

Pericia de daños ocasionados por la conducta de colusión vertical entre Goreiro y Gorrión

Informe final

**Elaborado para
Tiendas Genovia S.A.**

Bullard Falla Ezcurra+
Consultoría Económica

Agosto, 2022

Privilegiado y Confidencial

ANTECEDENTES Y OBJETIVO

Desde el año 2015, la compañía Gorrión ha revolucionado el servicio de delivery a través de una sola plataforma que conecta a los usuarios con acceso a internet y dispositivos móviles, con diversas tiendas minoristas y restaurantes de la República de Genovia (en adelante, "Genovia").

Como parte de su línea de negocio dedicada a la intermediación entre supermercados y consumidores, Gorrión ha suscrito diversos acuerdos con cadenas de supermercados para brindarles un espacio en su plataforma que les permita conectarse con un mayor número de usuarios, a cambio de una comisión sobre las ventas efectuadas en la plataforma. Entre los acuerdos suscritos por Gorrión, destaca el acuerdo establecido con la cadena de supermercados Goreiro, un holding multinacional que opera en Genovia.

Este acuerdo generó descontento entre los competidores de Goreiro, quienes argumentaban que existía un posible trato diferenciado que favorecía el negocio de este supermercado frente a otras cadenas que también operaban en la plataforma. En particular, este trato diferenciado se materializaría a través de un mejor posicionamiento en búsquedas, la aparición de pop ups con publicidad de Goreiro y un presunto mal uso de la información de ventas de los competidores de Goreiro en la plataforma, entre ellos, Tiendas Genovia (en adelante, "TG").

En este contexto, TG ha solicitado a la unidad de Consultoría Económica de Bullard Falla Ezcurra+ el desarrollo de un informe económico que cuantifique los daños producidos por la presunta conducta vertical entre Gorrión y Goreiro.

La unidad de Consultoría Económica de Bullard Falla Ezcurra+ cuenta con más de 15 años de experiencia en el desarrollo de informes económicos en materia de libre competencia, regulación y controversias financieras. El presente informe se limita al análisis específico del perjuicio ocasionado a TG al interior de la plataforma Gorrión.

Nuestro análisis y conclusiones se sustentan en los antecedentes del caso, la información pública disponible, la normativa vigente a la fecha, así como en nuestro mejor entendimiento de la situación actual. Cualquier cambio que afecte nuestra comprensión de la situación, ameritaría un nuevo análisis, así como una revisión de nuestras conclusiones.

CONTENIDO

| | |
|---|----|
| ANTECEDENTES Y OBJETIVO..... | 2 |
| I. EVALUACIÓN DEL MERCADO DE APLICATIVOS DE DELIVERY..... | 5 |
| I.1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MERCADO DE PLATAFORMAS DELIVERY | 5 |
| I.2. DESARROLLO DEL MERCADO DE APLICATIVOS DE DELIVERY EN GENOVIA | 6 |
| I.3. SITUACIÓN DE SUPERMERCADOS AL INTERIOR DE APLICATIVOS DE DELIVERY | 8 |
| II. CONCEPTUALIZACIÓN DEL CONTRATO DE INTERMEDIACIÓN ENTRE TG Y GORRIÓN | 9 |
| II.1. LÓGICA ECONÓMICA DEL CONTRATO..... | 10 |
| II.2. DESEMPEÑO DE LA RELACIÓN COMERCIAL ENTRE GORRIÓN Y TG..... | 10 |
| III. ESTIMACIÓN DEL DAÑO EN CONTRA DE TIENDAS GENOVIA | 12 |
| III.1. APLICACIÓN METODOLÓGICA:..... | 13 |
| III.1.1. PROYECCIÓN DEL VALOR DEL TICKET PROMEDIO | 14 |
| III.1.2. DETERMINACIÓN DE INGRESOS Y GANANCIAS..... | 15 |
| III.1.3. TASA DE DESCUENTO..... | 16 |
| IV. CONCLUSIONES | 17 |
| V. BIBLIOGRAFÍA..... | 18 |

GRÁFICOS

| | |
|--|-----------|
| Gráfico 1: Estructura gráfica de una plataforma digital..... | 5 |
| Gráfico 2: Ventas generadas mediante los aplicativos (miles de \$)..... | 7 |
| Gráfico 3: Relevancia de las plataformas digitales con respecto al PBI..... | 7 |
| Gráfico 4: Ventas de supermercados mediante aplicativos de delivery (miles de \$) | 8 |
| Gráfico 5: Participaciones de mercado de los aplicativos en las ventas de supermercados – 2021 (% de las ventas en \$)..... | 9 |
| Gráfico 6: Liquidación de ingresos de TG por venta a través de Gorrión | 10 |
| Gráfico 7: Ticket promedio mensual de TG..... | 11 |
| Gráfico 8: Ticket promedio mensual de Goreiro..... | 12 |
| Gráfico 9: Marco económico para la estimación de daños..... | 12 |
| Gráfico 10: Línea de tiempo de horizonte temporal de daños sufridos por TG | 13 |
| Gráfico 11: Cálculo de la pérdida de ingresos por la conducta | 13 |
| Gráfico 12: Evolución del ticket promedio al interior de Gorrión | 14 |
| Gráfico 13: Escenario real y contrafactual del ticket promedio | 14 |
| Gráfico 14: Ingresos dejados de percibir por TG | 15 |
| Gráfico 15: Ratio de costos sobre ingresos | 15 |
| Gráfico 16: Ganancias dejadas de percibir por TG | 16 |

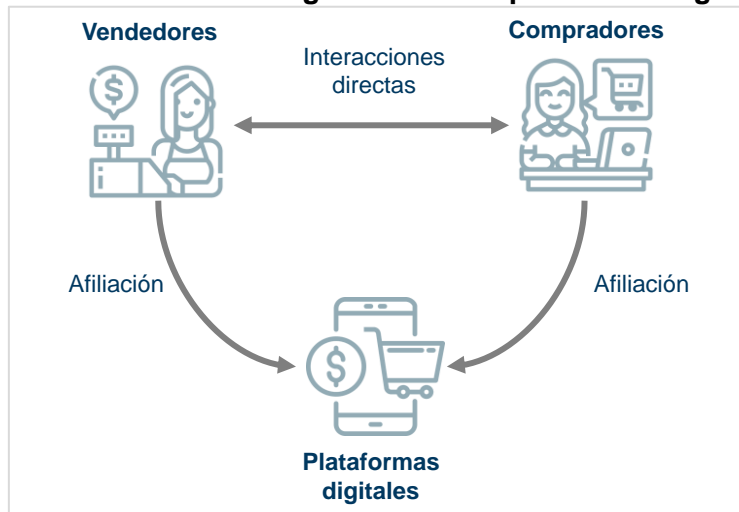
I. EVALUACIÓN DEL MERCADO DE APLICATIVOS DE DELIVERY

1. El objeto de esta sección es detallar la situación actual del mercado de aplicativos móviles de delivery. En particular, se analizarán los siguientes aspectos:
 - La conceptualización y beneficios del desarrollo del mercado de aplicativos de delivery en Genovia;
 - Desarrollo del mercado de aplicativos de delivery en Genovia
 - Desempeño de supermercados dentro de aplicativos de delivery

I.1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MERCADO DE PLATAFORMAS DELIVERY

2. Las plataformas digitales (sean aplicativos móviles u otros canales online) actúan, por lo general, como intermediarios en la comercialización de productos. Así, la función de estas plataformas es conectar a los proveedores de diversos productos con sus demandantes en mercados virtuales, mediante la provisión de una interfaz tecnológica¹ (ver Gráfico 1).

Gráfico 1: Estructura gráfica de una plataforma digital



Fuente: Huotari, P. (2017)².
Elaboración propia.

3. Desde el enfoque de la teoría económica, se han desarrollado las características de este tipo de negocios mediante la teoría del *two sided markets* o *multi-sided platforms*. Así, los mercados de dos lados o *two sided markets* son plataformas que sirven a dos grupos de agentes económicos que se necesitan el uno al otro y cuya actividad principal es proveer un punto de encuentro para ambos grupos de clientes³. Las plataformas de múltiples lados o *multi-sided platforms* son definidas de manera similar, pero en ellas interactúan más de dos tipos de agentes económicos cuyas demandas son interdependientes⁴.

¹ Comisión de Productividad de Chile (2019). Tecnologías Disruptivas: Regulación de Plataformas Digitales. Economía y Plataformas Digitales. Enlace web: <https://bit.ly/3vmAtW5>.

² Huotari, P. (2017). Too big to fail? Overcrowding a Multi-Sided Platform and Sustained Competitive Advantage. HICSS. Enlace web: <https://bit.ly/3lPgR2Q>.

³ Schmalensee, R. & Evans, D. (2007). Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms. SSRN. Enlace web: <https://bit.ly/3gjFrvs>

⁴ Schmalensee, R. & Evans, D. (2013). The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses Massachusetts: NBER. Enlace web: <https://bit.ly/3z4hRvD>

4. Una de las características fundamentales de las plataformas digitales que se destaca en la literatura económica es la existencia de “efectos de red”, los cuales hacen referencia a la externalidad positiva que se deriva del tamaño de la red, en este caso, de la plataforma. De esta manera, mientras mayor sea el número de ofertantes y demandantes, más atractiva será la plataforma, generándose mayores transacciones⁵.
5. Asimismo, existen otras externalidades positivas derivadas del uso de plataformas. En el caso concreto de plataformas de delivery, un supermercado puede aprovechar un mejor despliegue logístico, que resulta en menores tiempos de entrega; mientras que los consumidores gozan de un ahorro en costos de búsqueda, mayor disponibilidad de productos, trato personalizado, entre otros.
6. Para mejorar la experiencia de los usuarios en el aplicativo, es común que las empresas que desarrollan este modelo de negocio implementen algoritmos que permiten entregar recomendaciones a los usuarios, ya sea de productos o de empresas afiliadas. Estos algoritmos se alimentan de la información de las compras que hace el usuario dentro del aplicativo.
7. En el caso de Genovia, los aplicativos móviles como “Gorrión”, “Rapidín”, “TuDelivery” y “Envío Express”, conectan la demanda de los usuarios de determinado producto (comida, víveres, medicamentos, entre otros) con los ofertantes afiliados a la plataforma (restaurantes, supermercados, farmacias, entre otros) y con los socios repartidores que llevarán el pedido al domicilio del usuario. Debido a estas características y su rol de intermediación, estos aplicativos reciben la denominación de *multi-sided platforms* desarrollada por la teoría económica.
8. La rentabilidad de las plataformas de delivery en este país depende de las tarifas estipuladas en los contratos de comercialización celebrados con los establecimientos afiliados a la plataforma. Así, por ejemplo, en el caso de la cláusula sexta del contrato entre TG y Gorrión, se establece una tarifa del 5% por cada venta efectuada dentro de la plataforma.
9. El uso de estas plataformas en Genovia ha generado diversos beneficios para los usuarios como, por ejemplo, menores tiempos de espera, mayor disponibilidad de ofertas, innovaciones en los negocios, entre otros. Así, por ejemplo, el despliegue y desarrollo de las *dark stores* en los aplicativos habría permitido entregas más rápidas, que llegan al usuario en menos de 10 minutos.
10. Por otro lado, los comercios afiliados se han beneficiado por un mejor despliegue logístico que les ha permitido ampliar el alcance de sus ventas. Este hecho se ve reflejado en el porcentaje que representan las ventas mediante aplicativos sobre las ventas totales de los supermercados.
11. En ese sentido, desde la perspectiva teórica, los aplicativos de delivery funcionan como intermediarios en un mercado de múltiples lados, puesto que conectan distintas demandas de sus usuarios (consumidores y afiliados), generándoles diversas externalidades positivas (menores tiempos de espera, un eficiente despliegue logístico, entre otros).

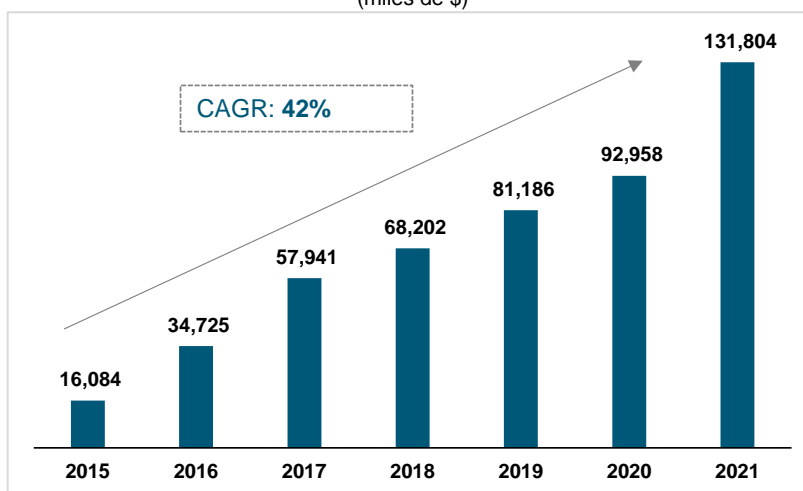
I.2. DESARROLLO DEL MERCADO DE APLICATIVOS DE DELIVERY EN GENOVIA

12. En Genovia, el desarrollo del mercado de aplicativos de delivery inició en el 2015, con el despliegue del aplicativo Gorrión. Tras la consolidación de este nuevo agente en el mercado, otras empresas identificaron en este modelo de negocio una oportunidad de

⁵ Comisión de Productividad de Chile (2019). Tecnologías Disruptivas: Regulación de Plataformas Digitales. Economía y Plataformas Digitales. Enlace web: <https://bit.ly/3vmAtW5>

ingreso al mercado. Es así como las empresas Rapidín, TuDelivery y Envío Express ingresaron el mercado de Genovia meses después de la aparición de Gorrión. Desde entonces, las ventas de este mercado han crecido sostenidamente a una tasa anual promedio constante de aproximadamente 42%⁶ (ver Gráfico 2).

Gráfico 2: Ventas generadas mediante los aplicativos
(miles de \$)



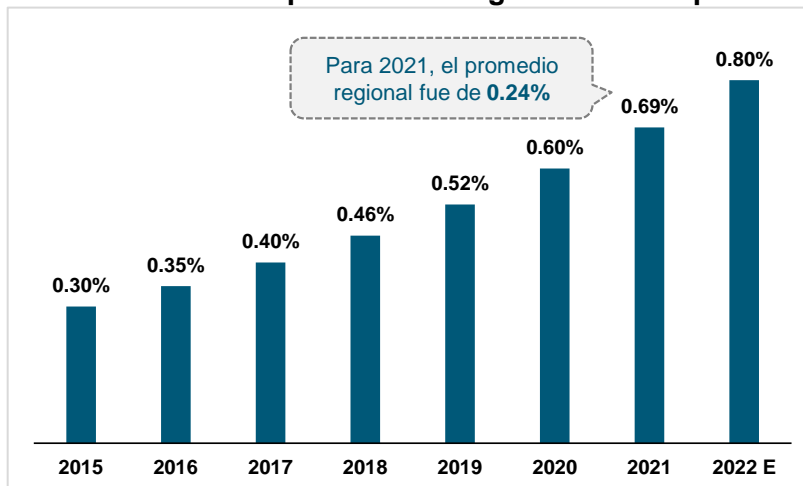
Nota: Consolida las ventas en todos los sectores: supermercados, tiendas de conveniencia, restaurantes, farmacias y *dark stores*.

Fuente: Departamento Federal Estadístico de Genovia

Elaboración propia.

13. El impacto del desarrollo de estas plataformas en la economía de Genovia ha cobrado mayor relevancia en el tiempo. Este hecho se ve reflejado en la importancia relativa del monto transado en las plataformas digitales con respecto del PBI. Es importante señalar que, en el 2021, la relevancia de este sector en la economía es mayor que el promedio observado a nivel regional (ver Gráfico 3).

Gráfico 3: Relevancia de las plataformas digitales con respecto al PBI



Nota: Para el año 2022, incorpora las estimaciones del Banco Central de Genovia

Fuente: Banco Central de Genovia

Elaboración propia.

14. Cabe señalar que las empresas del sector han incorporado innovaciones en el servicio de delivery, demostrando que se trata de un mercado dinámico e innovador. Ejemplo de

⁶ La tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR, por sus siglas en inglés) permite estimar el crecimiento anualizado de la variable analizada, en este caso, las ventas. El CAGR se calcula de la siguiente manera:

$$CAGR = \left(\frac{\text{Valor final}}{\text{Valor inicial}} \right)^{\frac{1}{\# \text{ de periodos}}} - 1$$

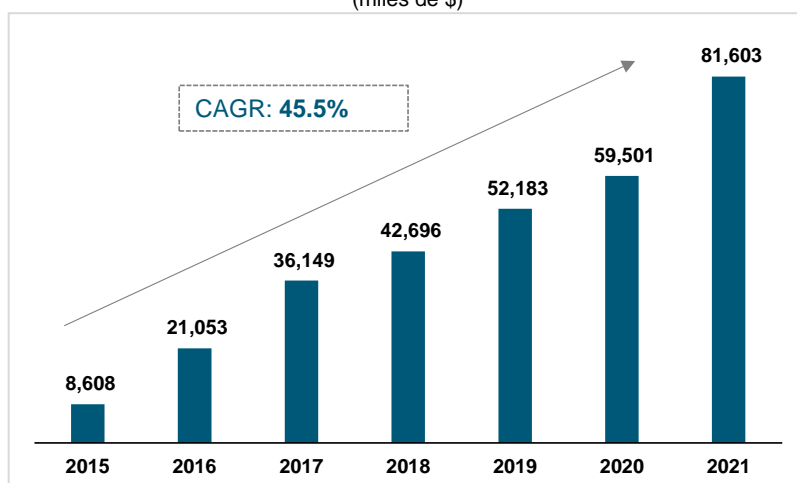
ello es el despliegue del formato de *dark stores*, iniciado por Gorrión en 2020, el cual permite reducir los tiempos de entrega bajo un mayor despliegue logístico de locales. Este modelo de negocio habría permitido a Gorrión ofrecer una promesa de entrega de 10 minutos, para las compras en su *dark store* "Al minuto".

15. Como se ha demostrado, el mercado de ventas por aplicativos de delivery es un mercado en crecimiento, que se caracteriza por brindar servicios innovadores. La amplia acogida de estos servicios por parte de los ciudadanos de Genovia se ha visto reflejada en un crecimiento sostenido en las ventas y en la relevancia de estos servicios con respecto del PBI. A continuación, detallaremos el desarrollo del mercado de aplicativos de delivery de Genovia, enfocándonos únicamente en el servicio de venta por supermercados, que es el segmento relevante en la presente controversia.

I.3. SITUACIÓN DE SUPERMERCADOS AL INTERIOR DE APLICATIVOS DE DELIVERY

16. El segmento de ventas de supermercados dentro de los aplicativos de delivery no es ajeno a la tendencia creciente en las ventas agregadas de las plataformas. En particular, se observa que las ventas de los supermercados mediante aplicativos presentan un crecimiento de 45.5%, porcentaje mayor al crecimiento agregado de las ventas (ver Gráfico 4).

Gráfico 4: Ventas de supermercados mediante aplicativos de delivery
(miles de \$)

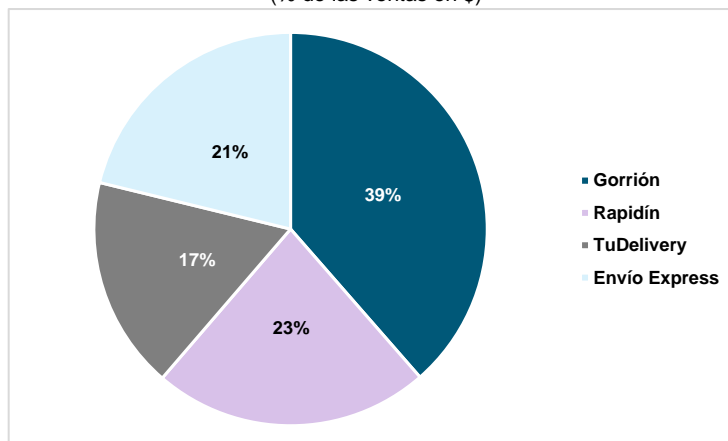


Fuente: Departamento Federal Estadístico de Genovia
Elaboración propia.

17. Cabe señalar que existen otras alternativas de compra en supermercados como, por ejemplo, el canal presencial y las tiendas virtuales de supermercados. Sin embargo, las características que presentan reflejarían que son formatos distintos, que atienden necesidades diferentes. Este hecho constituye importante evidencia de que la venta de supermercados a través de plataformas móviles de delivery representa un segmento de mercado único, que atiende necesidades particulares.
18. En ese sentido, la configuración actual del mercado consta de 4 empresas constituidas en Genovia: Gorrión, Rapidín, TuDelivery y Envío Express. Las cuotas de mercado a fines de 2021 evidencian que la empresa Gorrión sería la empresa mejor posicionada en el mercado, con una participación mayoritaria de mercado de 39% (ver Gráfico 6).

Gráfico 5: Participaciones de mercado de los aplicativos en las ventas de supermercados – 2021

(% de las ventas en \$)



Fuente: Departamento Federal Estadístico de Genovia
Elaboración propia.

19. De las participaciones de mercado mostradas en el Gráfico 6 y de la información histórica de ventas de supermercados a través de plataformas de aplicativos de delivery, se observa que, en los últimos 5 años, este mercado se ha mantenido altamente concentrado ($IHH^7 > 2500$). Así, al 2021, el IHH de este segmento de mercado ascendió a 2,760 puntos.
20. En conclusión, las plataformas de servicios de delivery son un segmento de mercado diferente a otros canales de venta virtuales y presenciales en los que los supermercados ofrecen sus productos. Partiendo de dicha caracterización del mercado, es posible identificar que el reducido número de agentes en el mercado ha ocasionado que este se encuentre altamente concentrado, siendo Gorrión el agente que cuenta con una participación predominante en el mercado.

II. CONCEPTUALIZACIÓN DEL CONTRATO DE INTERMEDIACIÓN ENTRE TG Y GORRIÓN

21. Como fue señalado previamente, los supermercados suscriben acuerdos de comercialización con las plataformas de servicios de delivery para ofrecer sus productos al interior de la plataforma. En ese contexto, en el 2015, TG y Gorrión celebraron el Contrato de Intermediación de Ventas Minoristas por Aplicativo Móvil (en adelante, "Contrato de Intermediación") con una vigencia de 10 años. Este contrato tenía como objeto brindar los criterios que regirían la relación comercial para que TG pueda ofrecer sus productos a través de Gorrión.
22. En línea con lo anterior, el contrato establecía las responsabilidades y obligaciones entre el vendedor (TG) y el intermediario (Gorrión), así como un mecanismo de pagos que permita alinear incentivos de ambas partes para que la comercialización mediante la plataforma sea exitosa. A continuación, detallaremos los siguientes aspectos:
- La lógica económica del contrato suscrito entre TG y Gorrión, a fin de explicar las obligaciones y responsabilidades de cada agente en el marco del Contrato de Intermediación y el mecanismo de pagos establecido.

⁷ Índice de Herfindahl-Hirschman

- Resumir el desempeño de la relación comercial entre TG y Gorrión, a fin de determinar eventos relevantes para el análisis de daños.

II.1. LÓGICA ECONÓMICA DEL CONTRATO

23. El Contrato de Intermediación establecía las obligaciones y responsabilidades de TG y Gorrión en el proceso de comercialización de los productos a través de la plataforma. Así, TG, como cliente de Gorrión en el aplicativo móvil, tenía la obligación de facilitar el proceso de compra de los *shoppers* personalizados enviados por Gorrión a sus locales⁸, brindar actualizaciones constantes de la lista de productos disponibles que serían ofrecidos en la plataforma, así como entregar los productos en buen estado.
24. Por otro lado, Gorrión, como intermediario, se comprometía a pagar mensualmente a TG el saldo restante de descontar sobre el valor de venta final de los productos, una comisión de 5% por su rol de intermediación a través de la plataforma. Dado que Gorrión solo cumplía el rol de intermediario en estas ventas, no se incorporan otros costos adicionales que puedan incurrirse dentro de la transacción, tales como costos administrativos, costos logísticos, entre otros (ver Gráfico 6).

Gráfico 6: Liquidación de ingresos de TG por venta a través de Gorrión

$$Pagos\ a\ TG = Ingresos\ x\ Venta\ (IV) - 5\% * IV$$

Comisión de intermediación de Gorrión

Valor de venta final de los productos ofrecidos a través de Gorrión

Nota: Abreviación "IV" hace referencia a los ingresos por venta.

Fuente: Contrato de Intermediación de Ventas Minoristas por Aplicativo Móvil
Elaboración propia.

25. Asimismo, Gorrión pondría a disposición de TG, *shoppers* para brindar el servicio de *delivery*⁹. Es importante señalar que los usuarios de Gorrión asumían los costos por el servicio de los *shoppers*. Una vez que el pedido era recogido por el *shopper*, Gorrión era responsable de la entrega del pedido en las mismas condiciones en las que era entregado por TG.
26. En ese sentido, la lógica del contrato permitía establecer una alianza estratégica en el despliegue logístico de las ventas de TG, mediante el aplicativo Gorrión. De esta manera, TG facilitaba el proceso de compra por parte de los *shoppers* de Gorrión (a través de mejor infraestructura, por ejemplo); mientras que, Gorrión facilitaba las ventas de TG, con el uso del aplicativo y la disposición logística de los *shoppers*. La intermediación de Gorrión es remunerada mediante la comisión pactada entre las partes.

II.2. DESEMPEÑO DE LA RELACIÓN COMERCIAL ENTRE GORRIÓN Y TG

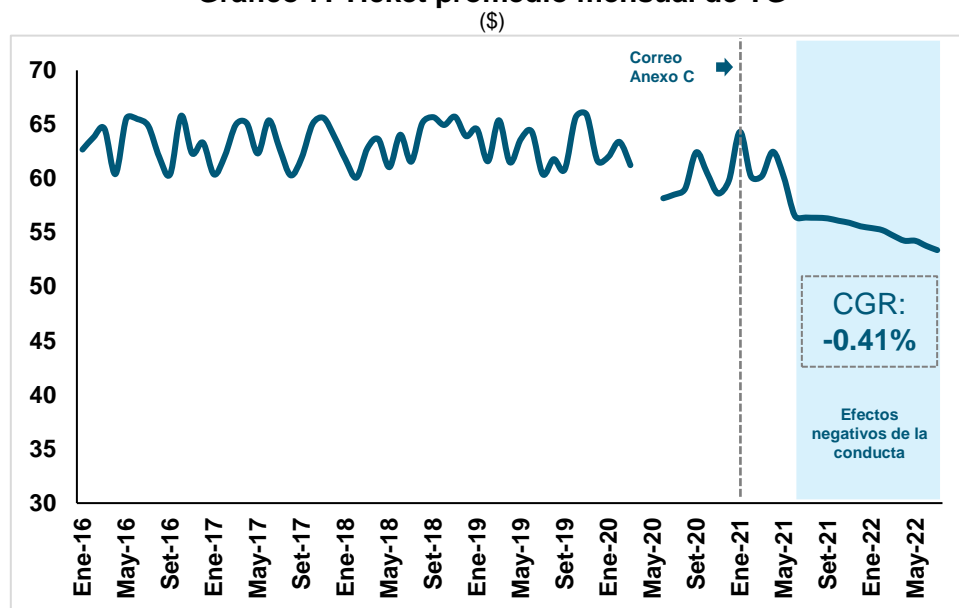
27. Desde el inicio de su relación contractual, TG ha sostenido una buena relación comercial con Gorrión. Ello, pues, el hecho de que Gorrión contara con el liderazgo de mercado y un eficiente despliegue logístico permitió un mayor impulso en las ventas de TG.

⁸ Así, por ejemplo, cuando los *shoppers* de Gorrión llegaban a TG, este les brindaba facilidades para agilizar el proceso de compra. Por ejemplo, TG implementó cajas de pago destinadas únicamente a atender los pedidos de *shoppers* de aplicativos. Asimismo, destinó un espacio exclusivo en las afueras de sus locales para que los *shoppers* puedan estacionar sus vehículos motorizados.

⁹ Para garantizar la transparencia en la medición de las distancias, Gorrión emplea el reconocido sistema de geolocalización Rubytrack.

28. A raíz de la adenda al contrato entre Gorrión y Goreiro en 2021, la relación entre Gorrión y TG se debilitó debido a un presunto trato preferencial que Gorrión habría otorgado a Goreiro al ubicarlo en el primer lugar de búsqueda y al permitir el uso de pop-ups con recomendaciones de compra a favor de este supermercado. Estas recomendaciones estarían siendo formuladas en base a la información comercial obtenida de las transacciones generadas por las ventas de otros supermercados que operan en Gorrión, entre ellos TG.
29. Los efectos de dicha conducta en el desempeño de TG se habrían materializado a partir de junio de 2021. Al observar la evolución del ticket promedio mensual de las ventas de TG en Gorrión, se aprecia que, a partir de dicho mes, hay una caída sostenida del valor ticket promedio mensual de -0.41% constante (ver Gráfico 7).

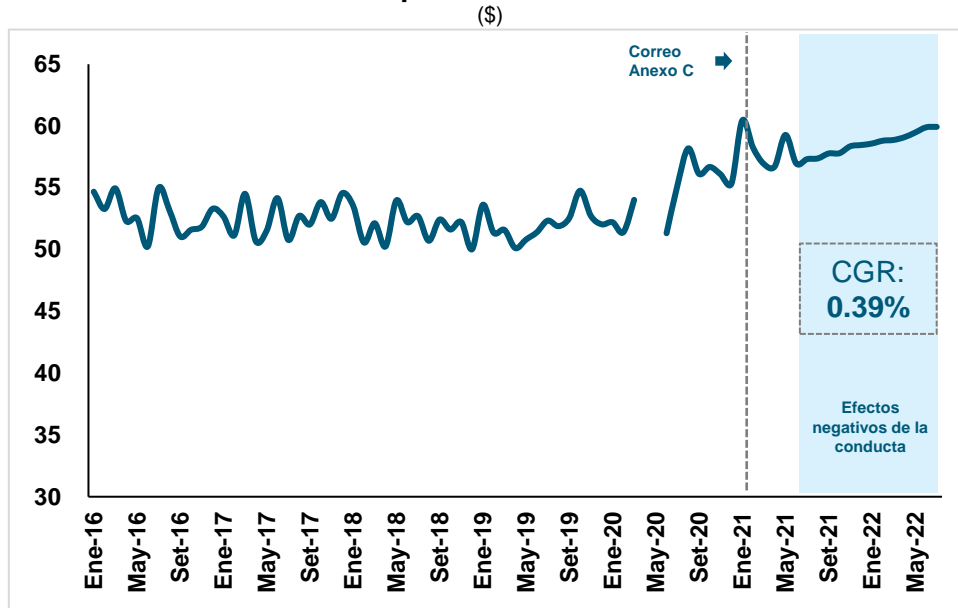
Gráfico 7: Ticket promedio mensual de TG



Fuente: Información Confidencial Gorrión
Elaboración propia.

30. La tendencia del ticket promedio de TG es contraria a la observada para Goreiro. Así, a partir de enero del 2021, mientras el ticket promedio de TG se hace cada vez más bajo, el de Goreiro se incrementa. En ese sentido, es posible presumir que el perjuicio generado a TG (reducción en ticket promedio) podría estar ligado a los beneficios generados a Goreiro. Bajo dicha premisa, el trato diferenciado y el uso indebido de la información de TG habría generado una migración de los usuarios de esta tienda hacia Goreiro. Como consecuencia de ello, el ticket promedio mensual de Goreiro incrementó a una tasa constante mensual de 0.39%, durante el periodo de efectos negativos (ver Gráfico 8).

Gráfico 8: Ticket promedio mensual de Goreiro



Fuente: Información Confidencial Gorrión
Elaboración propia.

- 31. Por las razones previamente descritas, existirían elementos económicos que permiten graficar la presunta mala actuación entre Goreiro y Gorrión, lo cual habría generado una afectación en el desempeño comercial de TG al interior de Gorrión. Este hecho se evidenciaría en una reducción del ticket promedio de TG.

III. ESTIMACIÓN DEL DAÑO EN CONTRA DE TIENDAS GENOVIA

- 32. En la presente sección, se detallará la metodología que se utilizará para cuantificar el daño sufrido por TG, el cual está compuesto por la pérdida de ganancias experimentada por dicha empresa, a raíz del trato preferencial de Gorrión a favor de Goreiro y el uso indebido de la información comercial de TG.
- 33. De acuerdo con Oxera (2016), desde una perspectiva económica, el daño generado por alguna conducta anticompetitiva puede reflejarse en una reducción de las ganancias. Ello, pues la conducta puede afectar tanto el nivel de ventas o los precios¹⁰. En ese sentido, el marco económico señala que los daños producto de una conducta anticompetitiva corresponden a la diferencia entre los ingresos factuales (reales) y contrafactuales (hipotéticos)¹¹ de la conducta, tal como se muestra en el Gráfico 9.

Gráfico 9: Marco económico para la estimación de daños.



Fuente: Oxera (2016)
Elaboración propia.

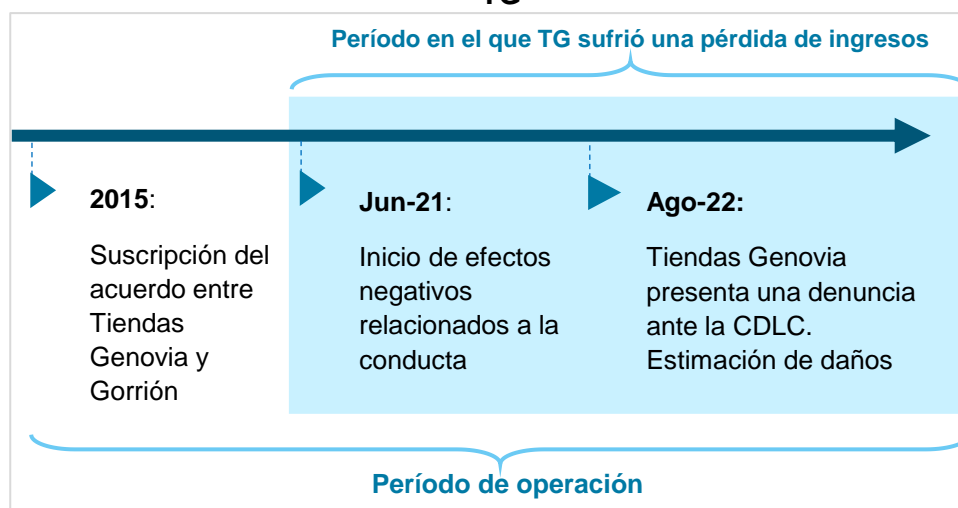
¹⁰ Oxera (2016). Quantifying antitrust damages Towards non-binding guidance for courts, p. 22
¹¹ Es decir, los ingresos que habrían sido generados en un escenario competitivo hipotético.

34. En ese sentido, para estimar el daño sufrido por TG corresponde estimar el ingreso contrafactual y los costos asociados a dichos ingresos. Cabe señalar que, como los costos asociados a la conducta no se habrían visto afectados, pues son exógenos al contrato, se asumirán costos similares en ambos escenarios. A continuación, se detallará la aplicación del marco económico para el caso de la presente controversia.

III.1. APLICACIÓN METODOLÓGICA:

35. Como se detalló en la sección II.1, los ingresos percibidos por TG en el marco del Contrato de Intermediación resultan de descontar del valor de venta final, una comisión de 5% (que constituye el pago que realiza TG por participar en la plataforma Gorrión). En ese sentido, la pérdida de ingresos percibida por TG constituye el 95% del valor de las ventas que dejaron de ser percibidas por TG en la plataforma desde junio de 2021 (fecha en la que inicia la presunta conducta) hasta la fecha de cálculo de esta pericia (1 de agosto de 2021).

Gráfico 10: Línea de tiempo de horizonte temporal de daños sufridos por TG



Elaboración propia.

36. Para la estimación del daño sufrido por TG durante dicho horizonte temporal, en primer lugar, será necesario estimar un escenario contrafactual del valor del ticket promedio a través de la plataforma móvil Gorrión. Esto, pues, la afectación de TG se da mediante una reducción en el valor de dicha variable. Asimismo, se considerará el número de tickets efectivo según la información de la plataforma durante el periodo de análisis.
37. En esa línea, los ingresos dejados de percibir por TG corresponde al diferencial del escenario contrafactual estimado y el escenario factual. En ese sentido, los ingresos dejados de percibir se estiman de la siguiente manera (Ver Gráfico 11).

Gráfico 11: Cálculo de la pérdida de ingresos por la conducta

$$\text{Ingresos dejados de percibir} = \text{Ingreso contrafactual} - \text{Ingreso factual}$$

$$\text{Ingresos dejados de percibir} = 95\%(VTP^e * N^{\circ} \text{ tickets}) - 95\%(VTP * N^{\circ} \text{ tickets})$$

$$\text{Ingresos dejados de percibir} = 95\%(VTP^e - VTP) * N^{\circ} \text{ tickets}$$

Nota: VTP^e hace referencia al Valor del Ticket Promedio Estimado y VTP al Valor del Ticket Promedio Real.
Elaboración propia.

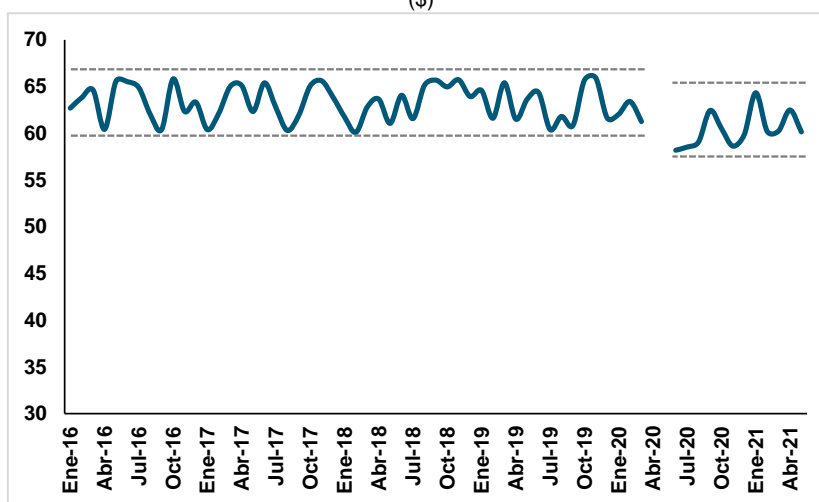
38. Habiendo estimado los ingresos dejados de percibir por TG, se deben determinar cuáles habrían sido las ganancias percibidas a partir de dichos ingresos. Ello, pues el daño estaría reflejado únicamente por las ganancias dejadas de percibir, mas no por los

ingresos. Para ello, se estimará el margen de ganancia correspondiente a las operaciones de TG. Finalmente, dichas ganancias serán traídas a valor presente, mediante una tasa de descuento. Esto, con el fin de incorporar el valor del dinero en el tiempo, percibido como el costo de oportunidad de TG. A continuación, detallaremos el proceso de estimación del daño sufrido por TG en ese orden de ideas.

III.1.1. PROYECCIÓN DEL VALOR DEL TICKET PROMEDIO

39. Para evaluar la estimación del valor del ticket promedio, se empleó la información reportada por Gorrión a la PNC. Como se observa, a lo largo del periodo analizado, los valores promedios de los tickets se mantienen fluctuantes en un rango de valores. Este comportamiento se observa incluso en el periodo de recuperación post pandemia (ver Gráfico 12).

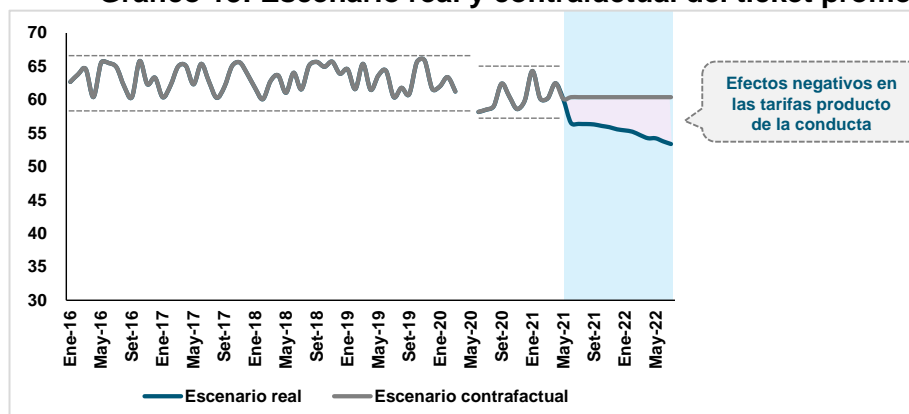
Gráfico 12: Evolución del ticket promedio al interior de Gorrión
(\$)



Fuente: Información Confidencial Gorrión
Elaboración propia.

40. Teniendo en cuenta que la economía de Genovia aún se mantiene en un periodo de recuperación por la pandemia, un contrafactual razonable implicaría asumir que el comportamiento de los tickets promedio en el escenario post pandemia sería el valor promedio de los tickets cobrados entre junio de 2020 y mayo de 2021. En ese sentido, el valor del ticket promedio contrafactual corresponde al valor promedio de \$60.38.

Gráfico 13: Escenario real y contrafactual del ticket promedio



Fuente: Información Confidencial Gorrión
Elaboración propia.

41. De lo anterior, se puede observar que existe un cambio en el patrón del comportamiento del ticket promedio de TG producto de la afectación de la conducta llevada por Gorrión y TG. En ese sentido, se ha estimado que los ingresos dejados de percibir por TG, corresponderían al diferencial del Ticket Promedio Contrafactual, establecido en \$60.38, y el Ticket Promedio multiplicado por el número de tickets observado.

III.1.2. DETERMINACIÓN DE INGRESOS Y GANANCIAS

42. A partir del valor del ticket promedio contrafactual, es posible determinar el valor de los ingresos que TG habría dejado de percibir por la presunta conducta colusoria vertical. En ese sentido, los ingresos que habrían sido percibidos por TG resultan de estimar el 95% de los ingresos por las ventas de TG en el aplicativo durante los meses de la infracción (ver Gráfico 14).

Gráfico 14: Ingresos dejados de percibir por TG

| Fecha | Ticket promedio contrafactual (TPC) | Ticket promedio factual (TPF) | TPC-TPF | N° de tickets | Ingresos dejados de percibir (TPC-TPF)*N° tickets |
|--------|-------------------------------------|-------------------------------|---------|---------------|---|
| Jun-21 | 60.38 | 56.57 | 3.81 | 12,420.00 | 44,944.36 |
| Jul-21 | 60.38 | 56.40 | 3.98 | 12,040.00 | 45,513.71 |
| Ago-21 | 60.38 | 56.38 | 4.00 | 11,790.00 | 44,792.67 |
| Set-21 | 60.38 | 56.32 | 4.06 | 11,670.00 | 45,001.95 |
| Oct-21 | 60.38 | 56.10 | 4.28 | 12,450.00 | 50,611.84 |
| Nov-21 | 60.38 | 55.91 | 4.47 | 11,330.00 | 48,103.88 |
| Dic-21 | 60.38 | 55.59 | 4.79 | 13,290.00 | 60,465.62 |
| Ene-22 | 60.38 | 55.43 | 4.95 | 12,240.00 | 57,548.91 |
| Feb-22 | 60.38 | 55.23 | 5.15 | 12,970.00 | 63,445.46 |
| Mar-22 | 60.38 | 54.72 | 5.66 | 11,570.00 | 62,202.73 |
| Abr-22 | 60.38 | 54.26 | 6.12 | 12,030.00 | 69,932.90 |
| May-22 | 60.38 | 54.25 | 6.13 | 13,200.00 | 76,859.75 |
| Jun-22 | 60.38 | 53.78 | 6.60 | 9,209.00 | 57,733.14 |
| Jul-22 | 60.38 | 53.39 | 6.99 | 13,950.00 | 92,623.93 |

Fuente: Información Confidencial Gorrión
Elaboración propia.

43. Luego, para estimar las ganancias dejadas de percibir por TG, corresponde descontar los costos asociados a las operaciones de ventas de productos. Una forma de incorporar los costos asociados es mediante la aplicación de un margen de ganancias razonable sobre los ingresos dejados de percibir.
44. Al respecto, dado que TG no incurría en gastos administrativos o logísticos asociados a las operaciones de venta de productos, sino únicamente en los costos asociados a los productos vendidos, el margen razonable a aplicar es el margen bruto de ingresos. Así, según la información obtenida de los estados financieros de Tiendas Genovia, los costos de venta en los últimos 5 años representan, en promedio, el 64% de los ingresos (ver Gráfico 15).

Gráfico 15: Ratio de costos sobre ingresos

| | 2021 | 2020 | 2019 | 2018 | 2017 | |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| Ingresos [A] | 500,062,014 | 499,070,346 | 548,295,294 | 521,589,911 | 503,106,318 | |
| Costo de ventas [B] | 319,893,869 | 314,574,518 | 363,716,884 | 337,053,976 | 308,621,494 | |
| [B]/[A] | 64% | 63% | 66% | 65% | 61% | Promedio: 64% |

Elaboración propia

45. En ese sentido, corresponde descontar de los ingresos estimados, el 64% de los mismos para estimar las ganancias adicionales dejadas de percibir por TG a causa del trato

preferencial de Gorrión a favor de Goreiro. Por consiguiente, las ganancias corresponden al 36% de los ingresos dejados de percibir (ver Gráfico 18).

Gráfico 16: Ganancias dejadas de percibir por TG

| Fecha | Ingresos dejados de percibir | % de ganancias | Ganancias de TG |
|--------|------------------------------|----------------|-----------------|
| Jun-21 | 44,944.36 | 36% | 16,242.66 |
| Jul-21 | 45,513.71 | 36% | 16,448.42 |
| Ago-21 | 44,792.67 | 36% | 16,187.84 |
| Set-21 | 45,001.95 | 36% | 16,263.47 |
| Oct-21 | 50,611.84 | 36% | 18,290.86 |
| Nov-21 | 48,103.88 | 36% | 17,384.49 |
| Dic-21 | 60,465.62 | 36% | 21,851.96 |
| Ene-22 | 57,548.91 | 36% | 20,797.88 |
| Feb-22 | 63,445.46 | 36% | 22,928.86 |
| Mar-22 | 62,202.73 | 36% | 22,479.75 |
| Abr-22 | 69,932.90 | 36% | 25,273.39 |
| May-22 | 76,859.75 | 36% | 27,776.72 |
| Jun-22 | 57,733.14 | 36% | 20,864.46 |
| Jul-22 | 92,623.93 | 36% | 33,473.81 |

Nota: Porcentaje de ganancias resulta de la diferencia entre el 100% de los ingresos menos el 64% asociado a costos.

Elaboración propia

46. Habiendo obtenido las ganancias dejadas de percibir por TG, se debe incorporar el valor del dinero en el tiempo, para lo cual corresponde determinar la tasa de descuento aplicable que permita traer a valor presente los flujos de ganancias estimados.

III.1.3. TASA DE DESCUENTO

47. Entre las tasas de descuento apropiadas para incorporar el valor del dinero en el tiempo se encuentra el costo del capital del afectado (Oxera, 2016)¹². En ese sentido, se utilizará el weighted average cost of capital (WACC)¹³, el cual implica ponderar los retornos obtenidos por el capital propio y la deuda utilizada en el negocio. El WACC estima el retorno esperado para todos los *stakeholders* que invierten en la empresa, en otras palabras, refleja el costo de oportunidad del negocio.
48. El WACC estimado se obtendrá de la información publicada por el Profesor Aswath Damodaran, puesto que representa una fuente de información objetiva para identificar distintas variables en la valorización económica y financiera.
49. Un factor importante a tener en cuenta en la determinación del WACC es el sector al que pertenece la empresa. Por este motivo, al tratarse de supermercados se ha optado por utilizar el WACC de Damodaran para el sector retail (general) al 2022, el cual asciende a 5.7%¹⁴. Dado que la tasa mostrada es una tasa anualizada, corresponde llevarla a su equivalente mensual, con lo cual el WACC mensualizado asciende a 0.46%.
50. Haciendo uso de dicha tasa de descuento, se estima que la conducta discriminatoria de Gorrión y el uso indebido de la información de las ventas de TG para el uso de Gorrión, habría generado un perjuicio económico a TG por un total de \$288,291.17, valor que se encuentra actualizado hasta agosto del 2022. Este monto corresponde a los daños

¹² Oxera (2016). Quantifying antitrust damages Towards non-binding guidance for courts, p. 50

¹³ Oxera (2016). Quantifying antitrust damages Towards non-binding guidance for courts, p. 88

¹⁴ Información obtenida de la base de datos del Profesor Aswath Damodaran. Link: <https://bit.ly/3i1UM5k>

ocasionados entre la fecha de inicio de los efectos negativos de la conducta y el periodo de inicio de la presente controversia.

IV. CONCLUSIONES

51. Se ha estimado que la conducta de Gorrión habría generado un perjuicio económico a TG, el cual, de no ser corregido, podría aumentar en el tiempo. Estos daños corresponden a las ganancias dejadas de percibir debido al efecto negativo en el ticket promedio de TG.
52. En ese sentido, para la estimación del daño se están considerando los siguientes puntos: (i) los ingresos dejados de percibir por TG, que corresponden al 95% de las ventas dentro del aplicativo; (ii) los márgenes de ganancia de las operaciones de TG ascienden, los cuales ascienden 36% en promedio y (iii) el WACC mensual asociado al costo del dinero en el tiempo asciende de 0.46%.
53. Considerando los 3 inputs previamente mencionados, el daño asociado a la conducta de Gorrión asciende a \$288,291.17. Cabe señalar que, este monto se encuentra actualizado al periodo de inicio de la presente controversia (mes de inicio de la demanda presentada por TG).

V. BIBLIOGRAFÍA

1. Comisión de Productividad de Chile (2019). Tecnologías Disruptivas: Regulación de Plataformas Digitales. Economía y Plataformas Digitales. Enlace web: <https://bit.ly/3vmAtW5>
2. Filistrucchi, L., Geradin D., Eric van Damme (2013). "Identifying Two-Sided Markets", World Competition, 36(1); 33-60. Enlace web: <https://bit.ly/3wdFWAR>
3. Filistrucchi, L., Geradin D., Eric van Damme, Affeldt P. (2013). "Market Definition in Two-Sided Markets: Theory and Practice," Tilburg Law School Legal Studies Research Paper Series No. 09/2013. Enlace web: <https://bit.ly/34Wwzuo>.
4. Huotari, P. (2017). Too big to fail? Overcrowding a Multi-Sided Platform and Sustained Competitive Advantage. HICSS. Enlace web: <https://bit.ly/3IPqR2O>
5. Oxera (2016). Quantifying antitrust damages Towards non-binding guidance for courts. Oxera. Enlace web: <https://bit.ly/3tfOvt1>
6. Schmalensee, R. & Evans, D. (2007). Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms. SSRN. Enlace web: <https://bit.ly/3gjFrvs>
7. Schmalensee, R. & Evans, D. (2013). The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses Massachusetts: NBER. Enlace web: <https://bit.ly/3z4hRvD>