



Miércoles, 07 de octubre de 2020 | 13:11

Los cambios que Mercado Libre podría forzar en Falabella y

otros retailers

Los tiempos y la efectividad en la entrega están redefiniendo el escenario para el sector, sin la necesidad de que llegue Amazon.

Marcos Barrientos Dörner

El Mercurio Inversiones

“Sobre todo en ciertas categorías, creo que tenemos la capacidad de ser mejores que Amazon”, dijo en una **reciente entrevista** Gaston Bottazzini, el gerente general corporativo de Falabella.

La percepción difirió, sin embargo, de la de cientos de comentarios que surgieron en redes sociales tras sus palabras. “Yo una vez quise comprar unas sillas para un juego comedor. Ocho sillas. Me querían cobrar un envío separado por cada una, cada una con una fecha distinta de entrega. Me fui a Mercado Libre. Mucho mejor”, indicaba uno de ellos.

Con Amazon aún como un fantasma para el *retail* chileno, otro actor ha estado avanzando silenciosamente en el mercado local: Mercado Libre. La firma de origen argentino fue, de hecho, el comercio *online* – *e-commerce* – que más ganó cuota de mercado a nivel local en medio de la pandemia. Durante el segundo trimestre de 2020, incrementó su torta de mercado en 0,7 puntos porcentuales (pp) frente al mismo lapso del año pasado, hasta 3,8%, superando a Falabella, que vio una caída de su participación en -3,5 pp, así como a París-Easy-Jumbo (-1,2 pp), Ripley (-1,8 pp) y Líder (-0,3 pp), según datos de la consultora Kawésqar Lab.

Artículos relacionados

El "efecto AD Retail" en las minoristas listadas en bolsa

Sernac podrá perseguir multas por US\$ 38 millones

Abogados respaldan para zanjar texto del Sernac en TC

Gobierno recurre al TC para zanjar texto del nuevo Sernac

Tribunal Constitucional finalizó análisis del proyecto del Sernac

Análisis en tiempo real

Los cambios que Mercado Libre podría forzar en Falabella y otros retailers

Inversionistas de fondos mutuos se inclinan por el extranjero antes del plebiscito

Las implicancias para CAP del aumento de oferta prometido por Vale

Cómo estructurar un portafolio para pasar octubre

"Multas a Ponce es risible al lado del problema generado a los minoritarios y al mercado"

Cascadas: El soporte que el fallo de la Corte Suprema daría a las demandas de las AFP

MBI Inversiones recomienda comprar Aguas Andinas ante fuerte descuento

BancoEstado va a la caza de los créditos hipotecarios ofreciendo tasa fija desde 1,99%

Baja la tasa de interés para el cálculo de las pensiones por retiro programado

El tránsito que se espera para el dólar durante octubre

Las cifras están lejos de satisfacer a Mercado Libre. Este martes, **la firma inauguró un centro de distribución por US\$ 100 millones**, lo que le permitiría despachar productos en Santiago en un día. Para regiones, la promesa es tres días, como máximo.

Esto amenaza con forzar cambios en el servicio que entregan tanto Falabella **FALABELLA: -2,02** como otros *retailers* nacionales. "Cada vez es más habitual encontrar percepciones de que las compras de Mercado Libre tienen una mayor satisfacción que *retailers* como Falabella y Paris", dice Christian Oros, CEO en Kawésqar Lab. "En términos cualitativos, su experiencia de despacho está siendo mucho mejor percibida de lo que puede ser un *retailer* como Falabella".

Una clave está en los tiempos de entrega, coinciden los analistas del sector. "Es perentorio y el mercado se está preparando muy fuerte para que incluso las entregas se hagan dentro del mismo día, cosa que es un tremendo desafío para el *retail* tradicional que tenemos en Chile, que está acostumbrado hace muchos años a que ellos fijen los tiempos", dice Pablo Barberis, director del área de consultoría de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.

Coincide Christian Diez, investigador del Centro de Estudios del *Retail* (CERET) de esa casa de estudios. Asegura que "esos mayores niveles de servicio hacen que algunas personas estén dispuestas a pagar por ello, porque les interesa que su producto llegue antes o porque necesitan saber que alguien estará en sus domicilios para recibirlo, ya que no todo el mundo tiene un edificio con conserje. Efectivamente, para Falabella puede ser una oportunidad abordar ese segmento".

La mayor rapidez de envíos *online* de Mercado Libre le "permite ganarse la compra y eso cada vez más va a ser más difícil para Falabella", dice Christian Diez. Proyecta que si la firma de origen argentino cumple su promesa de entrega rápida "se va a llevar una mayor parte del mercado".

Si bien Falabella ha hecho inversiones para potenciar su logística y su *ecommerce*, como el centro de distribución de San Bernardo que inauguró el 2018, con 47.000 metros cuadrados y un gasto por US\$ 100 millones, varios ven un gran paso pendiente en el *ecommerce*.

"Es un tema de modelo de negocios en vez de inversiones", dice Christian Oros, de Kawésqar Lab. "Debe transformar su modelo de

Multitiendas Corona buscaría socio estratégico

Índice Real de Remuneraciones aumentó 0,4% anual en agosto: acumula variación nula en 2020

Incluso los casos leves de covid pueden dejar meses de secuelas

Super de Pensiones: Segundo retiro de fondos AFP permitiría acceder a US\$19.000 millones

Ránking: las acciones más recomendadas para octubre

Tesla negocia con minera BHP acuerdo de suministro de níquel

Montos transados por las corredoras no repuntan y marcan nueva baja en septiembre

La mejor visión sobre Hapag-Lloyd que podría ayudar a Vapores

Fondos de inversión de acciones chilenas cayeron -6,94% en el tercer trimestre

Columnas



Carlos Gajardo

El portonazo de Ponce Lerou



Gonzalo Reyes

Cinco claves de cara a un nuevo retiro del 10%



Jared Dillian

La inversión ESG parece ser otra burbuja bursátil



Cristóbal Avilés

Proyecciones de la Fed

negocios para que su despacho se incorpore como una herramienta estratégica y que no esté tras bambalinas”.

Entre marzo y julio, Falabella lideró los reclamos por demora o incumplimientos relacionados con las compras por internet durante la pandemia entre los *retailers* nacionales, según el Sernac. Concentró el 31% de ellos (22.312 reclamos); seguida de Ripley (14,5%, o 10.434) y luego Paris, con 7% (5.149 reclamos). El Servicio dijo, a comienzos de agosto, que exigirá compensaciones y ajuste de prácticas a las tres empresas, particularmente en relación con el retardo en la entrega en el comercio electrónico, entre otros problemas.

Una analogía que ocupa Kawésqar Lab para describir la situación plantea que “Falabella construye edificios pero sin resolver el problema de los ascensores, porque Falabella es el gran *retailer* y ofrece distintos tipos de productos, pero no logra resolver todavía los métodos de despacho, dado que ha apostado a sus propios sistemas que hasta ahora han estado errados”.

A su vez, “lo que hace Mercado Libre es ir a la par entre estructura y despacho. En cambio, para Falabella siempre el despacho ha sido una variable y lamentablemente la estructura va más adelante”.

En este contexto, hay quienes esperan que el efecto “Mercado Libre” estimule una mayor competencia, lo que a fin de cuentas sería positivo para el mercado.

“Veo efectos más bien indirectos que benefician a todos los operadores de comercio *online*, incluyendo a las multitiendas, dado que la estrategia de Mercado Libre contribuirá a mejorar experiencia de compra, y eso beneficia a todo el mercado”, dice George Lever, director del centro de estudios de Economía Digital de la Cámara de Comercio de Santiago. En cuanto a su reciente apertura en Pudahuel, dice no ver “impactos directos sobre los competidores”, dado que la estrategia de inversión de Mercado Libre va en la línea de la observada en “todos los grandes operadores del *e-commerce*, con un fuerte énfasis en la logística”.

El foco de Mercado Libre no es exactamente el mismo que el de varios gigantes locales. La firma goza de un liderazgo en plataforma de *marketplaces* –espacios en donde terceros venden en un sitio web– con el 54,5% de la torta de mercado, a una gran distancia de Linio (Falabella), con el 19,9% de la torta y de otros actores con el 25,5% –Yapo.cl, Dafiti, entre otros– según Kawésqar Lab.

Pero para algunos, su avance es reflejo de una tendencia más amplia, que promete cambios mayores en el mercado local. Christian Diez, del Centro de Estudios del Retail de la Universidad de Chile, dice que varias firmas del sector tienen sus días contados.

“Van a salir varias tiendas, por ejemplo *retailers* chicos de zapatos”, dice Diez, quien ve riesgo en Forus, así como en “tiendas de departamento más chicas tipo Hites, La Polar, que están bien abajo en esto, dado que les va a costar ser competitivos y puede que mueran”.

En cuanto a los grandes operadores, ve mayores riesgos para Ripley, dado que “a diferencia de otros actores, está más especializado en tiendas por departamentos y ahí Ripley es el que está más expuesto porque tiene menos posibilidades de economías de escala con sus otros negocios”, dice Diez. “Yo creo que esta empresa es potencial de una adquisición o venta, no mañana pero es claramente es el más débil de los tres (grandes)”.

Irrumpiendo

Comparación de los ingresos trimestrales, en millones de dólares, de Falabella y Mercado Libre, por país*.

(*) Otros incluye: Chile, Perú, Colombia y otros, en el caso de Falabella. Para Mercado Libre, otros incluye México y otros.

Participación de mercado en las compras online totales.

Fuente: El Mercurio Inversiones, con datos de CMF, Mercado Libre y Kawésqar LAB.

Share

The logo for Infogram, featuring the word "infogram" in white lowercase letters inside a red speech bubble shape.

Para enfrentar la irrupción de Mercado Libre y potencialmente la de Amazon, algunos llaman, además, a mejorar la experiencia de las tiendas físicas. “Todos los *retailers* están al debe en la experiencia de la tienda, porque hoy día es un desagrado entrar a una de ellas, según muchas encuestas: de partida, nadie te atiende, hay que esperar media hora para aquello; además, muchas veces hay una caja por piso. No es una experiencia agradable”, dice Pablo Barberis de la Facultad de Economía y Negocios de la U. de Chile.

Contraste bursátil

Evolución del precio de las acciones de Falabella en la Bolsa de Santiago y de Mercado Libre en la Bolsa de Nueva York, en base 100.

Fuente: El Mercurio Inversiones, con datos de Bolsa de Santiago y Bloomberg.

Share

infogram

EL MERCURIO
Inversiones

Acciones

Recomendaciones

Fondos mutuos

Monedas

Análisis

Columnas

Revistas

¿Detectó un error? ¿Quiere comunicarse con el equipo de El Mercurio Inversiones? Contáctenos al correo inversiones@mercurio.cl

Conozca los Términos y Condiciones de uso del portal www.elmercurio.com/inversiones haciendo clic [aquí](#).

Para conocer los términos generales de uso de los sitios de El Mercurio haga clic [aquí](#).