

Fecha: 13-05-2026
Medio: La Tercera
Supl.: La Tercera - Pulso
Tipo: Noticia general
Título: CorreosChile apuesta por la última milla con acuerdos con Banco Santander y Cenabast

Pág.: 7
Cm2: 723,8
VPE: \$ 7.201.155

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: ☐ No Definida



Gerente general interino, Ignacio Liberman Yaconi.

CorreosChile apuesta por la última milla con acuerdos con Banco Santander y Cenabast

CorreosChile selló una alianza con Banco Santander para equipar a sus carteros con sistemas de pago y ofrecer servicios financieros a domicilio. En paralelo, inició un piloto con Cenabast para despachar medicamentos del Estado utilizando validación biométrica facial y dactilar.

LEONARDO CÁRDENAS

CorreosChile se encuentra en una profunda transformación que apunta a alcanzar el equilibrio en sus finanzas. Esto, en medio de una fuerte caída de sus ingresos, la que se agravó en el caso de los internacionales, tras la aplicación del IVA a partir de octubre de 2025, a las compras desde el exterior realizadas en plataformas digitales, de US\$41 o menos.

De hecho, el año pasado la empresa estatal enfrentó una grave crisis que la llevó a reducir su dotación en un 19%, lo que significó el despido de más de 800 personas hacia septiembre. Con ello, el número total de trabajadores pasó de 4.582 a 3.722, entre abril de 2025 y abril de 2026.

La compañía experimentó una caída proyectada de \$6.000 millones en ingresos internacionales, frente a lo cual los esfuerzos en ventas y ajustes internos lograron mitigarla a \$1.700 millones.

Tras registrar una baja de dos tercios en este segmento, la firma postal decidió de-

jar de depender de los envíos extranjeros -como los provenientes de China- para enfocarse de lleno en el mercado nacional.

Con ese propósito, CorreosChile, encabezada por su gerente general interino, Ignacio Liberman Yaconi, firmó la semana pasada un acuerdo de colaboración con Banco Santander. El objetivo es dotar a los carteros de sistemas de pago para que puedan ofrecer servicios financieros y cobro de cuentas (luz, agua, etc.), directamente en la puerta del hogar.

En conversación con Pulso, el ejecutivo explicó que en "la primera fase buscamos dotar a nuestras agencias de sistemas de pago, ya que hoy en día no cuentan con ellos".

"Tenemos un piloto para hacerlo con carteros. Vamos a reemplazar las máquinas que son exclusivamente para fines postales, e incorporaremos en ellas otras opciones como pagar la cuenta de la luz, lo que también podría servir para el despliegue de otras políticas públicas", añadió. Liber-

man adelantó que el proyecto comenzará con 100 carteros y es muy probable que se implemente inicialmente en la Región Metropolitana.

En paralelo, la firma lleva adelante un programa piloto con la Central de Abastecimiento del Sistema Nacional de Servicios de Salud (Cenabast). A través de este, se está probando la entrega de medicamentos del Estado a domicilio utilizando dispositivos con huella digital y reconocimiento facial para asegurar el registro de la recepción.

"Lo relevante es que hay gente que está recibiendo a domicilio medicamentos que antes tenía que ir a buscar al hospital. El piloto es acotado, pero lo vamos a ir multiplicando. Es muy importante, porque resuelve la fricción para los usuarios; para nosotros estos son cambios superrelevantes", destacó el ejecutivo.

Actualmente, CorreosChile cuenta con una dotación total de 1.700 carteros, de los cuales 1.000 operan en la Región Metropolitana. "La buena noticia de esta alianza es

que vamos a tener conectados esos puntos más remotos con tecnología, no solo para hacer un seguimiento del envío, sino también para dotar a las agencias de otros servicios. El impacto que esto tiene para las regiones es sumamente interesante", indicó.

En el marco de esta política de alianzas, CorreosChile entregó en comodato a la Municipalidad de Santiago el segundo y tercer piso de su histórico edificio en la Plaza de Armas, con el fin de destinarlos a actividades culturales. Este acuerdo permitió financiar la reparación de la fachada del inmueble, obras que alcanzaron un costo cercano a los \$900 millones.

COMPARACIONES

¿CorreosChile, al igual que otras empresas estatales como TVN y EFE, es reconocida por las grandes pérdidas que enfrenta?

-Ahí creo que hay que hacer una distinción importante. A diferencia de otras empresas, Correos no ha recibido capitalización ni subsidios directos del Presupuesto de la nación. Ahora, es evidente que enfrentamos dificultades en una industria que viene cayendo debido al avance de la tecnología. Dificultades tenemos y hemos tenido, pero hemos logrado sostener nuestro rol de servicio público.

¿Pero no debería ser lo contrario, considerando que el e-commerce crece cada vez más?

-Siempre hay una conexión física; la tecnología no se sustenta por sí sola. Hasta que no exista la teletransportación, tiene que haber un elemento físico. Y esto puede abarcar desde la entrega de un paquete hasta la acreditación, por ejemplo, de que la persona que recibe un beneficio es realmente quien dice ser. Para ello, se puede aprovechar el despliegue, los recursos y la infraestructura que tenemos.

Actualmente, nuestra participación de mercado en el e-commerce es muy baja, por lo que tenemos mucho espacio para crecer. Estamos implementando un plan de trabajo para convertirnos en una alternativa real en este mundo, y ya lo estamos haciendo: en el último tiempo hemos incorporado a varios clientes. Sobre todo, buscamos ser una opción para los emprendedores, que es un foco de muchísimo interés para nosotros.

De acuerdo con el gerente general de CorreosChile, el enfoque de la empresa ha evolucionado y ya no se limita únicamente a la logística tradicional del envío de paquetes. El desafío actual pasa por ofrecer una integración tecnológica fluida mediante APIs sencillas que los conecten directamente con el usuario, para luego identificar y resolver otras necesidades operativas que este pueda tener.

El objetivo es brindar una solución completamente integral. Esta modernización se está desarrollando en paralelo a los ajustes necesarios para asegurar la sustentabilidad económica a través de los clientes nacionales, buscando eliminar así la dependencia del mercado internacional. ●