LITORALPRESS

Fecha: 26-10-2024
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero - Señal DF Sabado
Tipo: Noticia general
Título: **¿Quién gana la carrera del delivery en Chile?**

Pág. : 8
Cm2: 597,1

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

EL **DEAL**

¿Quién gana la carrera del delivery en Chile?

diariofinanciero@elliseo@simbiu.cl

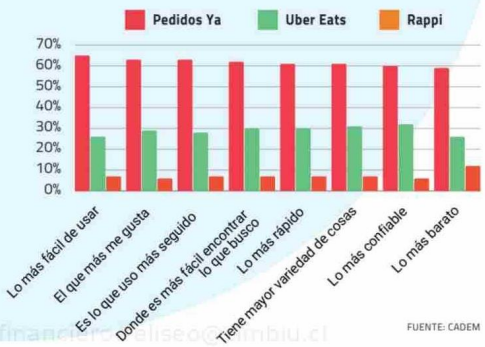
La competencia de gigantes comenzó hace siete años con el ingreso de Uber Eats, que vino a desafiar el territorio que había cultivado PedidosYa desde 2010. Más tarde se incorporó Rappi, pero salieron otros como Didi Food, JOKR y Glovo. Ahora, un nuevo actor que viene operando hace años en el país, podría acentuar aún más esta carrera: MercadoPago delivery.

POR MARÍA JESÚS DOBERTI

Las calles de Santiago y otras regiones de Chile están abarrotadas de motos y bicicletas con las características mochilas cuadradas de colores llamativos. Si hace unos años la competencia era más diversa, hoy solo tres grandes aplicaciones dominan el mercado: PedidosYa, Uber Eats y Rappi. Lo que empezó como una simple carrera por entregar comida a domicilio se ha convertido en una feroz batalla por la supremacía de un mercado que exige rapidez, variedad y conveniencia (ver infografía).

Actualmente, estas plataformas representan el 61% de todas las ventas que se realizan en el formato de delivery en el país, según cifras de Euromonitor International. "Cada una ha desarrollado estrategias específicas para captar y retener clientes, lo que resalta la importancia de sus acciones en este entorno altamente competitivo", comentó Pablo Cruz, consultor senior en consumo de Deloitte.

Los consumidores no solo exigen precios bajos y productos de calidad, sino también un buen servicio. Y en esa mezcla de expectativas, la rapidez se ha convertido en el campo de batalla decisivo.



En tiempo récord

La velocidad es crucial para ganar la lealtad de los consumidores. Rappi, con su mirada puesta en la bolsa de Nueva York, ha hecho de la rapidez su bandera.

Con Turbo Market, promete llevar los productos más demandados a la puerta del cliente en 10 minutos o menos, y con Turbo Restaurantes, en 15 minutos. "Esto es una auténtica revolución en el servicio, combinando velocidad y calidad", comentó el gerente general de Rappi, Domingo Lama.

El servicio en Chile, que cuenta con 11 tiendas, ha logrado destacarse con el mayor valor promedio de órdenes en la región, alcanzando los US$ 18,7 por pedido. Además, ha experimentado un crecimiento de 25 veces en el número de pedidos entre septiembre y diciembre.

Para cumplir la promesa en el tiempo de entrega, cada orden es preparada y despachada en un máximo de dos minutos. El radio de cobertura de las tiendas es de dos a tres kms. Además, cuentan con inventarios actualizados en tiempo real, lo que minimiza los desabastecimientos y mantiene las cancelaciones por debajo del 1%.

Con 6.500 restaurantes asociados y más de 400 marcas aliadas, Rappi se ha consolidado en 19 ciudades del país en sus seis años de historia en el territorio nacional.

El ejecutivo aseguró que todo el desarrollo que han implementado en Chile les ha permitido contar desde el año pasado con números azules en su crecimiento. Además, adelantó que próximamente traerán anuncios "muy relevantes para el mercado chileno", con nuevas alianzas estratégicas para robustecer su programa de lealtad.

Si bien la promesa es ambiciosa, no todos los pedidos logran estos tiempos. Algo que PedidosYa también enfrenta. Con 14 años en Chile y 15.000 comercios asociados, la velocidad sigue siendo un reto. Los tiempos de entrega en su servicio más express varían: 30 minutos para comida y menos de 20 minutos en sus PedidosYa Markets. En este último, que comprende al servicio de compras en sus supermercados online, lo logran gracias a sus 28 supermercados que tienen a lo largo del país. De hecho, en esta industria

LITORALPRESS

Fecha: 26-10-2024
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero - Señal DF Sabado
Tipo: Noticia general
Título: ¿Quién gana la carrera del delivery en Chile?

Pág. : 9
Cm2: 243,2

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

están buscando "alcanzar la participación del 20% del mercado en un plazo de tres años", adelantó el gerente general de PedidosYa en Chile, Javier Aránguiz.

Para Uber Eats el diagnóstico es distinto. "La velocidad es un aspecto de la experiencia, ciertamente muy importante, pero para nosotros, es prioritario pensar en la experiencia completa", comentó su gerente general, Marco Nannipieri. "Lo que buscamos es asegurar que tenemos la selección que permita a cada usuario encontrar lo que busca, que sea entregado en tiempo y forma, con la calidad que espera y con el nivel de atención adecuado cuando algo no estuvo a la altura", complementó.

Eso sí, para los clientes que exigen mayor urgencia e inmediatez cuentan con socios como Spid, Pronto Copec y Oxxo que se sumó recientemente a la app. La firma asegura que el 35% de los pedidos se entregan en 30 minutos o menos.

"En el mercado de la proximidad, los horarios ampliados, la rapidez y la accesibilidad juegan un papel fundamental porque el core del negocio implica entender y honrar el valor del tiempo simplificando la vida de nuestros clientes y solucionando sus necesidades de manera muy eficiente y sencilla", complementó el gerente general Oxxo Chile, Erick Quirarte. Quien además señaló que pueden alcanzar tiempos de despacho entre 10 y 15 minutos gracias a su ubicación estratégica.

La pelea de gigantes

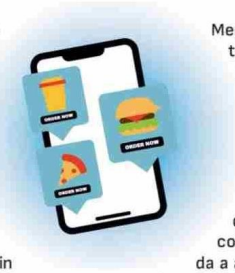
El territorio nacional es solo un campo de batalla más de los gigantes que extienden su contienda a todo el planeta.

Detrás de la operación de Pedidos Ya en América Latina —presente en más de 500 ciudades, con 10 millones de personas usuarias y cada 5 minutos cerca de dos millones de interacciones en su app—, se encuentra el gigante alemán Delivery Hero, que a través de sus diferentes marcas está presente en más de 50 países en los cinco continentes.

La firma también es la inversionista mayoritaria de la compañía de entrega española Glovo — la cual salió del mercado nacional en 2019, precisamente por un movimiento que ejecutó la firma alemana— y tiene una participación minoritaria en Rappi, que según su última memoria anual, está a la venta.

Por su parte, la empresa de capitales estadounidense, Uber Eats, está disponible en más de 6.000 ciudades a lo largo de 45 países. Además cuenta con la marca y respaldo de Uber.

Ambas firmas se han estado disputando el escenario global del mercado del delivery invirtiendo en distintas posiciones. Sin ir más lejos, esta semana se conoció la noticia de que el Gobierno de Taiwán se opuso a la adquisición del negocio de entrega a domicilio de Delivery Hero, llamado Foodpanda, por parte de Uber.



La fusión anunciada en mayo pasado había alcanzado un acuerdo valorado en US$ 1.250 millones. Sin embargo, a fines de ese mismo mes la entidad dijo que estudiaría principalmente el impacto de la compra en términos de competencia, puesto que la estadounidense podría tener una cuota de mercado superior al 80% en Taiwán si finalmente se aprueba este acuerdo.

La arremetida de Mercado Libre

Volviendo al escenario local este mes se dio a conocer que la firma más grande de América Latina, Mercado Libre, va a entrar en este segmento con Mercado Pago delivery, un servicio de entrega de comida a domicilio dentro de la misma aplicación y permite utilizar distintos medios de pago. Si bien la cobertura está limitada a algunas ciudades de Argentina, es previsto que siga expandiéndose a más localidades en el corto plazo.

Diversificación

El mercado está en constante evolución. Hace algunos años, estas plataformas se centraban casi exclusivamente en la entrega de productos de primera necesidad, pero hoy ofrecen una gama mucho más amplia.

En este sentido, otro campo de batalla ha sido la consolidación de las plataformas "multi verticales". En Rappi, además de los servicios de supermercado, farmacias y otros comercios como su alianza con Casaideas, ofrecen reservas de viajes. También cuentan con la autorización para operar como banco digital en Colombia y otros servicios financieros en México, Brasil, Perú y Chile que varían dependiendo de las regulaciones en cada país.

Otra de las tendencias son las membresías. PedidosYa Plus ofrece a través de un pago mensual beneficios como envío gratis en miles de locales, descuentos, entre otros. En esta misma línea Uber Eats, cuenta con su membresía de Uber One — que tiene 19 millones de miembros a nivel global en 25 países donde está disponible—, que sirve tanto para su servicio de transporte como el de delivery.

La firma estadounidense no se ha quedado ahí. Este año también estrenó el servicio de entrega en las playas españolas durante el verano y en otras ciudades del mundo ha estado probando sus robots repartidores.

"Es probable que el mercado de delivery siga siendo altamente competitivo, pero también podríamos ver una consolidación a medida que algunas plataformas busquen fortalecer su posición", comentó el ejecutivo de Deloitte. "A medida que los usuarios priorizan la conveniencia y el ahorro de tiempo, la demanda por servicios de entrega personalizados, rápidos y confiables seguirá creciendo, impulsada por modelos de negocio innovadores y la mejora continua en la logística", concluyó.