

EMPRESAS

Walmart finiquita alianza con Cornershop y Cencosud toma posición para fortalecer canal online

■ Empresa liderada por Horst Paulmann busca potenciar el segmento aprovechando desarrollo tecnológico de la aplicación. Mientras, Lider creará su propia aplicación y así evitará pago de tarifa del servicio.



Oskar Hjertsonsson
Sólo y CEO de Cornershop.



Horst Paulmann
Presidente de Cencosud.

POR J. TRONCOSO OSTORNOL

Entra Cencosud. La compañía liderada por Horst Paulmann anunció este jueves con bombos y platillos un acuerdo comercial con Cornershop, la exitosa aplicación de reparto de víveres, valorada en casi US\$ 700 millones, cuyo control acaba de tomar la gigante estadounidense Uber.

La alianza estratégica permitirá a la matriz de las cadenas Jumbo y Santa Isabel ofrecer por medio de la aplicación sus productos en Chile, Perú, Colombia y Brasil sin cargo por servicio (antes se cobraba un 18% adicional). El acuerdo incluye supermercados y la tienda de mejoramiento del hogar, Easy.

“Este acuerdo nos facilita pensar en

nuevas oportunidades de desarrollo en conjunto para el futuro”, dijo el director general de Uber Eats para Latinoamérica, Eduardo Donnelly.

“Esta alianza es parte de la estrategia de Cencosud de enfocarse en el canal *e-commerce* y de supermercados”, añadió el CEO de Cencosud, Matías Videla.

Argentina quedó fuera: Cornershop no está aún ese país aunque sí Uber Eats, donde funcionará en el reparto de platos preparados.

Sale Walmart. La alianza se dio luego que la supermercadería estadounidense —que en Chile opera las marcas Lider y Acuenta— decidiera dar por terminado el acuerdo que mantenía con la aplicación desde agosto de 2017.

Esto se materializará en los próximos días y terminará con el beneficio que permite a los clientes de Lider hacer su compra en línea al mismo precio del local, y recibirla en su hogar en menos de una hora. Si bien Walmart seguirá disponible en la aplicación, sus precios tendrán un recargo de 18%.

Según versiones extraoficiales, la compañía estadounidense informó a Cornershop su decisión de terminar con el acuerdo en julio pasado. Las relaciones venían deterioradas por quién asumía el costo total de la llamada tarifa de servicio o *service fee*, dice un conocedor.

“Walmart Chile absorbía el *service fee* para que los clientes accedieran a los mismos precios de las tiendas. En el nuevo escenario, será Cornershop quien directamente determinará, cobrará y comunicará ese *service fee* a sus clientes”, dijo la firma, junto con anunciar que potenciará sus propios canales de venta online.

La firma ligada a la familia Walton había intentado adquirir Cornershop presente en Chile, México, Perú, Colombia, Brasil, Canadá y EEUU),

pero la operación se cayó ante la negativa del ente antimonopolio del país azteca. El anuncio de

terminar el acuerdo tomó por sorpresa a la administración de Cornershop, que rápidamente decidió acercarse a Cencosud para sellar una alianza con esta empresa, ya que

necesita una marca de cabecera que enganche a sus usuarios. Las negociaciones fueron muy rápidas; duraron un par de días por el retailer las encabezó Matías Videla, mientras que el estudio de abogados DLA Piper Chile asesoró a la aplicación.

Las partes ya habían tenido acercamientos. A principios de 2018, ejecutivos de Cencosud tocaron la puerta de Cornershop para sellar una alianza exclusiva. Sin embargo, Paulmann se opuso. En una entrevista de octubre de 2018, señaló que no conocía la aplicación. “Hemos seguido nuestro propio camino”, dijo frente a



El rol de Uber Eats para expandir el negocio de platos preparados

■ Este servicio también funcionará en Argentina, donde no está Cornershop.

Aunque el despacho de productos vía la aplicación Cornershop captó las miradas con el anuncio de este jueves, un segmento de negocio que tomará fuerza tras la alianza es el de platos y comida preparada. Esto, porque todo lo que elabora la supermercadería —ya sea para venta en sus salas o a través de Rincón Jumbo— estará disponible en la aplicación de despacho de comida de la gigante norteamericana.

El CEO de Cencosud destacó que esto también funcionará en Argentina —además de Colombia, Chile y Brasil—, donde no estará operativa la alianza con Cornershop, dado que la aplicación no está en ese mercado.

Fuentes conocedoras del acuerdo dicen que esto puede abrir un amplio mercado a Cencosud, que tiene capacidad instalada para esto, dada la cobertura que tiene Uber Eats, que Banchile estima entrega cerca del 80% de los pedidos del segmento. Además, el banco destacó que los platos preparados son “una categoría de mayor margen”.

El CEO de Cencosud destacó que la apuesta es ofrecer “comida sana” a buenos precios.

MATÍAS VIDELA, GERENTE GENERAL DEL GRUPO:

“Cencosud se está reinventando, está redefiniendo su estrategia (...) don Horst nos apoya”

“En las crisis hay cambios y oportunidades (...). Cencosud se está reinventando, está redefiniendo su estrategia y en ser muy pragmáticos de qué sabemos hacer y en qué tenemos que conseguir ayuda”.

Categorizó fue el gerente general del grupo, Matías Videla, tras analizar en profundidad su alianza estratégica con Cornershop, la cual, dijo, permitirá reforzar la apuesta por el comercio electrónico del conglomerado, así como focalizarse y potenciar sus ventas de supermercados, que representan más del 70% de los ingresos del holding.

“Esta alianza le da mucho valor a Cencosud: nos da tecnología y una mirada tecnológica... don Horst (Paulmann, controlador del grupo) tiene muy claro esto y nos apoya en este proceso, ha estado involucrado. Ese es el cambio que hay en Cencosud. Estas decisiones se toman con el completo apoyo del directorio, que es consciente del momento y

■ Ejecutivo dijo que seguirán invirtiendo en salas de supermercados, especialmente en Chile y Perú.



Acción sube 2,5%, con el mejor desempeño del IPSA en 2020

● El reciente acuerdo entre Cencosud y Cornershop para ofrecer los productos del retail en la aplicación por toda la región le da otro motivo a la acción de la empresa para que siga su fuerte escalada. En una jornada en que las empresas de retail repuntan en la bolsa ante la apertura de centros comerciales, el papel de la entidad ligada a Horst Paulmann subió 2,49% por lo que se posicionó en \$ 1.340. Cencosud ha sido por lejos una

de las acciones que mejor se ha recuperado desde que la pandemia tiró por el suelo a los papeles chilenos y globales en marzo, cuando el virus paralizaba las economías ante las cuarentenas. Desde el punto más bajo el 18 de marzo paado, el título de la firma de retail ha acumulado un incremento de más de 130%, solo superado en el mercado local por el alza de 163% de CAP en el mismo período. En 2020, sin embargo, es la que tiene el mejor rendimiento (35%) hasta el momento. Un informe de Banchile destacó que esto debería desencadenar en un alza en la participación de mercado, porque ayuda a resolver uno de los principales problemas de Cencosud en cuanto a la experiencia del usuario en el canal online. Además, dijo que la presencia de Easy en la aplicación es un elemento diferenciador.

consiente de las propuestas de management”, dijo Videla, quien, pese a todo, seguirá invirtiendo en el desarrollo de nuevas salas de supermercados en la región, especialmente en Chile y Perú.

Según se informó, el acuerdo incluye también una integración tecnológica, que significa que Cencosud y Cornershop trabajarán en conjunto para crear sistemas que ofrezcan la mejor experiencia a los clientes y buscar desarrollos para mejorar la eficiencia del negocio.

“Esto lo hemos hecho para enfocar los recursos en lo que sabemos hacer, Cornershop es un gran desarrollador de tecnología (...) eso le da fortaleza a Cencosud y al desarrollo de Uber en la región”, señaló Videla.

Explicó que la empresa quiere hacer un *upgrade* a su propuesta de valor, añadiendo que van a seguir con sus canales que están desarrollando en los diversos países, porque son complementarios a lo que entrega Cornershop, de cara al usuario. “Esto nos posiciona con una capacidad de desarrollo tecnológico que es difícil encontrar en un retail tradicional en la región”, sostuvo el ejecutivo.

la estrategia en el área digital.

El cambio es fácil de explicar: el boom de las ventas a través de internet, producto de la pandemia, llevaron al empresario y su directorio a buscar formas de elevar su participación en ese segmento. Y, ahora, Cornershop estaba disponible.

Libre competencia

La aplicación fue creada por los chilenos Daniel Undurraga y Juan Pablo Cuevas, además del sueco Oskar Hjertsonsson en 2015. Tras la reciente toma de control por parte de Uber—con la adquisición del 51% de la firma, menos la filial en México, donde espera la aprobación—Cornershop se lanzó a nuevos mercados gracias a la inyección de recursos frescos.

De hecho, en su acuerdo con Cencosud, la App comprometió una inversión inicial de US\$ 10 millones para la implementación de tiendas oscuras (*dark stores*) en Chile que estarán destinadas únicamente para las compras a través de internet.

Estos espacios se ubicarán, en un principio, contiguos a los supermercados de Cencosud en el sector oriente de Santiago. Dependiendo de la demanda, se extenderá a otros sectores de la capital y el país. Videla explicó que esto permitirá no afectar la experiencia de compra en sus salas.

La alianza no será presentada a consulta a la Fiscalía Nacional Económica, por cuanto, explican conocedores, no cumple ninguna de las obligaciones que exige la normativa antimonopolio para que tenga que ser validado.

LA RECUPERACIÓN DE CENCOSUD TRAS EN PESOS POR CADA 1 ACCIÓN



Lider apunta a “democratizar” el e-commerce

“Nos hemos puesto como desafío continuar democratizando el e-commerce, duplicando el volumen actual de ventas online”, dijo Gonzalo Gebara, CEO de Walmart Chile, tras anunciar el fin del acuerdo con Cornershop.

La empresa apuntó a su plan de inversiones por US\$ 50 millones entre 2020 y 2021 para potenciar la omnicanalidad, lo que incluye el lanzamiento del servicio de despacho a domicilio desde su propia aplicación y aumentar significativamente el número de supermercados con el servicio gratuito de retiro en tienda.

■ Walmart Chile dijo que potenciará sus capacidades internas para esto.

“La App de Lider próximamente a ser lanzada, permitirá hacer las compras directamente desde la aplicación y acceder a promociones exclusivas”, dijo la empresa.

Añadió que potenciará sus capacidades internas para el desarrollo del e-commerce, con una

activa participación en distintas plataformas de última milla.

No obstante, la estadounidense dijo que, tras el fallido intento de adquirir Cornershop, definió apostar por su propia plataforma y fortalecer su página web con el fin de hacerla cada vez más accesible a todos sus clientes a lo largo del país.

Gebara destacó el trabajo que han realizado con Cornershop desde hace tres años: “Crecimos en conjunto gracias a la alianza que mantuvimos durante estos años, convirtiéndose en iconos del emprendimiento en el país”.