servicios de Corners-



Cornershop mantendría una participación en el negocio de despacho de alimentos de 3% si no se consideran sus operaciones a través de supermercados, según Kawésqar Lab.

hop al ofrecer *pickers* o seleccionadores de productos, o un despacho más puntual a través de Uber Eats".

Añadió que con esta operación la industria de la última milla se verá de alguna manera afectada en cuanto a participaciones de mercado: "Hay que considerar que las apps de última milla no compiten directamente con Cornershop, pero tampoco la competencia es cero. Rappi y PedidosYa son considerados como competencia, pues, por ejemplo, Rappi va a los supermercados y también hacen despachos. Pero de todas maneras los efectos en el mercado van a depender de cómo se alinean Uber Eats y Corners-

hop en este negocio, y las capacidades que vayan a encontrar en conjunto".

Según datos de la consultora Kawésqar Lab, en la Región Metropolitana, Cornershop tiene una participación en el negocio de despacho de alimentos de 3% si no se consideran sus operaciones con supermercados. En tanto, Uber Eats mantiene un 8%, equiparado por la plataforma de ventas de Facebook. No obstante, se ubica por lejos de Lider.cl —plataforma online de Walmart Chile— que lidera con 20% del total de compras de alimentos por internet. Ello, luego de ganarle terreno de manera relevante a Jumbo.cl, que se posiciona con un 11%.

ESTÁ SUJETA A APROBACIÓN EN CHILE Y MÉXICO

Expertos en libre competencia: operación involucraría mercados complementarios

CAROLINA UNDURRAGA B.

El fracaso de la compra de Cornershop por parte de Walmart producto del rechazo de la Comisión Federal de Competencia Económica en México —en Chile la Fiscalía Nacional Económica (FNE) le dio luz verde— siembra la duda de si el acuerdo entre Uber y la plataforma chilena podría pasar por la misma situación.

Los asesores legales de ambas firmas, DLA Piper Chile, indicaron en un comunicado que la operación está sujeta a las autorizaciones regulatorias en Chile y México. Consultada la FNE sobre la operación, esta no se pronunció al respecto.

Sin embargo, abogados expertos en libre competencia coinciden en que las características del negocio son distintas a la del fallido intento de compra por parte de la cadena norteamericana, debido a la negativa en México.

Claudio Lizana, abogado de Carey, explicó que aún es difícil reconocer los riesgos a la libre competencia que puede generar la transacción. "No hay una claridad exacta sobre los mercados relevantes afectados", afirmó.

Todo dependerá, dijo Lizana, de cómo se defina el mercado: si se trata de traslado de alimentos, sí habría superposición, pero sería distinto si se hace una definición más acotada como traslado de alimentos desde restaurantes, supermercados o tiendas, manifestó.

A su vez, sostuvo que se trata de mercados "desafiables" donde "parece poco probable que (las empresas) logren

obtener una posición de dominio tal". "Me da la impresión que se trata de mercados complementarios (...); a Uber le hace sentido comprarse Cornershop porque entra en este mercado adyacente (de supermercados)", señaló.

El abogado de Albagli Zaliasnik, Antonio Rubilar, coincidió con Lizana. "Objetivamente, Uber y Cornershop funcionan en dos ámbitos distintos del mercado, con interrelaciones menores, por lo cual no vemos mayores problemas de libre competencia", explicó. Rubilar señaló además que este mercado tiene bajas barreras de entrada y que prueba de ello es la alta competencia que presenta con operadores como

ABOGADOS DE LIBRE COMPETENCIA COINCIDEN EN QUE EL MERCADO EN DONDE OPERAN AMBAS PLATAFORMAS DIGITALES PRESENTA UNA ALTA COMPETENCIA Y BAJAS BARRERAS DE ENTRADA PARA OTROS ACTORES.

Rappi y PedidosYa. Fuentes de mercado indicaron que estas tienen espaldas financieras suficientes para enfrentar a Uber con Cornershop.

Alza de precios y manejo de datos de los consumidores son riesgos que la abogada María José Hernández, de Morales & Besa, dijo que podrían surgir a raíz de la operación, los que habría que tener en cuenta para su análisis. "Creo que esta operación va a ser revisada en detalle por la autoridad chilena, que deberá calcular los efectos que podría tener la transacción tanto en los consumidores como en los restaurantes y comercios que usan estas aplicaciones", dijo.