

LA INFRAESTRUCTURA QUE SOSTIENE AL QUICK COMMERCE

Tras las entregas en minutos no solo hay repartidores y aplicaciones. El modelo exige tecnología, proximidad urbana, pagos integrados y coordinación en tiempo real para cumplir la promesa que redefine la logística del comercio digital.

POR VALENTINA CÉSPEDES

El quick commerce está transformando la forma en que se despachan los pedidos. Lo que para el usuario se traduce en comprar desde una app y recibir en minutos, para las empresas implica articular una infraestructura física y digital capaz de coordinar inventario, preparación, despacho y última milla en tiempo.

El quick commerce senior manager de PedidosYa, Juan Ignacio Ojeda, explica que este modelo soluciona un problema distinto a la del e-commerce tradicional: el tiempo.

Mientras el comercio electrónico tradicional responde a compras más planificadas, apoyadas en grandes centros de distribución y ventanas de entrega más amplias, el quick commerce se construye sobre la compra espontánea. Por eso, plantea, la infraestructura debe estar "donde está el usuario: dentro de la ciudad, a minutos de su puerta".

Esto se logra, añade Ojeda, a través de un trabajo en paralelo: algoritmos de predicción de demanda que prevén cuántos repartidores se necesitan; optimización de rutas en tiempo real y modelos de gestión de repartidores adaptados a ciudades de distinto tamaño.

"La clave está en tener todas las herramientas integradas de extremo a extremo: desde que

el cliente hace su compra en la página web, hasta que ese pedido llega al sistema de facturación y es asignado de forma eficiente al driver correcto para entregarlo en el menor tiempo posible, sin fricciones ni silos de información", complementa el gerente comercial Cono Sur de DispatchTrack, Nicolás García.

Arquitectura física y digital

García detalla que, en el plano digital, el quick commerce requiere de una gestión de última milla capaz de integrar autoasignación de conductores a través de inteligencia artificial, seguimiento en tiempo real tanto para el operador como el cliente, comunicación proactiva y pruebas de entrega digitales para respaldo y trazabilidad.

Pero, a su juicio, esa capa tecnológica solo funciona si se apoya en una infraestructura urbana próxima al consumidor, donde son clave los

dark store o micro-hubs urbanos.

Ojeda agrega que en el caso de PedidosYa, en lugar de construir una red paralela de dark stores, se utiliza la red de tiendas físicas ya instalada en la ciudad como infraestructura logística.

"Esta capilaridad, potenciada por la tecnología, es lo que per-

mite acortar distancias y reducir al máximo los tiempos entre la compra y la entrega", dice Ojeda. A esa coordinación se suma una capa menos visible, pero igual de crítica: la financiera. El director de estrategia de Mercado Libre Chile, Rafael Lira, afirma que una

arquitectura de pagos integrada permite procesar transacciones en segundos y, con ello, validar la compra, confirmar la orden, verificar stock y activar de inmediato la preparación del pedido. En su caso, ese rol se cumple con Mercado Pago, conectado a una infraestructura tecnológica que sincroniza inventario, preparación y rutas en tiempo real.

Sobre esa base opera una red que combina fulfillment, distribución y última milla, además de acuerdos para llegar a zonas más apartadas. "La combinación entre pagos, tecnología y logística no solo optimiza la eficiencia operativa, sino que también

acota Lira.

Por otra parte, desde Rappi Chile explican que la promesa de entregas rápidas se sostiene en tiendas ubicadas dentro de radios de cobertura de 3,5 kilómetros en promedio. Al interior de esos locales, integran inventario en tiempo real y geoposicionamiento de productos para que la selección y el empaque se realicen en hasta dos minutos. A eso se suman algoritmos de asignación que identifican repartidores cercanos y agilizan la entrega.

Pero la prueba no es solo la velocidad, sino sostenerla con consistencia y a escala. Lira advierte que uno de los principales desafíos es coordinar en tiempo real toda la cadena logística, con sistemas interoperables que permitan que cada compra active sin fricciones su preparación, ruteo y despacho.

A ello se suma la necesidad de

"La clave está en tener todas las herramientas integradas de extremo a extremo: desde que el cliente hace su compra en la página web, hasta que ese pedido llega al sistema de facturación y es asignado de forma eficiente al driver correcto para entregarlo en el menor tiempo posible", dice Nicolás García, de DispatchTrack.

mejora la experiencia de usuarios y vendedores: quienes compran acceden a procesos más ágiles y transparentes, mientras que quienes venden pueden escalar su negocio con mayor previsibilidad, acompañando el crecimiento del ecosistema digital en Chile",

tomar decisiones dinámicas sobre origen, rutas y capacidad disponible, especialmente en eventos de alta demanda como Cyber Days, lo que obliga a contar con modelos flexibles para absorber peaks sin deteriorar el servicio y así, la experiencia del usuario.