



Mercado Libre sella inédita alianza con filial del grupo Falabella para expandir su red logística

El acuerdo entre Mall Plaza y la compañía más valiosa de América Latina, Mercado Libre, considera la implementación de puntos en los que los clientes podrán retirar y devolver los productos que hayan adquirido a través de la plataforma del marketplace. Las firmas aseguran que hay múltiples oportunidades de expansión de la alianza en distintos mercados.

PAULINA ORTEGA

Mercado Libre y Mall Plaza, filial del grupo Falabella, anunciaron un "inédito" acuerdo que ya se ha puesto en marcha. La compañía de propiedad del argentino Marcos Galperin incorporará una red logística dentro de las distintas dependencias de Mall Plaza, con puntos en los que los clientes podrán retirar y devolver los productos que hayan adquirido a través de la plataforma de marketplace, "así como la entrega de pedidos por parte de los *sellers* de la plataforma (personas, emprendedores y marcas)", explicaron desde ambas firmas.

Este acuerdo ha comenzado a implementarse de forma piloto y gradual desde abril de este año. En su primera etapa los puntos denominados "places" se implementó en seis centros urbanos de Mall Plaza en la Región Metropolitana. Estos son Mallplaza Vespucio, Mallplaza Egaña, Mallplaza Norte, Mallplaza Alameda, Mallplaza Tobalaba y Mallplaza Sur.

"Mallplaza aporta su red de puntos omnicanales en sus distintos centros urbanos, los cuales están ubicados en sectores estratégicos de la ciudad, con excelente conectividad para compradores y vendedores, con servicios complementarios como estacionamientos, seguridad y con la infraestructura omnicanal ya desarrollada y probada, lo que permite darle escalabilidad a este tipo de iniciativas", detallaron a través de un co-

municado.

"Places busca fortalecer aún más la completa red logística que tenemos en Mercado Libre, por eso estamos muy contentos de cerrar una alianza con Mall Plaza, porque va a permitir generar nuevas alternativas de contacto con nuestros usuarios, tanto compradores como vendedores", afirmó Máximo Correa, director de Transportes de Mercado Libre, la empresa más valiosa de América Latina.

Falabella, controlador de Mall Plaza, es competidor directo de Mercado Libre en su canal de *e-commerce*. Sin embargo, con este acuerdo favorecerá el flujo de clientes hacia sus centros comerciales y podría incrementar sus ventas. Mercado Libre tiene un acuerdo de similares características con Parque Arauco.

"La robustez de la estrategia omnicanal no sólo nos permite generar nuevos negocios, servicios e infraestructuras para potenciar las ventas de nuestros socios comerciales; sino que también migrar flujos desde lo digital a lo físico. Es así como, por ejemplo, Mallplaza recibe 572 mil visitas que van a retirar una compra al Click & Collect, y luego se quedan en el centro urbano tomando un café, cambiando algún producto o usando alguno de los múltiples y diversos servicios que ofrece Mallplaza. Sin duda, el acuerdo con Mercado Libre es un gran beneficio para nuestros clientes", explicó el gerente de Estrategia de innovación de Mall Plaza, Christopher

Banfield.

Anteriormente Mercado Libre declaró que en la firma "no apuntamos a tener tiendas físicas, creemos firmemente que el *e-commerce* es el canal más eficiente, escalable y democratizador y tenemos los recursos para hacerlo más y mejor (...). Por eso estamos reforzando con tanto énfasis en nuestra red logística, que será la más completa e importante que existirá en Chile. Continuaremos abriendo nuevos centros de distribución zonales, ya sea en Santiago como en el resto del país".

Las compañías aseguraron que "este acuerdo estratégico abrirá múltiples oportunidades de crecimiento futuro, de hecho ambas compañías trabajan en una futura ampliación que involucre también la operación en otros mercados".

Mercado Libre tiene operaciones en 18 países de Latinoamérica con 6.000 agencias de paquetes. En Chile, cuenta con más de 600 puntos, operando en Valparaíso, O'Higgins, Maule, Biobío, La Araucanía, Metropolitana, Coquimbo, Arica y Parícuta, Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Los Ríos y Los Lagos.

Mall Plaza, en tanto, opera en Arica, Tarapacá, Antofagasta, Región Metropolitana, Biobío, y Coquimbo. Además tiene presencia en Perú y Colombia, con 47 *malls* en total, por lo que estos serían los potenciales mercados en los que se podría materializar la alianza en un futuro. ●