

Fue el hombre a cargo de la adquisición e integración de ambas compañías

Director de Uber Eats: "FUE UNA BUENA IDEA ELIMINAR LA MARCA" CORNERSHOP

"No creo que se pueda construir una empresa de la escala de Cornershop en ninguna otra ciudad del mundo", dice Pierre-Dimitri Gore-Coty. Con la inauguración del tercer Tech Center de Grocery & Retail en Santiago, apuestan por exportar innovación a más de 6.000 ciudades. • GUILLERMO V. ACEVEDO

Hace cuatro años, previo a la pandemia, la división de Delivery era una pequeña parte de Uber, cuyo negocio central era la movilidad. Fue en 2020 cuando el CEO de la compañía le preguntó a Pierre-Dimitri Gore-Coty (39) "si estaba interesado en liderar Delivery". A las pocas semanas llegó el covid, y el reparto de alimentos y productos experimentó un crecimiento sin precedentes.

"El negocio creció hasta volverse tan grande como el de movilidad", dice el vicepresidente sénior y actual director global de Delivery de Uber y Uber Eats. Hoy, este último funciona en más de 6.000 ciudades en el mundo, y son cerca de siete millones de conductores o repartidores que trabajan en la app a nivel mundial.

Y el crecimiento del reparto desde los restaurantes, que fue la apuesta inicial de Uber Eats, se replicó también en el delivery de Grocery & Retail, y se concretó mediante la adquisición de la startup chilena Cornershop, en 2021, operación que encabezó el propio Gore-Coty. "Es un área que está creciendo muy rápido y en todo el mundo; la gente está emocionada y mucho de eso es gracias a la experiencia y tecnología de Cornershop", comenta.

En su visita a Chile por primera vez, inauguró en Santiago el décimo Tech Center de Uber en el mundo, y el tercero de Grocery & Retail (además de São Paulo y Nueva York), en gran medida para aprovechar el equipo que mantuvieron de Cornershop, y exportar desde aquí las innovaciones que Uber Eats implementará en todos sus mercados.

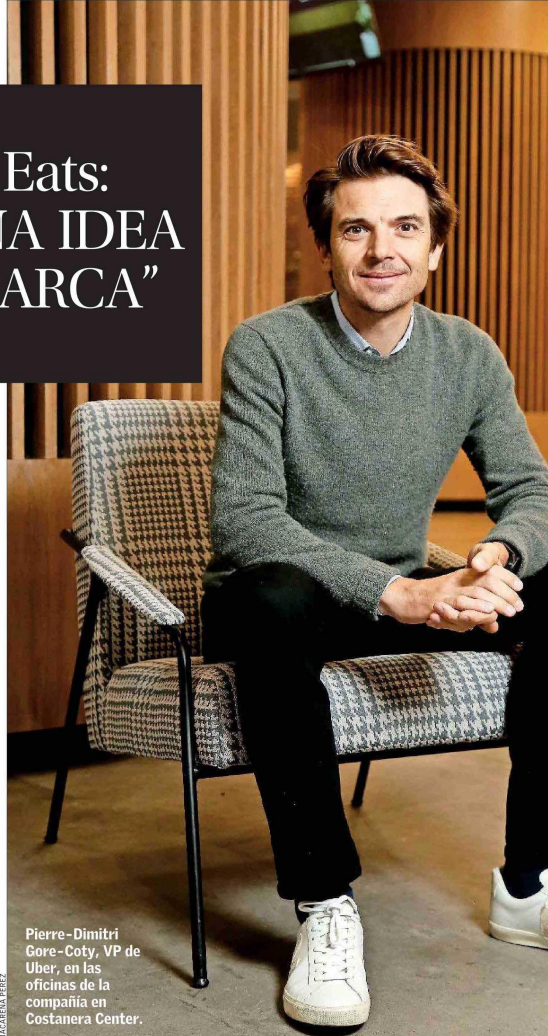
"Ha sido una adquisición realmente exitosa y una gran asociación con los equipos de Cornershop. Estamos orgullosos y ellos también deberían estarlo por haber tenido un impacto tan grande en Uber y en países de todo el mundo", afirma.

—¿Ha funcionado la integración de Cornershop?

"Tomamos la decisión de migrar el negocio de Cornershop a la aplicación Uber Eats, y ha sido la decisión correcta. Cornershop construyó un negocio notable. He visto muchas empresas de delivery en el mundo, pero Cornershop es la que más me impactó, porque creó un producto que la gente ama.

Gran parte de la tecnología que tenemos ahora es de Cornershop y muchos de sus empleados también siguen aquí. Han sido de gran ayuda para comprender lo que se necesita para tener éxito en el negocio de Grocery & Retail".

—Hay críticas de clientes en redes sociales,



Pierre-Dimitri Gore-Coty, VP de Uber, en las oficinas de la compañía en Costanera Center.



que cuestionan el proceso y resultado de unificar ambas apps, la pérdida de comercios y las nuevas restricciones del servicio, ¿cómo ve la recepción de los clientes?

"Como es habitual, ese tipo de migración genera muchos cambios. Algunas personas al principio piensan: 'la aplicación no es lo mismo, ya no veo esto ni aquello', pero objetivamente la oferta que tenemos es muy sólida. Si bien siempre se puede mejorar para los consumidores y para los comercios".

Pese a que no conoce todos los números específicos para Chile que implicó la unificación de las apps, explica que entre Uber Eats y movilidad tienen 2,2 millones de usuarios mensuales en el país. "Lo que veo en los datos es que los consumidores están tan comprometidos con la aplicación como antes con Cornershop".

Y respecto a las ventas, no hay una com-

laborales flexibles, y una demanda creciente, pero quién sabe en el futuro. Tendremos que esforzarnos siempre para que la experiencia sea más agradable y más segura; también para asegurarnos de que las oportunidades de ingresos estén en línea con lo que tiene sentido para esas personas".

—Muchas veces este personal se ha visto involucrado en actividades delictivas. ¿Cómo chequean antecedentes para evitarlo?

"Bueno, desconozco el detalle de los casos en Chile, pero a nivel global prestamos mucha atención a la seguridad y nos aseguramos de que quien use una aplicación sea alguien que tiene permiso para trabajar en el país, y que no esté participando en actividades fraudulentas, eso es una prioridad para nosotros.

Para eso usamos tecnología, para evitar que la gente cargue identidades falsas o documentos fraudulentos, y hacemos controles también en tiempo real, y con reconocimiento facial para comprobar que es la persona que tiene la cuenta con nosotros".

—¿Verifican los antecedentes?

"Pedimos documentación, y todo lo que se carga, se verifica. Entonces, sí, hay controles tanto en la movilidad y como en delivery".

Innovación desde Chile

"En Chile fue una cuestión del talento y por la experiencia de haber estado trabajando en Grocery and Retail durante años", explica sobre la inauguración del Tech Center de Uber Eats en Santiago.

Más de 200 personas trabajan en los dos pisos de la Torre Vitacura del Costanera Center para desarrollar desde acá las innovaciones a la app en todo el mundo.

"En un contexto en el que necesitamos más desarrolladores, más ingenieros, fue bastante natural querer retener a los empleados de Cornershop, por eso decidimos crear alrededor de ellos un centro de tecnología", dice.

Como política, la empresa prefiere mantenerse en espacios ya consolidados, y el CEO se oponía a tener que expandirse a otros lugares para desarrollar tecnología. "Hemos tenido un estándar muy alto para decidir dónde establecer un centro tecnológico. Santiago cumplía con eso".

—¿Ve a Chile como un buen lugar para las inversiones?

"Sí, muy bueno. Aquí hay mucho talento y lo vemos en los equipos que mantuvimos de Cornershop. No creo que se pueda construir una empresa de la escala de Cornershop en ninguna otra ciudad del mundo.

Chile es un país donde hemos logrado implementar todas nuestras líneas de negocio, y han tenido una gran adopción, lo que habla de la habilidad con la tecnología del consumidor y del ambiente, que ha sido un gran entorno para expandirse. En Japón,

por ejemplo, tenemos un negocio de movilidad muy pequeño, ha habido dificultades; también en India, donde solo tenemos el negocio de movilidad".

—¿Problemas a raíz de la regulación?

"En Chile no hay regulación que afecte a este negocio".

—¿Quizá esa falta de regulación les ha limitado la entrada.

"Pongámonos así, hay países donde es más difícil desarrollarse para empresas como Uber. En balance, Chile ha sido un buen ecosistema para desarrollarnos, es un ambiente acogedor".

—¿Qué inversiones tienen pensadas para Chile?

"Tenemos este centro, que fue una inversión significativa, y es un compromiso de largo plazo. Además, Chile está a la vanguardia en lo que respecta a esta visión de 'obtener todo' desde la app, y queremos duplicarlo".

Nos aseguramos de que quien use una aplicación sea alguien que tiene permiso para trabajar en el país, y que no esté participando en actividades fraudulentas"

paración clara del crecimiento o disminución de ventas porque los resultados están consolidados a nivel regional, pero explica que han tenido buenos resultados comerciales, pese a que había "mucho gente escéptica de que algún día esto se convirtiera en un negocio".

—¿Fue buena idea eliminar la marca Cornershop, perder la imagen y prestigio que tenía?

"Sí, aunque siempre es triste, creo que fue una buena idea. Estamos convencidos de la necesidad de poner todo en una sola aplicación. Espero que la gente entienda que el legado de Cornershop sigue ahí y sigue siendo masivo, porque esa tecnología nos permitió construir un negocio en todo el mundo.

Una vez que decides integrar todo en una app, la decisión del nombre se vuelve más obvia, porque no tiene sentido gastar dinero en marketing en una marca que estará dentro de otra".

—Y para el crecimiento proyectado, ¿hay suficiente personal?

"En este momento, sí, pero siempre es un desafío cuando creces rápido y tienes grandes ambiciones. Hay mucho talento en el país que está dispuesto a trabajar en la compañía".

—¿Y repartidores en las calles?

"Hay mucha demanda de oportunidades

