

SANTIAGO DE CHILE, MIÉRCOLES 8 DE JULIO DE 2020

Uber es una de las principales apps de reparto, junto con Rappi y PedidosYa.



En Chile, Cornershop tiene socios comerciales como Líder y Jumbo.



Oskar Hjertonnsson, también cofundador de la app, afirmó que apuntarán a países grandes en un comienzo

CEO de Cornershop: "Gran parte de la inversión de Uber será para abrir nuevos mercados"

Firma de transportes sellaría compra de esta app en unos días, inyectándole un importante financiamiento. La integración de ambas ya comenzó y ocurriría en EE.UU. este mes.

RODRIGO OLIVARES

"Gran parte de la inversión de Uber será para abrir nuevos mercados, apuntando a países grandes, como Estados Unidos". Esa es la estrategia que seguirá la app de "última milla" Cornershop, utilizando el capital fresco que obtendrá una vez que se selle su venta a Uber, lo que se espera ocurra durante los próximos días, indicó su cofundador y CEO, Oskar Hjertonnsson.

"Por consecuencia de cerrar este acuerdo, y lanzar esta integración del producto, también hay una inversión de parte de Uber en Cornershop que es varias veces el capital que hemos invertido en nuestra historia. Eso nos deja por primera vez muy bien financiados para poder lanzar proyectos con más paciencia, planificación y más inversión. En ese sentido, estamos más fuertes que nunca para poder construir una mejor empresa, mejores productos, más servicio al cliente y mejor contenido de la aplicación", indicó el ejecutivo sueco, que fundó la empresa junto a los chilenos Daniel Undurraga y Juan Pablo Cuevas.

Hjertonnsson precisó que el acuerdo —que involucra la adquisición del 51% de Cornershop— será preliminar, pues el cierre del negocio en México está a la espera del visto bueno de sus autoridades. Por ello, el CEO espera que en ese país la integración Uber-Cornershop ocurra en diciembre, de obtener luz verde de los reguladores.

Por el momento, la unión de ambas plataformas para ofrecer servicios supermercadistas a través de Uber y Uber Eats ocurrirá en 19 ciudades de la región y Canadá.

Al mercado norteamericano, también se sumó la entrada de Costa Rica a su mapa de crecimiento. Ambas plazas se adicionan a otros países donde ya están presentes: Chile, Brasil, Canadá, Colombia, Perú y México. "Hay varios repartidores de *grocery* en todos los mercados donde estamos, pero sentimos que lo hacemos bien. Somos una compañía que no se enfoca tanto en la competencia, pues estamos confiados de que los clientes usan nuestros servicios",

indicó Hjertonnsson. El CEO añadió que su modelo de crecimiento consiste en trabajar en conjunto con sus socios comerciales. En este sentido, destacó que se están adaptando a sus innovadores modelos logísticos, como el uso de las *dark stores*, o supermercados que atienden solo pedidos *online*.

Cabe recordar que la operación de adquisición de Cornershop involucra una inversión por parte de Uber de, aproximadamente, US\$ 460 millones por el 51% de la propiedad, e incluso se estima que podrían aumentar esta participación en un futuro. No obstante, el cierre anunciado para los próximos días es preliminar, pues involucra a todos los países donde está Cornershop, a excepción de México, donde están a la espera de la aprobación de las autoridades.

Por otro lado, Uber ya inyectó US\$ 50 millones el año pasado para respaldar el financiamiento de la app de reparto. Hjertonnsson aseguró que continuará como CEO y que los socios fundadores permanecerán en el directorio.

Alto ejecutivo de Uber indicaron en una presentación el lunes que la integración en Estados Unidos comenzará este mes en algunas ciudades.

Al mercado norteamericano, también se sumó la entrada de Costa Rica a su mapa de crecimiento. Ambas plazas se adicionan a otros países donde ya están presentes: Chile, Brasil, Canadá, Colombia, Perú y México. "Hay varios repartidores de *grocery* en todos los mercados donde estamos, pero sentimos que lo hacemos bien. Somos una compañía que no se enfoca tanto en la competencia, pues estamos confiados de que los clientes usan nuestros servicios",

indicó Hjertonnsson. El CEO añadió que su modelo de crecimiento consiste en trabajar en conjunto con sus socios comerciales. En este sentido, destacó que se están adaptando a sus innovadores modelos logísticos, como el uso de las *dark stores*, o supermercados que atienden solo pedidos *online*.

Cabe recordar que la operación de adquisición de Cornershop involucra una inversión por parte de Uber de, aproximadamente, US\$ 460 millones por el 51% de la propiedad, e incluso se estima que podrían aumentar esta participación en un futuro. No obstante, el cierre anunciado para los próximos días es preliminar, pues involucra a todos los países donde está Cornershop, a excepción de México, donde están a la espera de la aprobación de las autoridades.

Por otro lado, Uber ya inyectó US\$ 50 millones el año pasado para respaldar el financiamiento de la app de reparto. Hjertonnsson aseguró que continuará como CEO y que los socios fundadores permanecerán en el directorio.

Alto ejecutivo de Uber indicaron en una presentación el lunes que la integración en Estados Unidos comenzará este mes en algunas ciudades.

Al mercado norteamericano, también se sumó la entrada de Costa Rica a su mapa de crecimiento. Ambas plazas se adicionan a otros países donde ya están presentes: Chile, Brasil, Canadá, Colombia, Perú y México. "Hay varios repartidores de *grocery* en todos los mercados donde estamos, pero sentimos que lo hacemos bien. Somos una compañía que no se enfoca tanto en la competencia, pues estamos confiados de que los clientes usan nuestros servicios",

indicó Hjertonnsson. El CEO añadió que su modelo de crecimiento consiste en trabajar en conjunto con sus socios comerciales. En este sentido, destacó que se están adaptando a sus innovadores modelos logísticos, como el uso de las *dark stores*, o supermercados que atienden solo pedidos *online*.

Cabe recordar que la operación de adquisición de Cornershop involucra una inversión por parte de Uber de, aproximadamente, US\$ 460 millones por el 51% de la propiedad, e incluso se estima que podrían aumentar esta participación en un futuro. No obstante, el cierre anunciado para los próximos días es preliminar, pues involucra a todos los países donde está Cornershop, a excepción de México, donde están a la espera de la aprobación de las autoridades.

Por otro lado, Uber ya inyectó US\$ 50 millones el año pasado para respaldar el financiamiento de la app de reparto. Hjertonnsson aseguró que continuará como CEO y que los socios fundadores permanecerán en el directorio.



Con la integración, plataformas tendrían sobre el 40% del negocio de reparto de alimentos en Chile

Pedidos ya, actual líder en el mercado del reparto de alimentos a domicilio en Chile —incluyendo supermercados—, podría tener sus días contados en este podio.

Según cifras de la consultora Kawésqar Lab, si bien dicha app de última milla —que es controlada por la alemana Delivery Hero— ostenta en torno al 32% de participación de mercado, Cornershop mantiene cerca de un 24% y Uber Eats, otro 19%. Esto quiere decir que la integración resultaría en un actor con un *market share* en torno al 43%.

No obstante, la consultora precisa que las cifras varían constantemente con la evolución de la pandemia.

Por otro lado, Rappi mantiene un 24% del mercado, y según el fundador y socio director de Kawésqar Lab, Christian Oros, esta última app ha sido la que ha

registrado las tasas de crecimiento más aceleradas versus otros competidores.

¿Qué se espera de esta integración? Christian Oros pronostica que ambas buscarán "aprovechar la cadena logística. Uber ya tiene desarrollada esta área, y este tema es lo que tienen al debe las apps de última milla. Tiene la cobertura, inmediatez y la cadena de transporte de Uber, lo que pondrá a Cornershop en muy buena posición".

A su vez, subraya las sinergias en cuanto a las características de los usuarios de cada plataforma: "El perfil de usuario de Cornershop es mayoritariamente mujeres sobre 40 años en la zona oriente de Santiago, que se sitúa en un segmento socioeconómico alto (...), ese es casi 80% del cliente de Cornershop, al menos antes de la pandemia. En tanto, el usuario de Uber y Uber Eats es un seg-

mento más medio en cuanto a ingresos; 55% son hombres y el resto, mujeres.

Mucho más jóvenes, entre 20 a 35 años. Entonces, se une lo mejor de los dos mundos. Ambas están ganando mercado".

En cuanto al potencial de esta alianza para el crecimiento internacional de Cornershop, Marcel Goic, director del Centro de Estudios del Retail (Ceret) de ingeniería industrial de la Universidad de Chile, identifica "dos ventajas principales. La primera está asociada a recursos financieros y de infraestructura que facilitan la fase de crecimiento, que es siempre compleja para *startups* tecnológicas. La segunda ventaja es reputacional y de marca. El mercado de las aplicaciones es muy fragmentado y cada vez resulta más difícil generar la suficiente tracción en nuevos mercados. En este

sentido, la presencia de Uber puede marcar una diferencia".

Goic añade que "en el largo plazo, hace sentido que se integren. No creo que se fusionen en cuanto existen mercados diferenciados para cada aplicación, pero tarde o temprano deberían existir las integraciones para que las funcionalidades puedan complementarse en la provisión de servicios".

En cuanto a la incidencia de la pandemia en el acuerdo, el experto de la Universidad de Chile indica que "si existe un efecto, creo que es marginal. Puede que haya marcado un sentido de urgencia y una confirmación de la relevancia del modelo de negocios de Cornershop, pero a mi juicio es un proceso que se venía gestando orgánicamente desde antes de la pandemia".

Si bien el acuerdo ya se puso en marcha,

Marcel Goic espera que las sinergias entre ambas tarden en llegar. "Esperaría que las potenciales sinergias se vayan generando progresivamente. En el mediano plazo, la alianza es un candidato serio en proveer un servicio que ofrezca una atención más completa. Queda pendiente ver cómo las otras aplicaciones puedan responder, desarrollando otras funcionalidades que permitan mantenerlas competitivas".

Cornershop mantiene grandes clientes en Chile, como Jumbo —del grupo Cencosud— y Walmart Chile —que opera Líder, Express de Líder, Central Mayorista y ACuenta—, además de algunas tiendas de *retail* en diversas categorías. En el caso de Uber Eats, tiene alianza con la mayoría de las principales cadenas de comida rápida, e incluso con algunos comercios de *grocery*, como tiendas de conveniencia.

Embarques alcanzaron los US\$ 2.371 millones en el primer semestre:

Envíos forestales caen 20% a junio y sector activa plan para la reactivación

La Corma lanzó iniciativa con ProChile y busca generar empleos con proyectos de incentivo a la plantación y de manejo del bosque nativo.

MARCO GUTIÉRREZ V.

Al efecto de la guerra comercial entre Estados Unidos y China, este año se sumó el impacto del coronavirus sobre el sector forestal, golpeando aún más sus exportaciones.

En el primer semestre de este año, los embarques forestales chilenos totalizaron US\$ 2.371 millones, monto que representó una caída de 20% respecto a igual período de 2019, cuando los envíos llegaron a US\$ 2.956 millones, según datos de la Corporación Chilena de la Madera (Corma).

El gremio forestal —que reúne a 180 empresas pequeñas, medianas y grandes— indicó que el mes de junio terminó con despachos al exterior por US\$ 411 millones, una alza de 4% anual —por baja base de comparación—, pe-

ro 7% menores a las de mayo último.

El presidente de la Corma, Juan José Ugarte, sostuvo que además del impacto de la pandemia, la demanda de productos forestales "venía mostrando una baja sostenida desde julio de 2019 y que se ha traducido en una reducción del 25% en los montos acumulados en los últimos 12 meses, como resultado de un menor dinamismo del comercio mundial, que se vio agravado por la guerra comercial entre Estados Unidos y China, países que, además, son nuestros principales mercados de destino".

El dirigente gremial señaló que el menor dinamismo está impactando con mayor fuerza a las pymes madereras, "que han visto decaer sus órdenes de compra entre 20% y 50%, dependiendo de la región y mercado

“El sector forestal está con un nivel de producción en torno al 85% y aplicando el máximo de precauciones sanitarias para mantener la provisión de productos esenciales”.

JUAN JOSÉ UGARTE
PRESIDENTE DE LA
CORMA



al que se orientan".

Como una forma de mitigar ese impacto, Ugarte indicó que "desde el gremio hemos lanzado, en conjunto con ProChile, un catálogo de productos forestales, con el fin de acceder o profundizar el esfuerzo exportador hacia mercados que inicien antes su reactivación económica. En paralelo, hemos pedido que los proyectos de ley para el incentivo a la plantación y otro de manejo del bosque nativo, sean considerados como iniciativas fundamentales para recuperar empleos y reactivar la economía de nuestro país".

La Corma afirmó que las empresas mantienen un nivel de producción del 85%, cumpliendo los protocolos y normas sanitarias, para proteger a sus 300 mil colaboradores y efectuar la provisión de productos esenciales, como elementos sanitarios, de embalaje y empaque de alimentos y medicamentos.

Según la entidad, en el primer semestre la categoría celulosa y papel se mantuvo como el principal producto exportado, con 59% de participación en el valor despachado. Le siguieron la madera aserrada, molduras, tableros y chapas, cada una con 9% de participación.

SEGUNDO JUZGADO CIVIL DE SANTIAGO:

Justicia descarta nominar veedor en proceso de Latam en el país

El Segundo Juzgado Civil de Santiago, donde se lleva la causa que reconoce la reorganización de Latam en Estados Unidos bajo el Capítulo 11, resolvió no nominar a un veedor para el procedimiento. Esto, luego de que el Consejo de Defensa del Estado solicitara el nombramiento para velar los intereses de los acreedores de la firma en el país.

En tanto, el juez interino Gustavo Cerón solicitó la designación de una persona u órgano que colabore en la puesta en práctica del protocolo que presentó Latam para la comunicación entre las cortes.

ENTREGA DE INFORMACIÓN NO FIDEDIGNA:

Tribunal de Punta Arenas multa a Nova Austral con más de \$150 millones

El Primer Juzgado de Letras de Punta Arenas multó a la firma salmonera Nova Austral a pagar 3 mil UTM (\$150,96 millones), por entregar información no fidedigna y fuera de plazo a Sernapesca.

El año pasado se reveló que la compañía había alterado sus cifras de mortalidad en los centros de cultivo en Magallanes.

A pesar de la multa, el tribunal no impuso la suspensión de operaciones por dos ciclos productivos que solicitó Sernapesca. Resolución que el organismo anunció que iba a apelar.