

PUBLIRREPORTAJE



CACEM Express refuerza su estrategia tecnológica para conectar la logística del sur de Chile

La empresa chilena de transporte y encomiendas CACEM Express está impulsando una estrategia basada en tecnología, inversión en flota y expansión territorial para fortalecer su operación logística en el sur del país, en un escenario marcado por el crecimiento del comercio electrónico y la creciente exigencia de trazabilidad en los envíos.

Con casi dos décadas de trayectoria en el transporte de carga, la compañía ha consolidado un modelo enfocado en la distribución interregional y en el traslado de encomiendas de larga distancia. Sus orígenes operativos se remontan a 2008 y desde 2014 funciona como empresa independiente, con foco en conectar ciudades y localidades del sur de Chile.

Según el gerente general de la compañía, Carlos Céspedes Medina, el desarrollo de la empresa ha estado marcado por una adaptación constante a las necesidades del mercado. "La empresa comenzó a definirse como un

servicio de encomienda puerta a puerta. Con mucho sacrificio y dedicación fuimos modificando el modelo según lo que requería cada cliente", señala.

A partir de esa evolución, CACEM Express ha reforzado su infraestructura logística y su flota de carretera, con foco en regiones como Ñuble, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, además de proyectar su expansión hacia Biobío.

"Nos centramos en la zona sur, donde marcamos una diferencia por nuestros servicios personalizados. Eso va de la mano con



"Ningún sistema comercial cubría nuestras necesidades, por lo que decidimos desarrollar software a nuestra medida. Eso nos obliga a innovar permanentemente", afirma el gerente general de la compañía, Carlos Céspedes Medina.

la tecnología, con una flota eficiente y con estándares de emisiones que buscan reducir la huella de carbono", precisa.

En paralelo, la empresa ha desarrollado herramientas tecnológicas propias para responder a las nuevas exigencias del mercado. "Hoy la trazabilidad desde el origen hasta el destino es algo que el cliente exige. Antes no se contaba con esa información con facilidad", responde.

"Ningún sistema comercial cubría nuestras necesidades, por lo que decidimos desarrollar software a nuestra medida. Eso nos obliga a

innovar permanentemente", acota.

El auge del comercio electrónico también ha elevado las expectativas en torno a los tiempos de entrega. "El desafío real está en cumplir al cliente en el menor tiempo posible para responder a la última milla", responde.

De cara al futuro, la empresa continuará invirtiendo en tecnología y procesos para mejorar la experiencia del cliente. "Una vez entregado el paquete, también nos preocupamos de la postventa. Si hay un problema, buscamos responder en 24 horas y cerrar el reclamo en un máximo de tres días", precisa.