



MERCADOS DIGITALES

EL CASO UBER-CORNERSHOP

Enrique Vergara
Director Académico Post Grados
Facultad de Derecho UAI



TEMARIO

1. El control de operaciones de concentración en Chile.
2. Criterios de análisis de las operaciones de concentración para mercados digitales.
3. La fusión Uber con Cornershop
4. Conclusiones

CONTROL DE OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN EN CHILE ANTECEDENTES

Sistema vigente desde 2016 (Ley N° 20.945). Autorización la otorga la agencia: FNE

Estándar: reducción sustancial de la competencia.

Concepto de operación de concentración: cesación de independencia.

- ✓ Fusiones
- ✓ Adquisición de derechos
- ✓ Asociación permanente
- ✓ Adquisición de activos.

Umbrales

- ✓ US 16.500.000 ventas individuales
- ✓ US 92.000.000

CONTROL DE OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN EN CHILE

PROCEDIMIENTO

Notificación de operación de concentración

- ✓ Formulario de antecedentes
- ✓ Resolución de inicio de investigación

Fase I

- 30 días desde el inicio de la investigación
- Aprobación pura y simple
- Aprobación sujeta a compromisos ofrecidos
- Pasar a Fase II

Fase II

- ✓ 90 días
- ✓ Aprobación pura y simple
- ✓ Aprobación sujeta a compromisos ofrecidos
- ✓ Rechazo: reducción sustancial de la competencia

CONTROL DE OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN EN CHILE

PROCEDIMIENTO

Recursos:

- ✓ Solo procede en contra de la resolución que rechaza la operación
- ✓ Conoce el TDLC

Incumplimientos

- ✓ Infringir deber de notificar
- ✓ Perfeccionar la operación antes de resolución de la FNE
- ✓ Incumplir las medidas
- ✓ Perfeccionar la operación que haya sido rechazada
- ✓ Entregar información falsa

CONTROL DE OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN EN CHILE

CRITERIOS DE ANÁLISIS-GUÍAS FNE

Análisis tradicional

- ✓ Mercado relevante
- ✓ Índices de concentración
- ✓ Efectos en la competencia
- ✓ Condiciones de entrada
- ✓ Contrapesos a los riesgos
- ✓ Defensa de empresa en crisis
- ✓ Remedios

Sección especial a las plataformas digitales

CONTROL DE OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN EN CHILE

PLATAFORMAS DIGITALES Y MERCADOS DIGITALES

Clasificación:

- ✓ Plataformas digitales de información. Ej. Motores de búsqueda.
- ✓ Plataformas digitales de comunicación. Ej. Redes sociales.
- ✓ Plataformas digitales de intermediación de bienes o servicios. Ej. Comercio electrónico.
- ✓ Plataformas digitales para cadenas de suministro y logística.
- ✓ Plataformas digitales que facilitan la contratación de capital humano.
- ✓ Plataformas digitales que facilitan sistemas de pago y otros servicios financieros (*Fintech*)

CONTROL DE OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN EN CHILE

PLATAFORMAS DIGITALES Y MERCADOS DIGITALES

Efectos de red: valoración de la plataforma para cada usuario.

- Positivos y negativos
- Efectos de red directos: depende del número de usuarios del mismo grupo o lado.
- Efectos de red indirectos: depende del número de usuarios del otro grupo o lado.

CONTROL DE OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN EN CHILE

PLATAFORMAS DIGITALES Y MERCADOS DIGITALES

Particularidades en la definición de mercado relevante

- ✓ Una definición que incluya a todos los grupos de usuarios de las plataformas
- ✓ Un mercado relevante por cada lado de la misma

Efectos en la competencia

- ✓ Efectos en todos los lados del mercado
- ✓ Presión competitiva de productos no digitales
- ✓ *Tiping*: posibilidad de cierre del mercado en un solo agente económico producto de los efectos de red y economías de escala.
- ✓ Elementos que favorecen la existencia de diversos actores
 - Restricciones de capacidad en la provisión de los productos
 - Diferenciación de las plataformas digitales
 - Compatibilidad entre plataformas digitales
 - Bajos costos de cambio para los consumidores.

CONTROL DE OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN EN CHILE

PLATAFORMAS DIGITALES Y MERCADOS DIGITALES

Efectos en la competencia

- ✓ Uso de datos
 - Biga data como insumo para competir en el mercado.
 - Análisis de las dificultades de ingreso al mercado producto de la Operación y los datos que adquieren las empresas.

FUSIÓN UBER CON CORNERSHOP

Partes:

- ✓ Uber: desarrolla plataformas digitales multilaterales para la intermediación de usuarios. En Chile ofrece servicios de intermediación de:
 - Transporte de persona (Uber Rides). Competidores: Beat, Cabify y DiDi. Uber tiene un 50%
 - Delivery de comida preparada (Uber Eats). Competidores: Pedidos Ya y Rappi.
- ✓ Cornershop: plataforma digital para servicios de compra y entrega a domicilio de bienes, principalmente de supermercados. Competidores: Pedidos Ya y Rappi. Cornershop tiene un 70%.

FUSIÓN UBER CON CORNERSHOP

- Operación: adquisición por parte de Uber de derechos que le permiten influir decisivamente en la administración de Cornershop.
- Pasó a fase II porque la operación podía reducir sustancialmente la competencia.
- Antecedentes para evaluar la operación:
 - ✓ Documentos internos de las partes
 - ✓ Planes comerciales de terceros
 - ✓ Encuestas de Consumidores (comportamiento de los usuarios de plataformas de intermediación)

FUSIÓN UBER CON CORNERSHOP

- La investigación, además, se vio influida por la pandemia que, como sabemos intensificó el comercio electrónico. Sin embargo, no alteró los resultados de la investigación; por el contrario, confirmó varias hipótesis como el aceleramiento de los planes de expansión de los competidores de las partes de la operación.

FUSIÓN UBER CON CORNERSHOP

- Análisis:
 - ✓ Mercado relevante del producto: Los servicios de Cornershop y Uber no pertenecen al mismo mercado relevante, por cuanto no son sustituibles desde el lado de la demanda ni de la oferta. **Superposición muy acotada.**
 - Plataformas digitales de productos de supermercados: **incluye** plataformas de los supermercados
 - Plataformas digitales de restaurantes: se **excluye** los canales propios de los restaurantes por la falta de variedad.
 - Plataformas digitales de intermediación de transporte de pasajeros en automóviles: se **excluyen** otras alternativas de transportes.

FUSIÓN UBER CON CORNERSHOP

- Análisis:
 - ✓ Condiciones de entrada y expansión
 - No existen antecedentes de un posible cierre de mercado (Tipping):
 - Crecimiento de la demanda.
 - Limitaciones a las economías de escala, ámbito y efectos de red.

FUSIÓN UBER CON CORNERSHOP

- Análisis: RIESGOS
 - 1) Eliminación de Uber como competidor potencial en el segmento de plataformas digitales de productos de supermercados
 - Uber proyectaba entrar en ese mercado.
 - Cadenas de supermercados tenían planes de potenciar su comercio electrónico
 - La eliminación de Uber como competidor potencial no significa un deterioro relevante por los planes de expansión de otras plataformas digitales.
 - la entrada de Uber al mercado no habría significado un cambio sustancial de las condiciones de competencia en el mismo

FUSIÓN UBER CON CORNERSHOP

- Análisis: RIESGOS

- 2) Disminución de incentivos a innovar en mercados adyacentes

- Existen diversos actores que pueden invertir en mercados de comercio electrónicos similares o adyacentes.
- Operación no implica una reducción significativa para tales incentivos.

FUSIÓN UBER CON CORNERSHOP

- Análisis:

3)RIESGOS DE CONGLOMERADO

i. Empaquetamiento de productos de mercados relacionados

- ✓ Extender la posición de Cornershop hacia los mercados donde participa Uber y viceversa.
- ✓ Tamaño de la demanda de las plataformas digitales de supermercados hace difícil dicho riesgo.
- ✓ Encuestas demostraron que consumidores de Cornershop no valorizan la fidelización de otros segmentos y viceversa.
- ✓ En suma, en ambos casos los competidores pueden reaccionar frente a este tipo de estrategias.

FUSIÓN UBER CON CORNERSHOP

- Análisis:

3)RIESGOS DE CONGLOMERADO

- i. Exclusión por combinación de bases de datos
 - ✓ Los competidores, especialmente los supermercados, pueden acceder a información de los consumidores.
- ii. Disminución de la protección de datos personales de los consumidores.
 - ✓ La operación no aumenta los incentivos para afectar las políticas de privacidad de los datos de los consumidores finales.

CONCLUSIONES

1. Chile ha introducido con éxito un sistema de control de operaciones de concentración económicas
2. Junto con la Ley se ha hecho necesario dictar *Guidelines* para explicitar los criterios de análisis de la agencia.
3. La Guía de Análisis de Concentraciones se ha hecho cargo de los mercados digitales.
4. Uber-Cornershop es el primer gran caso en el que se aplicaron las herramientas de análisis propias de mercados digitales