

Blue Express es el líder del mercado de la última milla desde el 2024, dejando atrás a las clásicas empresas como Chilexpress, Starken o Correos de Chile. En los últimos años, desde que Empresas Copec, el holding del grupo Angelini, compró la compañía en 2022, la firma ha duplicado el número de paquetes que envía.

De acuerdo a un reporte de la Fiscalía Nacional Económica (FNE) en el que analizó la industria de la última milla durante el año pasado, Blue Express tiene entre 30% y 40% del mercado. y Olivier Paccot, gerente general de Blue Express, estima que siguen ganando terreno.

Desde el 2025 al 2030, la empresa está impulsando un plan estratégico con un presupuesto de inversión de US\$100 millones. Blue Express se atribuye la tarea de reinventar la última milla en Chile y ha estado trabajando en traer el mercado nuevas tecnologías que faciliten los envíos y el recibo de paquetes en el país.

En 2025 lanzaron impresoras en almacenes para facilitar las devoluciones, entre otras cosas, llegando a un total de 1.500 máquinas. Implementaron la entrega flexible que permite que un cliente que solicitó un envío a su casa lo redirija a un Punto Blue Express si, por ejemplo, no hay nadie para recibirlo en el domicilio. Sin costos extra.

En octubre del 2025 implementaron, tras más de un año planeándolo, lockers inteligentes que permiten el retiro de paquetes en puntos Blue Express sin interacción con intermediarios. Ya han desplegado cerca de 500 por todo el país: en la capital, pero también en San Pedro de Atacama y Punta Arenas. Durante los próximos meses, antes de mitad de año, alcanzarán las 1.000 ubicaciones.

En estos primeros meses, los pedidos cuyos clientes soliciten recibirlos en un Punto Blue Express que cuenta con lockers, son asignados automáticamente a los casilleros inteligentes. A futuro, sin embargo, los clientes podrán decidir en qué lugares ir a retirarlos. Ya 173 mil personas han utilizado estas nuevas infraestructuras. En febrero en particular, el número de personas que recibieron un paquete en lockers se multiplicó por cuatro, pasando de 9.000 a 30.000.

Blue Express ya ha generado alianzas con Metro, SMU y Mallplaza para instalar los lockers en conjunto. Y están buscando más aliados.

El gerente general de Blue Express relata que los lockers tienen 90 puntos de NPS (Net Promoter Score, un índice que va de -100 a 100 y que mide la disposición de los clientes a recomendar los productos o servicios de una empresa). Es por eso que Paccot apunta a que en un par de años el 40% del e-commerce se concentrará en los lockers.

"Llevamos un par de años con un consumo débil", afirma Paccot. Y pese a ello, Blue Express sigue creciendo. En 2025 aumentó el número de paquetes enviado en



Olivier Paccot, gerente general de Blue Express.

Blue Express busca reinventar la última milla de la mano de los lockers inteligentes

La firma ya desplegó casi 500 casilleros inteligentes y llegará a 1.000 antes de la mitad del año. El gerente general de Blue Express, Olivier Paccot, cree que los lockers concentrarán el 40% del e-commerce en los próximos años. Este es sólo uno de los muchos servicios que están impulsando para poder facilitar los procesos para los clientes y por ello estiman que están ganando participación de mercado.

PAULINA ORTEGA

un 15%, alcanzando 54 millones. "Nosotros creemos que estamos ganando participación de mercado. ¿Y por qué? Porque estamos dando todos estos servicios que el resto de nuestros amigos competidores no dan (...) porque nuestros suites de servicios son más completos", asegura Paccot.

Un 2026 de transformación

Para este 2026, Blue Express tiene considerada una inversión de US\$ 40 millones y para el 2027 tiene previstos recursos por otros US\$22 millones. El foco de la inversión son los nuevos lanzamientos, mejoras operacionales y el aumento de la capacidad de la firma.

Desde las oficinas de Blue Express, en Pudahuel, se pueden ver los trabajos que se están realizando en el centro logístico. Las máquinas remueven tierra y preparan el terreno para la extensión de las instalaciones, con lo cual esperan ampliar su capacidad potencial de hasta 2 millones de

paquetes al día, a un ritmo máximo de 100 mil paquetes por hora.

La apuesta es que esté funcionando ya en noviembre, antes de que se inicie el boom de despachos previo a la Navidad. La firma estima que llegará al millón de paquetes diarios en 2030, en el marco de este plan estratégico de reinversión de la última milla.

Para el 2026, la empresa espera crecer un 20% en facturación versus el 2025. Olivier Paccot apunta a que para el cierre de este 2026 la última milla va a ser completamente distinta, con todos los servicios que están lanzando y que tienen planeados para el año.

"La última milla va a ser completamente distinta. Eso significa que vemos que, en términos de paquetes, de facturación, en términos de servicios, vamos a crecer bastante fuerte. Obviamente, nosotros dependemos mucho del e-commerce y de la economía. El año partió más o menos, el Imacec fue bastante malo, pero esperemos

que eso se revierta y termine en un año con un crecimiento muy fuerte", afirmó el gerente general.

Es que el ejecutivo apunta a que el consumo es el mayor desafío para crecer, pero también afirma que Blue Express jugará un rol para que este pueda incrementarse. "Si yo le pongo trabas a las pymes, va a crecer menos o no va a crecer. Si yo le disponibilizo lo más rápido posible, creemos que con eso estamos fomentando el comercio. Por tanto, crece. Nosotros también somos un actor dentro del consumo. De nosotros depende de cuán rápido es nuestro despliegue de estos nuevos servicios", afirma.

Actualmente, la empresa cuenta con un total de 3.200 puntos Blue Express, con los cuales tiene una cobertura del 99% de la población nacional. Durante el 2024 el foco ha sido refinarlos y mejorar la calidad del servicio. Pero durante la segunda mitad del año buscarán retomar el crecimiento y llegar a los 5.000 puntos hacia el 2030. ●