

Gigantes del hospedaje en fuego cruzado: hotel y plataforma entran al mercado rival

Marriott lanzaría su propia página de arriendos de casas, mientras que Airbnb establecerá un nuevo hotel en Manhattan.

Luego de probar un programa piloto de *home sharing* por cerca de seis meses en Londres —y luego extenderlo por otros más en París, Roma y Lisboa— durante el año pasado, fuentes conocedoras del asunto afirmaron a The Wall Street Journal que el Hotel Marriott comenzará a ofrecer, a través de su página web, arriendos de casas y departamentos, convirtiéndose en la primera empresa de su tipo en incursionar en este mercado.

La compañía hotelera más grande del mundo pronto permitirá que sus clientes reserven en su sitio web para más de 2.000 casas y 100 mercados. De acuerdo con la publicación, la plataforma comenzaría en Estados Unidos y podría expandirse rápidamente por el resto de Europa y Latinoamérica, aunque los detalles oficiales los daría a conocer el próximo mes.

Las casas del programa no serán propiedad de Marriott, ya que la empresa se asoció para el piloto con una firma de gestión de arriendos llamada Hostmaker.

Vía contraria

Por otro lado, Airbnb informó ayer que trabaja con RXR, un desarrollador inmobiliario de Nueva York, para establecer un hotel con 200 suites en 10



El living de una casa que pronto estaría disponible para arriendo en Londres a través de la nueva plataforma del Hotel Marriott.

pisos del Rockefeller Plaza de Manhattan, Nueva York.

Se trata de la primera vez que el gigante de los arriendos —que cuenta con alrededor de 6 millones de alternativas a nivel mundial— se asocia para crear este tipo de unidades.

A través de un comunicado, RXR y

Airbnb confirmaron que van a colaborar en el diseño y los servicios. El primero se haría cargo de la ejecución y administración, mientras que el segundo utilizará su plataforma para promocionar y hacer las reservas.

El anuncio llega luego de que en marzo comprara Hotel Tonight.

DISNEY LLEGA A VALORES HISTÓRICOS EN LA BOLSA POR DESEMPEÑO DE "AVENGERS"

Luego de que la película "Avengers: Endgame" —la última producción del universo cinematográfico de Marvel— se convirtiera en el mejor estreno mundial de la historia durante el último fin de semana, Disney llegó a su valor más alto en la bolsa este lunes.

Si bien cerró con un valor de US\$ 139,3, durante el día de ayer llegó a un máximo de US\$ 142,37, cifra récord para la compañía desde que comenzó a cotizar en la Bolsa de Nueva York en 1991, logrando así su mejor valor por acción desde que está en el mercado, impulsado por los buenos números de la esperada megaproducción.

Tal y como destaca Disney —que adquirió Marvel en 2009— se trata de la primera cinta que logra superar los mil millones de dólares durante su primer fin de semana en cartelera.

Disney acumula un alza de 27,04% en lo que va del año y la cifra de ayer representa su mayor valor desde el viernes de la semana pasada, cuando llegó a los US\$ 139,92.

Sus números positivos han sido impulsados, también, por el anuncio de su nueva plataforma de *streaming*, la cual se llamará Disney Plus y llegará al mercado estadounidense en noviembre de este año y tendría, incluso, tarifas más bajas que las de Netflix.



Scarlett Johansson, una de las protagonistas de la cinta.

Análisis

CLAUDIO PIZARRO
Profesor Adjunto Ingeniería Industrial, Universidad de Chile y Managing Partner, CIS Consultores



LA DIGITALIZACIÓN DEL LEGADO

A estas alturas, muchos hemos escuchado sobre alguna de estas nuevas empresas: Simpliroute, Jooycar, Khopus, NotCo, Aira, Fintual, Cornershop, Zippedi e Instacrops. Todas fundadas en Chile y basadas en tecnologías digitales —*cloud, mobile, IoT, analytics, social*—, lo que les permite crear, escalar y capturar valor en forma exponencial. Ellas son una opción para producir transformación en las grandes y medianas empresas.

La oportunidad surge porque son una palanca clave para impulsar la transformación de las empresas *legacy*, es decir, aquellas que tienen larga historia y cuyo negocio está basado en activos tangibles (inventario, bodegas, tiendas, plantas, capital de trabajo y camiones, entre otros). Estas compañías tienen más dificultades para adaptarse a un ambiente competitivo digital, ya que su ADN no tiene vocación por la tecnología, la innovación disruptiva y la agilidad.

El desafío para estas empresas es similar a "cambiar el motor del avión mientras está en vuelo", donde el piloto, el resto de la tripulación, los pasajeros y también los controladores de tránsito aéreo experimentan pánico, y no actúan necesariamente con la frialdad y sensatez que se requiere cuando el avión va en picada libre. Para retomar el vuelo se requiere una visión de futuro prístina y un compromiso monolítico con una Estrategia Digital. Tal vez su empresa aún no experimenta esta situación, pero luego lo hará. La digitalización ataca la distribución y todas las compañías tienen distribución. ¿Me explico? Ni las grandes ni las medianas empresas están en condiciones de abordar este desafío por sí solas. El tamaño y alcance son de tal magnitud, que hay carencias en la base de conocimiento y en la experiencia. Estas compañías requieren estímulos externos para producir la transformación, para modificar su ADN. Ya sea mediante alianzas, fusiones y adquisiciones, recursos propios o innovación abierta. La combinación de visión, estrategia, compromiso y pasión produce resultados, no exento de riesgos y fracasos en el camino.

Si es dueño o trabaja en una compañía *legacy*, sugiero moverse con celeridad. El mundo avanza a una velocidad inédita y aumentará varias veces, por lo que de seguro ya está atrasado. Tenemos mucha evidencia de empresas que pierden todo su valor de mercado (Kodak) y otras que pierden billones de USD (GE, más de 500 en casi 20 años, y Engie, 95% de su *market cap* en menos de 10 años). ¿Quiere ser uno más de la creciente lista?

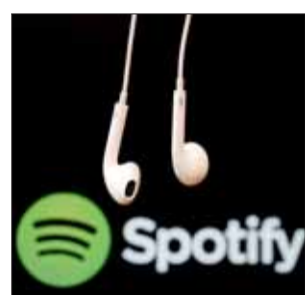
PEPSI "PREOCUPADO" POR DISPUTA CON AGRICULTORES DE INDIA

PepsiCo. ofreció el viernes de la semana pasada dejar las acciones legales contra un grupo de agricultores de India al que acusa de cultivar ilegalmente un tipo de papas que tiene registrado exclusivamente para su uso en Lays.

La subsidiaria india de la compañía había presentado la demanda contra los agricultores a principios de mes, pero ofreció dejar los cargos de manera amigable si se suman al programa de cultivo autorizado para la empresa.

PepsiCo., que agrupa a marcas como Pepsi, Lays y Gatorade, estaría pidiendo cerca de US\$ 143.000 por cada uno de los agricultores.

Sin embargo, las cosas podrían cambiar, ya que distintos medios estadounidenses aseguraron ayer que los acusados se estarían organizando para acusar a Pepsi de "coerción" e "intimidación", lo que estaría preocupando más a la marca.



SPOTIFY LLEGA A LOS 100 MILLONES DE USUARIOS DE PAGO

Un aumento de 32% en el número de suscriptores de pago alcanzó Spotify durante el primer trimestre, lo que significa que cruzó la barrera de los 100 millones de usuarios por primera vez en su creación.

Spotify también señaló que el total de usuarios activos mensuales —grupo que incluye las cuentas gratuitas con publicidad— creció un 26%, hasta los 217 millones, en comparación con el mismo trimestre en 2018. De todas maneras, los usuarios de pago son la clave del modelo de negocio desarrollado por la plataforma, ya que los usuarios "premium" representan más del 90% de sus ingresos, pese a ser menos de la mitad de los usuarios activos de la plataforma.

Asimismo, la compañía reportó pérdidas netas de US\$ 158 millones en el primer trimestre de 2019, lo que equivale a una mejora del 16% respecto del mismo trimestre del ejercicio anterior.

BURGER KING OFRECERÁ HAMBURGUESA VEGANA EN TODO EE.UU.

A casi un mes desde que Burger King anunciara que comenzaría a vender la versión vegana de su famosa hamburguesa Whopper en 59 locales del estado de Missouri, en Estados Unidos, la compañía comunicó que, tras el éxito de la alternativa vegetal, comenzaría a comercializarla a lo largo de todo el país.

"La prueba de Impossible Whopper en St. Louis fue extremadamente exitosa y, como resultado, tenemos planes para extenderlo en mercados adicionales en un futuro muy cercano", aseguró la empresa.

El anuncio se dio, además, en el día que la matriz de la compañía, Restaurant Brands, reportó resultados, los que fueron inferiores a los esperados por los analistas. El grupo ganó entre enero y marzo de este año US\$ 246 millones, un 12% menos interanual.



Mercedes-Benz "no sabe" cómo Kim Jong-un llegó a usar su limusina



La empresa cuenta con cuatro edificios de trabajo en Chile.

WEWORK PRESENTÓ DE MANERA CONFIDENCIAL SUS PAPELES PARA SU DEBUT EN LA BOLSA

El gigante del *cowork*, The We Company —mejor conocido como WeWork—, presentó ayer de manera confidencial una serie de documentos ante la Comisión de Bolsa y Valores de Estados Unidos (SEC, por sus siglas en inglés) uno de sus últimos papeles para poder debutar en la bolsa, según confirmó a través de un comunicado.

WeWork fue valorizado en US\$ 47.000 millones en enero, un mes después de que oficializó sus intenciones de llegar a la bolsa, y ha levantado US\$ 8.400 millones desde que fue fundada por Adam Neumann y Miguel McKelvey en 2010. A fines de marzo reportó sus resultados de manera selecta e informó que sus ingresos se duplicaron desde el año pasado y alcanzaron los US\$ 1.800 millones.

WeWork tiene más de 5.000 empleados distribuidos en más de 280 localidades en 32 países, entre los que está incluido Chile. El gigante de los espacios de trabajo compartidos cuenta actualmente con cuatro edificios en el país, los que se ubican en Av. Kennedy, Agustinas, Mariano Sánchez Fontecilla y Av. Apoquindo.



La automotriz, agrupada por Daimler, aseguró a The Associated Press que "no sabe" cómo las limusinas de la marca llegaron hasta Kim Jong-un, quien ha sido fotografiado en su gira por Asia en el modelo S-Class como su vehículo oficial.

Índice al 28/04/2019

IFM | Índices FOL.cl - El Mercurio

Rentabilidades por tipo y categoría de Fondos Mutuos	Valor*	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
Renta fija chilena menor a 90 días	1.748,3	0,01%	0,05%	0,21%	2,31%
Renta fija chilena entre 90 y 365 días	1.814,5	0,01%	0,03%	0,35%	2,65%
Renta fija chilena largo plazo mayor a 365 días	1.918,1	0,01%	-0,03%	0,73%	4,25%
Renta fija internacional largo plazo mayor a 365 días	1.762,0	0,00%	1,55%	0,05%	14,14%
Accionario Chile	1.729,3	-0,01%	-1,71%	-1,40%	-11,96%
Balaceado	1.772,5	0,00%	0,26%	0,84%	2,94%
Accionario América Latina	1.989,4	-0,01%	2,47%	0,71%	1,82%
Accionario Asia	1.559,8	-0,01%	0,15%	0,72%	3,20%
Accionario Europa	905,4	-0,01%	1,60%	2,48%	2,19%
Accionario EE.UU.	1.669,4	-0,01%	2,79%	2,78%	18,39%

Fuente www.fol.cl

*Base: 01/01/2004. Cada uno de los índices comienza el 1 de enero de 2004 con un valor de \$1.000

EL MERCURIO

Jornada bursátil

Mayores alzas y mayores bajas de la jornada del 29 de abril.

Más transadas		
Acción	Precio (\$)	Var. %
EnelChile	67,7	-1,90
EnelAM	119,6	-0,57
Falabella	4.955,0	-0,70
SQM-B	24.213,0	-1,17
Cencosud	1.276,0	-1,85

Fuente BCS

Mayores alzas		
Acción	Precio (\$)	Var. %
Hipermerc	3,4	19,78
Blumar	332,3	2,26
Nuevapolar	24,6	2,03
Edelmag	5.700,0	1,69
Enjoy	49,3	1,65

Mayores bajas		
Acción	Precio (\$)	Var. %
Marinsa	15,0	-40,00
Salmocam	6.190,5	-2,51
Ripley	585,0	-2,43
EnelChile	67,7	-1,90
Cencosud	1.276,0	-1,85