

Fecha: 23-03-2026
 Medio: Diario Financiero
 Supl. : Diario Financiero
 Tipo: Noticia general
 Título: ¿QUIÉNES SON LOS CONSUMIDORES DEL DELIVERY ULTRARRÁPIDO?

Pág. : 16
 Cm2: 318,4

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Jóvenes que viven en entornos urbanos, clientes que hacen compras de reposición y pedidos nocturnos marcan el perfil en un mercado que crece, pero que sigue enfrentando desafíos. POR ANAÍS PERSSON

¿QUIÉNES SON LOS CONSUMIDORES DEL DELIVERY ULTRARRÁPIDO?

El quick commerce avanza en Chile, en línea con una mayor demanda por inmediatez y cambios en los hábitos de consumo. Según datos de Statista, el segmento podría alcanzar los 2,8 millones de usuarios en Chile hacia 2029, reflejando un cambio en las expectativas de los consumidores.

En el país, el uso de estos servicios se concentra principalmente en adultos jóvenes entre 25 y 34 años, con una mayor presencia de mujeres, y con pedidos que tienden a concentrarse en fines de semana y en horarios de tarde y noche, momentos en que los usuarios buscan resolver compras inmediatas sin desplazarse, según explica el quick commerce senior manager de PedidosYa, Juan Ignacio Ojeda.

Se trata de un consumidor altamente digitalizado, con baja tolerancia a la espera y una relación distinta con el tiempo. "No está buscando simplemente un producto, sino resolver una necesidad de forma inmediata", señala el gerente comercial del Cono Sur de DispatchTrack, Nicolás García, quien agrega que este tipo de usuario

prioriza la rapidez y la conveniencia al momento de comprar.

En términos de consumo, las entregas ultrarrápidas han evolucionado desde el delivery de comida hacia un modelo más amplio, donde el supermercado digital gana protagonismo. La reposición cotidiana se posiciona como uno de

los principales usos, mientras que también destacan categorías como farmacia, mascotas, belleza y chocolates, junto con compras asociadas a ocasiones especiales, como fechas estacionales, de acuerdo con datos de PedidosYa.

Este comportamiento responde a factores como la velocidad y la con-

veniencia. Según García, estudios del sector muestran que el 46% de los consumidores prioriza la rapidez en sus compras online, mientras que el 74% valora la facilidad de acceso.

Al mismo tiempo, este consumidor exige mayor visibilidad en el proceso. "Quiere saber exactamente dónde está su pedido y cuándo va a llegar", señala García, lo que ha elevado las exigencias sobre la operación logística y la comunicación con el cliente.

Pese a su crecimiento, este tipo de despacho aún enfrenta desafíos para ampliar su base de usuarios. "Todavía está lejos de

ser un servicio masivo", plantea el gerente comercial de Westorage (Grupo Campos), Javier Atala. Entre los principales factores menciona la necesidad de mejorar la cobertura, especialmente fuera de zonas urbanas densas; avanzar hacia una propuesta más accesible en precio; y fortalecer la consistencia en la experiencia de servicio.

El desafío del sector, agrega, será hacer más accesible la propuesta de valor: "Hoy el quick commerce está muy asociado a compras de urgencia. Para crecer, debe avanzar hacia otros tipos de productos y a precios competitivos".

