

Marketing Partner

Logistec

www.revistalogistec.com



LOGÍSTICA 2026 DIAGNOSTICO ESTRATEGICO DE UNA INDUSTRIA EN TRANSFORMACIÓN



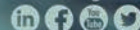
DESCARGA LA APP
Y MANTÉN TU BIBLIOTECA
ACTUALIZADA



SUPPLY CHAIN: ¿CÓMO CAMBIA LA LOGÍSTICA EN VACACIONES?
ECOMMERCE: ¿QUIÉN LIDERA LA OMNISCANALIDAD EN CHILE?
TECNOLOGÍA: ¿CÓMO VESTIR UN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN MODERNO?
TRANSPORTE: LA RUTA DEL CHOCOLATE "MADE IN CHILE"

LOGISTEC
EDICIÓN
151
DICIENE 2026

#revistalogistec



MIX

Automatización integral para un almacén más inteligente

La solución integrada para almacenar, mover y clasificar: TODO EN UNO

stgo
Southern Technology Group



ALTA DENSIDAD

Aprovecha hasta 4 veces mejor el espacio gracias a estanterías móviles PODs y un diseño modular.



PICKING MÁS RÁPIDO

Robots autónomos llevan los productos al operador reduciendo desplazamientos y aumentando la productividad.



AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE

Algoritmo avanzados optimizan rutas, almacenamiento y uso del espacio. Integración con WMS y ERP.

¿Qué hace única esta solución?

- ✓ Operación totalmente integrada: Almacenamiento, transporte interno y picking.
- ✓ Compatibles con totes, PODs, pallets y productos irregulares.

Transforma tu almacén hoy con **automatización inteligente.**

Solicita una asesoría personalizada

Mushiny

stgo
Southern Technology Group





PROYECTO LO ESPEJO HUB LOGÍSTICO



Altura al hombro
de 12,5 m



Infraestructura
de primer nivel



Excelente
conectividad



Seguridad 24/7

Espacios modulares
DESDE **4.000m²**

**Pronta
entrega**



CAMPOS - CHILE



+56 2 2501 0000



CONOCE MÁS EN
www.campos-chile.cl

2025: UN AÑO PARA RECORDAR, UNA INDUSTRIA EN MOVIMIENTO, UN FUTURO POR ESCRIBIR

2025 no fue un año cualquiera. Fue un período que nos obligó a estirar capacidades, revisar certezas y aprender en movimiento. Desde las interrupciones repentinas en las cadenas globales y la presión sobre los tiempos de entrega, hasta la aceleración a veces abrupta de tecnologías que ya no son promesa, sino parte del día a día: automatización más accesible, IA generativa integrada a operaciones, sistemas de trazabilidad exigidos por nuevos estándares y clientes más impacientes, informados y cambiantes.

También fue un año marcado por la escasez de talento especializado, por la necesidad de mayor resiliencia en infraestructura y, en Chile, por debates clave sobre seguridad logística, penetración tecnológica, talento profesional y la sustentabilidad de los procesos como sello de modernidad. Un año intenso, sí, pero también uno que nos recordó por qué esta industria no se rinde, se adapta, innova y vuelve a avanzar.

En medio de ese torbellino, Logistec cumplió 25 años. Y celebrarlo no significó mirar solo al pasado; significó entender el valor de haber construido un medio que crece junto a la industria, que evoluciona con ella y que, hoy más que nunca, asume su responsabilidad en visibilizar desafíos,

tendencias y a los líderes que empujan la frontera de lo posible. Veinticinco años escuchando, preguntando, narrando y conectando. Veinticinco años siendo testigos de cómo la logística dejó de ser un soporte para convertirse en un motor.

Y si algo nos enseñó 2025 es que el futuro jamás llega en línea recta. No sabemos qué pasará en 2026, pero sí sabemos que algo pasará. Y cuando ocurra, sea una nueva demanda del mercado, un cambio regulatorio, un salto tecnológico, un peak inesperado o una oportunidad que nadie vio venir, estaremos ahí. Con la industria. Para acompañar, para explicar, para conectar, para dar visibilidad y para destacar a quienes lo están haciendo bien, a quienes marcan pauta e iluminan el camino de la innovación y las mejores prácticas.

Cerramos esta edición 151 con gratitud, con energía y con la convicción de que nuestro rol es más necesario que nunca. Que la logística chilena sigue construyéndose cada día. Y que seguiremos siendo ese puente que une conocimiento, experiencia y visión de futuro.

Bienvenidos al cierre de un gran año. Bienvenidos a todo lo que viene.



10

LOGÍSTICA 2026: EL DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE UNA INDUSTRIA EN TRANSFORMACIÓN



18

¡LLEGÓ EL VERANO! ¿CÓMO CAMBIA LA LOGÍSTICA EN VACACIONES?

¿CÓMO VESTIR UN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN MODERNO?

54



LA RUTA DEL CHOCOLATE "MADE IN CHILE"

58



34

RETAIL VERSUS PURE PLAYERS: ¿QUIÉN LIDERA LA OMNICANALIDAD EN CHILE?

62

LOGÍSTICA DESDE ESTADOS UNIDOS: LECCIONES PARA CHILE EN UN MERCADO QUE YA CAMBIÓ

72

EL TELETRABAJO LLEGÓ PARA QUEDARSE.. ¿O YA NO?

76

LAS 7 URGENCIAS LOGÍSTICAS QUE DEFINE EL CPI



LA REVISTA #1 para los Logísticos de Chile

Esta edición es auspiciada por:



stglatam.com | C1



megacentro.cl | C2



jungheinrich.cl | C3



campos-chile.cl | 1



westorage.cl | 5



emotrans.com | 7



espaciobodegas.cl | 9



bsf.cl | 13



logisticsshow.cl | 17



cevalogistics.com/es | 19



mindugar.cl | 23



bodenorflexcenter.cl | 25



scharfstein.cl | 27



trgsolutions.lat | 29



friosan.cl | 33



ar-racking.com | 37



aplogistics.com | 39



danco.cl | 41



esnova.cl | 47



calycochile.cl | 49



kaufmann.cl | 51



centralbodegas.cl | 57



intersystems.cl | 61



tds.cl | 63



getpoint.cl | 65



evolog.cl | 69



megaconsulting.cl | 73



gpschile.com | 75



silo-logistica.cl | 79



tg-go.cl | 83



id-logistics.com/cl | 85



patio.cl | 87



sligroup.cl | 93



logisticsshow.cl | 96

AÑO 25 EDICION 151

303 EDITORIALES S.A.

Av. El Salto 4491

Huechuraba - Santiago - Chile

Tel.: 56 9 74996046

www.revistalogistec.com

revista@revistalogistec.com

DIRECTOR EJECUTIVO

Fernando Rios M.

fernando.rios@revistalogistec.com

DIRECTORA COMERCIAL

Paula Cortés L.

paula.cortes@revistalogistec.com

EDITOR PERIODÍSTICO

Claudia Sánchez M.

claudia.sanchez@revistalogistec.com

PERIODISTAS

Mariel Jara M.

mariel.jara@revistalogistec.com

María Victoria Moya

mariavictoria.moya@revistalogistec.com

MARKETING DIGITAL

Miguel Chandia

miguel.chandia@revistalogistec.com

SUSCRIPCIONES

Mercedes Mura

mercedes.mura@revistalogistec.com



REVISTA LOGISTEC ES IMPRESA EN CHILE Y ES UNA PUBLICACION DE 303 EDITORIALES S.A. | Se prohíbe la reproducción parcial o total sin el consentimiento escrito por parte de 303 EDITORIALES S.A. Reservados todos los derechos, las opiniones vertidas son de exclusiva responsabilidad de quienes las emiten.



CUATRO AÑOS DE TRANSFORMACIÓN: EL BALANCE ESTRATÉGICO DEL MINISTRO MUÑOZ EN EL MTT

EL MINISTRO JUAN CARLOS MUÑOZ REPASÓ LOS AVANCES, DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES QUE MARCARON ESTOS CUATRO AÑOS ENCABEZANDO LA CARTERA DE TRANSPORTE Y TELECOMUNICACIONES EN SU PARTICIPACIÓN EN LA CELEBRACIÓN ANUAL DE ALOG Y PROYECTÓ UNA CONVICCIÓN: LA LOGÍSTICA DEBE CONVERTIRSE EN UNA POLÍTICA DE ESTADO PARA QUE CHILE PUEDA COMPETIR, INTEGRARSE Y CRECER.

Liderar el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT) durante cuatro años no es un ejercicio administrativo: es conducir una de las carteras más complejas, transversales y expuestas del país. Significa mirar Chile desde sus carreteras, sus puertos, sus ciudades, sus zonas aisladas y sus corredores internacionales.

Significa observar el mundo, entender tendencias, leer cómo se mueven las economías globales y cómo la tecnología reconfigura, a gran velocidad, la forma en que las personas y las cargas circulan.

Para un ministro, no basta gestionar; hay que anticipar. No basta ejecutar; hay que interpretar. Porque el transporte, ya sea público, privado, te-

OPERADOR LOGÍSTICO **3PL**

Terceriza tu logística con nosotros



Recepción
de inventario



Almacenamiento
eficiente



Procesamiento
de pedidos



Control de
calidad



Envío rápido
y seguro



restre, ferroviario, aéreo o marítimo, no es un servicio aislado: es una red viva, interdependiente, con luces y sombras, que refleja las tensiones, los avances y las fragilidades de un país.

Y durante la administración del Presidente Gabriel Boric, ese desafío se volvió aún más nítido. El país debió responder simultáneamente a nuevas demandas logísticas, mayor presión en infraestructura, actores globales más competitivos, exigencias medioambientales históricas y riesgos crecientes en seguridad. Ahí, conducir el MTT exigió una mezcla poco común de visión estratégica, criterio técnico, diálogo político y contacto directo con la industria.

Desde esa posición, el ministro Juan Carlos Muñoz ha tenido que gestionar proyectos de alto impacto, enfrentar complejidades que no siempre están a la vista del público y, al mismo tiempo, construir acuerdos que trascienden a un gobierno. Ser ministro implica recibir críticas, evaluar lo que no funciona, corregir, escuchar al sector privado, conversar con gremios, acompañar innovaciones, enfrentar tensiones internas, sostener conversaciones difíciles y defender transformaciones que pueden incomodar.

También implica ver oportunidades donde otros ven problemas: nuevas tecnologías, nuevos modelos de transporte, nuevas alianzas. Significa, en definitiva, situar a la logística y al transporte en el centro del desarrollo nacional.

Bajo esa lógica, y ante los principales actores de la industria reunidos en la celebración de fin de año de la Asociación Logística de Chile (ALOG), el ministro trazó un balance que no solo releva los avances de estos años, sino que proyecta cómo Chile debe prepararse para competir, integrarse y operar con estándares internacionales.

Lo que siguió fue un análisis profundo del estado del sector, una radiografía de los desafíos estructurales y un mensaje cla-



ro: la logística debe ser política de Estado, una construcción transversal que defina el futuro del país.

“Los desafíos son enormes, pero también lo es el compromiso del país. El sector logístico es el sistema nervioso de Chile: si no funciona bien, el país no funciona bien”, afirmó el ministro durante su intervención ante más de 80 actores del mundo público y privado reunidos en la ceremonia.

SEGURIDAD: EL DESAFÍO TRANSVERSAL

La seguridad, en todas sus dimensiones, fue uno de los temas más destacados por la autoridad. Aunque reconoce avances, Muñoz fue enfático: “La seguridad sigue siendo un desafío, pero estamos avanzando”. Uno de los ejes prioritarios ha sido la incorporación de tecnologías habilitantes, como la expansión del 5G, que permitirá alumbrar las carreteras y asegurar cobertura continua, facilitando que

los conductores puedan enviar alertas en tiempo real en cualquier punto del trayecto. “Un transportista debe sentirse seguro en todo momento. No puede haber zonas ciegas”, señaló. Para enfrentar la falta de conectividad en zonas extremas, muelles o áreas rurales, el ministerio impulsó una alianza con Entel y la empresa de tecnología satelital SpaceX, buscando garantizar comunicación continua incluso en los puntos más aislados del país.

La seguridad vial también preocupa. Aunque las cifras han mejorado, el ministro recuerda que 1.800 personas mueren al año en siniestros viales, un impacto humano que repercute también en la logística. “No son números: son vidas. Y afectan directamente al funcionamiento de la cadena logística y al transporte”, subrayó.

CAPITAL HUMANO

Uno de los cuellos de botella históricos del transporte ha sido la falta de conductores. Según el titular de Transporte, el país

ha avanzado en dos frentes: la homologación de licencias de conducir con países vecinos y la incorporación progresiva de mujeres al sistema de transporte.

“Hay una oportunidad preciosa para que el sector logístico cierre brechas y abra más puertas”, destacó. Solo en el sistema RED, hoy trabajan 2.000 mujeres, cifra inédita que muestra cómo se está instalando el empleo formal femenino en el transporte y la logística.

LA RUTA HACIA LA CARBONO NEUTRALIDAD

En materia medioambiental, Chile se ha propuesto una de las metas más ambiciosas del continente: alcanzar la carbono-neutralidad al 2050. Según Muñoz, esta aspiración ya no es solo un compromiso declarado, sino una hoja de ruta que está siendo aterrizada con medidas concretas y medibles.

“ESTAMOS HACIENDO PILOTOS PARA QUE LA LOGÍSTICA AVANCE EN LA MISMA DIRECCIÓN”, SEÑALÓ EL MINISTRO, DESTACANDO INICIATIVAS ORIENTADAS A DESCARBONIZAR PARTE DEL TRANSPORTE DE CARGA, MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LOS VEHÍCULOS Y PROMOVER TECNOLOGÍAS QUE PERMITAN TRANSITAR HACIA ENERGÍAS MÁS LIMPIAS.

Por ejemplo, el país ya se posiciona como la ciudad, fuera de China, con la mayor flota de buses eléctricos del mundo, un hito urbano que no solo transforma el transporte público, sino que también revela un horizonte claro para la logística y el transporte de carga.

La electromovilidad dejó de ser un plan a largo plazo para convertirse en una tendencia inminente, con efectos directos en cómo las cadenas de suministro deben prepararse para operar en un escenario bajo en emisiones.

“Estamos haciendo pilotos para que la logística avance en la misma dirección”, señaló el ministro, destacando iniciativas orientadas a descarbonizar parte del

transporte de carga, mejorar la eficiencia energética de los vehículos y promover tecnologías que permitan transitar hacia energías más limpias.

Pero Muñoz enfatiza que no se trata de una obligación regulatoria ni de una respuesta reactiva a las metas globales; es una decisión estratégica de futuro. La logística, históricamente vista como un área operativa, hoy tiene la tarea de movilizar al sector privado hacia operaciones más responsables, eficientes y respetuosas con el entorno.

Impulsar modelos más sostenibles no solo eleva los estándares de la industria, sino que también abre oportunidades competitivas, desde optimización de rutas y reducción de costos energéticos, hasta la preferencia de clientes y mercados que exigen cadenas verdes y verificables. La sostenibilidad, en esta perspectiva, es un camino que el sector debe recorrer con convicción, no solo para cumplir metas,

sino para definir el tipo de industria que Chile quiere construir hacia adelante: una cadena logística moderna, consciente de su impacto y capaz de liderar transformaciones que marquen diferencias reales en eficiencia, reputación y resiliencia.

TRANSFORMACIONES ESTRUCTURALES

El ministro Muñoz subrayó que, aunque gran parte de los avances recientes se han impulsado en esta administración, muchos responden a procesos de largo plazo, propios de una política pública sostenida con visión estratégica.

Uno de los hitos más relevantes del año, en cuanto al transporte marítimo, fue la

EMOTRANS CORPORATE SOLUTIONS

Hacemos la diferencia
Deje sus negocios en
nuestras manos



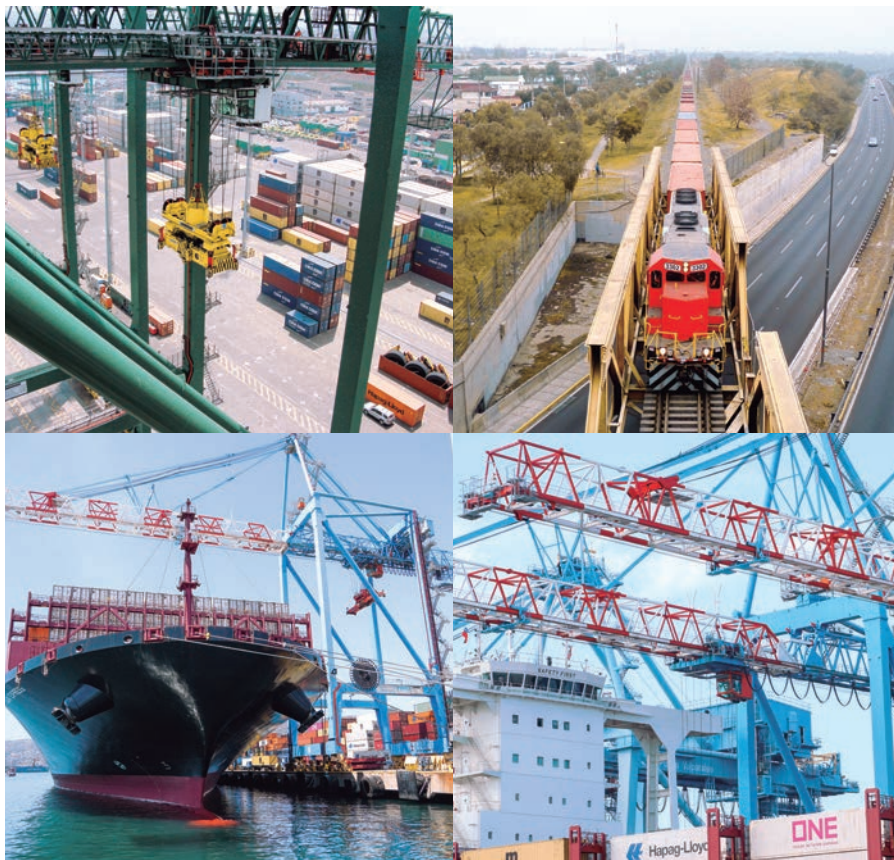
- Grupo Alemán de logística
- Cobertura global con alcance local en su ciudad
- Soluciones a medida según su necesidad
- Seguros de transporte
- Atención corporativa
- Almacenaje
- Transporte y logística internacional puerta a puerta

Emotrans y grupo de empresas, su aliado estratégico para que sus negocios fluyan

Iquique - Antofagasta - Santiago - Talca

www.emotrans-chile.cl
www.emotrans-global.com

f @ in t v @emotranschile



aprobación de la Ley de Cabotaje, que facilita el transporte de carga por vía marítima dentro del territorio nacional. Esto, según Muñoz, abre oportunidades para reducir costos logísticos y descongestionar rutas terrestres.

A esto se suma la implementación de la Ventanilla Única Marítima, que permite que cada buque que entra o sale de Chile realice todos sus trámites en una sola plataforma. “Esto disminuye tiempos, mejora costos y pone a Chile al nivel de los estándares internacionales”, dijo el ministro. En materia de infraestructura, destacó el avance del Puerto Exterior de San Antonio, proyecto clave que permitirá mover 6 millones de contenedores al año.

El proceso de licitación está en curso y se espera cerrar la recepción de ofertas para el muelle de abrigo próximamente. Otro avance importante es el proyecto para aumentar la altura de ola operativa en San Antonio, reduciendo significativamente

los días en que el puerto debe cerrar por condiciones climáticas.

El ministro detalló también los esfuerzos en el norte del país, particularmente el impulso al Corredor Bioceánico, que conectará el sur de Brasil, Paraguay y el norte de Argentina con los puertos de Antofagasta, Mejillones e Iquique. “Estamos trabajando para hacer realidad una iniciativa que transformará la logística regional”, afirmó. Además, destacó el trabajo “puerto a puerto” para mejorar estándares, junto con el fortalecimiento del Puerto de Punta Arenas, pieza clave para el desarrollo industrial y de zonas extremas.

EL RENACER DEL TREN DE CARGA

Quizás el avance más significativo de los últimos años viene por el lado ferroviario. “El transporte de carga por tren es donde más hemos trabajado recientemente”, se-

ñaló el ministro. Entre los proyectos emblemáticos destacan:

Ampliación del Terminal Barrancas en San Antonio, que hoy mueve 50 mil contenedores al año y que, tras la intervención, se espera quintuplicar su capacidad.

El corredor ferroviario del Puerto Exterior, que conectará con un centro multimodal en Talagante-Peñaflor, terreno que ya fue adquirido.

La creación de la nueva Gerencia Logística de EFE, que busca abrir espacio a nuevos operadores ferroviarios de carga a partir de 2028.

La habilitación del puente ferroviario sobre el río Biobío, infraestructura clave para aumentar la capacidad de transporte hacia el sur del país.

“Son pasos concretos que permiten cambiar la forma de trabajar en esta industria y abrir nuevos horizontes para el movimiento de carga”, destacó.

UN PAÍS QUE AVANZA, UN SISTEMA QUE EVOLUCIONA

Si bien Muñoz reconoce que existen desafíos relevantes también dejó un mensaje optimista: “Están pasando cosas, pero aún quedan desafíos en la industria”, enfatizó.

Finalmente, hizo un llamado al trabajo conjunto entre sector público y privado. “El desarrollo logístico del país depende de la colaboración público-privada. Necesitamos una visión compartida, porque la logística es el sistema nervioso de Chile y debe funcionar bien”, sentenció el ministro. Y con ello, dejó instalada una idea que atravesó toda su intervención: la logística es un proyecto de país, no de un gobierno. Requiere continuidad, visión compartida y la convicción de que modernizar cómo Chile se mueve es también modernizar cómo Chile crece. ■

**espacio
bodega**
MINI - LA LAGUNA

50%
DE DCTO
EN MINI BODEGAS

Desde **2m²** hasta **18m²**

Llévate una gift card de \$20.000 en
Lider por contratos desde 6 meses!

¡COTIZA AQUÍ!



AVENIDA COLINA SUR 14.600, PISO -2, COLINA

*Promoción válida hasta el 31 de marzo de 2026 por contratos iguales o superiores a 6 meses o hasta agotar stock de 50 gift cards disponibles, bases y más información en espaciobodegas.cl

LOGÍSTICA 2026: EL DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE UNA INDUSTRIA EN TRANSFORMACIÓN

UN SONDEO EXCLUSIVO DE LOGISTEC REVELA CÓMO PIENSAN, PRIORIZAN E IMAGINAN EL FUTURO LOS EJECUTIVOS QUE LIDERAN LA CADENA DE SUMINISTRO EN CHILE Y LATINOAMÉRICA. ESTA ES LA RADIOGRAFÍA MÁS ACTUALIZADA DEL ESTADO DEL SUPPLY CHAIN Y LAS CLAVES QUE MARCARÁN SU EVOLUCIÓN HACIA 2026.

10

La logística y el supply chain atraviesan una etapa definitiva. La combinación entre avances tecnológicos acelerados, exigencias crecientes de eficiencia, nuevas regulaciones ambientales, aumento de costos, mayor complejidad operativa y expectativas de servicio cada vez más altas ha situado al sector en el centro de las decisiones estratégicas de las empresas.

Hoy, la cadena de suministro no es solo un soporte operacional: es un activo crítico para la competitividad, la resiliencia y la capacidad de crecimiento del país.

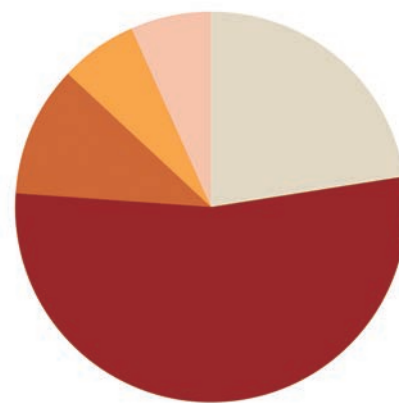
En este escenario, Logistec realizó una encuesta dirigida a un grupo de ejecutivos, gerentes y líderes logísticos de Chile y Latinoamérica. El objetivo es comprender con precisión dónde está la industria, cuáles son sus mayores tensiones, qué tecnologías avanzan con más fuerza, cómo evoluciona la infraestructura del país, qué brechas persisten y qué prioridades marcarán el rumbo hacia 2026. El resultado es un diagnóstico profundo que combina percepción, experiencia y visión estratégica desde la primera línea del supply chain.

Este reportaje presenta el desglose completo de las respuestas, de los 93 encuestados, junto con un análisis detallado de cada una, para ofrecer una lectura integral del panorama logístico actual.

Los porcentajes obtenidos permiten identificar patrones claros: transformación digital en curso, sostenibilidad que avanza con ritmos desiguales, operaciones presionadas por costos, talento con brechas significativas, oportunidades crecientes en automatización y e-Commerce, y una infraestructura que, aunque funcional, muestra desafíos relevantes para sostener el crecimiento futuro.

¿CÓMO DESCRIBIRÍAS EL ESTADO ACTUAL DE LA CADENA DE SUMINISTRO?

La percepción mayoritaria de los ejecutivos es clara: la cadena de suministro avanza, pero aún enfrenta limitaciones importantes. Más de la mitad identifica un crecimiento real del sector, aunque marcado por brechas en infraestructura, digitalización, talento y estandarización operativa, que impiden un salto a mayores niveles de competitividad (53,8%).



6,5%	Altamente desarrollada y competitiva a nivel regional
6,5%	Estancada, con desafíos persistentes
10,8%	En etapa de ajuste postpandemia
53,8%	En crecimiento sostenido pero con brechas estructurales
22,6%	En proceso de transformación acelerada

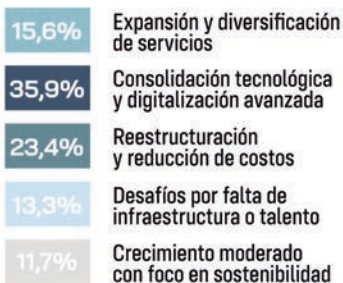
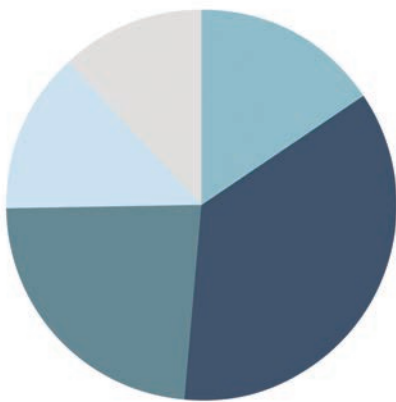
Un 22,6% señala que la industria atraviesa un proceso de transformación acelerada, impulsado por nuevas tecnologías y exigencias de eficiencia, mientras que un 10,8% indica que aún se encuentra en ajuste postpandemia, especialmente en sectores con cadenas más globales o sensibles a variaciones de demanda.

En los extremos, un 6,5% percibe un sector estancado, y otro 6,5% lo considera altamente desarrollado y competitivo, evidencia de la heterogeneidad del ecosistema logístico regional.

En suma, el diagnóstico sugiere un supply chain que progresa, pero con avances dispares y desafíos estructurales que deben abordarse para alcanzar una madurez consistente hacia 2026.

¿QUÉ ESCENARIO VISUALIZAS PARA LA INDUSTRIA DEL SUPPLY CHAIN EN 2026?

El futuro del supply chain será principalmente tecnológico, según los ejecutivos. Más de un tercio de los encuestados anticipa una consolidación digital marcada por automatización, analítica avanzada, integración de sistemas y visibilidad end to end (35,9%). Esta proyección confirma que la transformación tecnológica ya no es opcional, sino la vía dominante para aumentar la eficiencia y competitividad.



Sin embargo, el segundo escenario más mencionado (23,4%) es el de reestructuración y reducción de costos, lo que revela que la presión económica seguirá siendo un factor determinante en la estrategia logística. En un contexto de inflación, volatilidad y altos costos operativos, muchas organizaciones priorizarán eficiencia, optimización y control financiero.

Un 15,6% visualiza una expansión y diversificación de servicios, reflejando oportu-

nidades en nuevos modelos logísticos, mayor especialización y evolución del e-commerce y servicios integrados.

Al mismo tiempo, un 13,3% advierte que el sector podría enfrentar desafíos derivados de la falta de infraestructura o talento, una alerta sobre dos brechas que ya tensionan al supply chain y que podrían condicionarlo en los próximos años.

Finalmente, un 11,7% proyecta un crecimiento moderado con foco en sostenibilidad, señalando que, aun cuando el componente ambiental avanza, su despliegue seguirá siendo gradual.

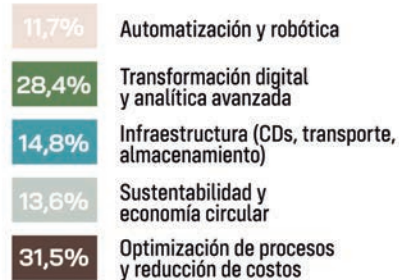
Los resultados revelan un futuro impulsado por la tecnología, pero también marcado por presiones operativas y la necesidad de fortalecer capacidades estructurales para sostener el crecimiento hacia 2026.

¿QUÉ ÁREAS PRIORIZARÁ TU ORGANIZACIÓN EN PROYECTOS O INVERSIONES LOGÍSTICAS?

El sondeo arrojó un mensaje claro: la eficiencia y la digitalización dominarán la agenda de inversión. Los ejecutivos escogieron como principal foco la optimización de procesos y reducción de costos (31,5%), reflejando la necesidad de mejorar productividad y competitividad en un entorno económico exigente.

Muy cerca aparece la transformación digital y la analítica avanzada (28,4%), confirmando que la visibilidad, la integración tecnológica y la toma de decisiones basada en datos serán pilares de la operación futura.

En un segundo nivel, las empresas priorizarán la infraestructura logística (14,8%), necesaria para resolver cuellos de botella y sostener el crecimiento. La sustentabilidad y economía circular (13,6%) avanza de forma gradual, mientras que la auto-



matización y robótica (11,7%) se posiciona como una apuesta estratégica, aunque aún limitada por costos y niveles de madurez. En síntesis, las inversiones hacia 2026 apuntan a un supply chain más eficiente, más digital y progresivamente más sostenible.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES DESAFÍOS QUE ENFRENTA TU OPERACIÓN LOGÍSTICA?

De acuerdo con el sondeo, la adaptación tecnológica y el cambio cultural encabezan las preocupaciones con un 32,6%. Esto evidencia que la brecha no está solo en las herramientas, sino también en las personas y en la capacidad de las organizaciones para integrar nuevas formas de operar. La transformación digital avanza, pero la adopción interna sigue siendo un desafío relevante.

Justo detrás aparece el aumento de los costos operativos y de transporte (27,8%),

CRECIENDO JUNTOS

SOLUCIONES DE **ALMACENAMIENTO**.
COTIZA TU BODEGA CON NOSOTROS Y
CRECE SIN LÍMITES.



MÁXIMA SEGURIDAD

+2000 cámaras 24/7 y rondas móviles



ESPACIO FLEXIBLE

Ajusta el tamaño de tu bodega



PRECIOS COMPETITIVOS

La mejor relación precio-calidad



UBICACIÓN ESTRATÉGICA

Cerca de autopistas, puertos y aeropuertos



SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Beneficios para ti y tus trabajadores



Contáctanos +562 27470000 | Contacto@bsf.cl | bsf.cl

Antofagasta | Santiago | Chillán | Temuco | Puerto Montt | Perú

COTIZA AQUÍ



27,8%	Aumento de costos operativos y de transporte
8,3%	Escasez de talento especializado
13,9%	Falta de visibilidad y trazabilidad en la cadena
17,4%	Limitaciones de infraestructura o conectividad
32,6%	Adaptación tecnológica y cambio cultural

lo que confirma la presión financiera que enfrentan las empresas y el impacto directo que tiene en la eficiencia y la competitividad. En un contexto de fluctuaciones económicas y altos precios logísticos, el control de costos continúa siendo un dolor persistente.

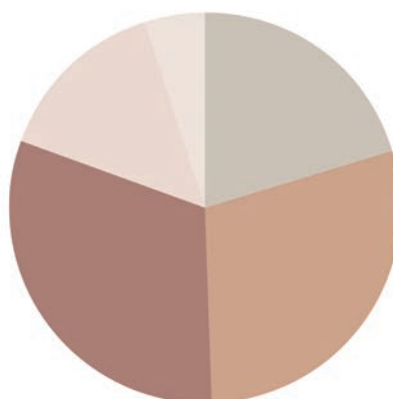
Por otra parte, el déficit de infraestructura o conectividad (17,4%) se mantiene como un obstáculo estructural, especialmente para operaciones que requieren mayor capacidad física, velocidad o integración territorial.

La falta de visibilidad y trazabilidad (13,9%) también destaca como una brecha que limita la toma de decisiones y la coordinación con socios clave, lo que refuerza la urgencia de avanzar hacia cadenas de suministro más transparentes e interoperables.

Finalmente, la escasez de talento especializado (8,3%) aparece como un desafío latente, aunque menos prioritario que otros factores, revelando que la disponibilidad de profesionales sigue siendo un tema, pero no el más crítico en esta etapa.

¿QUÉ NIVEL DE AVANCE TIENE TU EMPRESA EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL SUPPLY CHAIN?

La encuesta arrojó un panorama claro sobre cómo las empresas están enfrentando la digitalización de sus cadenas de suministro. Según lo señalado por los profesionales consultados, aún existe una importante brecha entre la ambición tecnológica y la realidad operativa, una brecha que marcará las prioridades rumbo a 2026.



4,6%	Líder - cadena de suministro digital end to end
13,8%	Avanzado - operación integrada y automatizada
29,9%	Intermedio - procesos clave digitalizados
32,2%	En desarrollo - integración parcial de sistemas
19,5%	Inicial - proyectos piloto o aislados

Los entrevistados señalaron que un 19,5% de las organizaciones todavía se encuentra en una etapa inicial, desarrollando proyectos piloto o iniciativas aisladas. Otro 32,2% declara estar en desarrollo, avanzando hacia una integración parcial de sistemas, lo que demuestra un proceso de madurez en curso pero aún fragmentado. Un 29,9% afirma haber alcanzado un nivel intermedio, donde ya existe digitalización de procesos clave y una mayor

consistencia operativa. En contraste, solo un 13,8% de las empresas se ubica en un nivel avanzado, con operaciones integradas y un mayor grado de automatización.

Finalmente, apenas un 4,6% se posiciona como líder en materia digital, operando cadenas de suministro completamente conectadas y gestionadas end to end, un estándar que los propios profesionales identifican como el horizonte competitivo hacia el cual las empresas deberán avanzar de aquí a 2026.

¿CÓMO EVALÚA EL NIVEL DE INCORPORACIÓN DE PRÁCTICAS SOSTENIBLES EN TU CADENA LOGÍSTICA?

La encuesta evidencia que la sostenibilidad continúa siendo un tema en evolución dentro de las operaciones logísticas. Si bien hay avances relevantes, los profesionales consultados muestran que aún existe un amplio margen para consolidar estrategias más robustas y medibles.

De acuerdo con lo que señalaron los entrevistados, un 30,7% de las empresas se encuentra todavía en una etapa inicial, enfocada principalmente en compromisos básicos o acciones puntuales. En tanto, un 37,5% indica estar en desarrollo, con metas definidas a mediano plazo, lo que refleja una intención creciente de ordenar y formalizar sus planes ambientales y sociales.

Por otro lado, un 17% afirma contar con un nivel avanzado, incorporando métricas y reportabilidad ESG dentro de su operación, mientras que un 9,1% declara operar bajo un modelo integrado, donde los impactos ambientales y sociales son medidos, gestionados y utilizados para la toma de decisiones.

Finalmente, un 5,7% reconoce que la sostenibilidad aún no es una prioridad dentro de su estrategia logística, un dato que



contrasta con las exigencias regulatorias y de mercado que seguirán intensificándose en los próximos años.

En conjunto, la mirada de los profesionales refleja una transición en curso: la sostenibilidad está entrando de manera más consistente en la agenda logística, pero la madurez plena sigue siendo un desafío que se proyecta como clave para 2026.

¿CÓMO DESCRIBIRÍAS LA DISPONIBILIDAD Y PREPARACIÓN DEL TALENTO LOGÍSTICO?

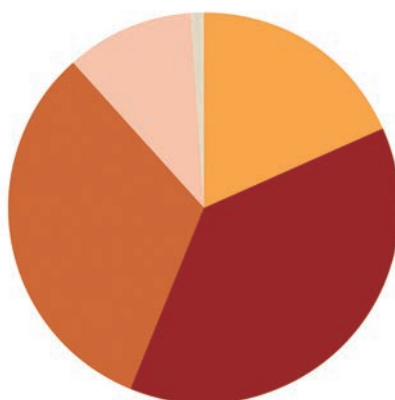
Los resultados de la encuesta evidencian que el talento continúa siendo uno de los puntos más sensibles para la industria logística. La percepción generalizada apunta a un escenario donde la oferta de profesionales no siempre acompaña el ritmo de transformación que exige el sector.

Según lo expresado por los encuestados, un 37,9% considera que el talento está en

crecimiento, pero aún presenta brechas técnicas importantes, lo que confirma la necesidad de impulsar formación especializada y actualización permanente. A esto se suma un 18,4% que califica la disponibilidad como limitada, evidenciando escasez en prácticamente todos los niveles operativos y de gestión.

En un punto intermedio, un 32,2% evalúa el panorama como aceptable, aunque condicionado por la necesidad de capacitación continua para responder a tecnologías, modelos de operación y exigencias cambiantes.

Los grupos más optimistas son reducidos: solo un 10,3% percibe una base sólida de profesionales especializados y adaptables, mientras que apenas un 1,1% la considera excelente, con liderazgo técnico y visión estratégica.



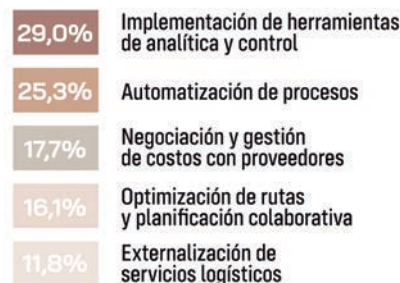
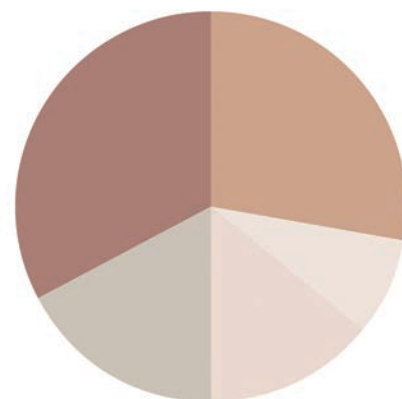
En consecuencia, la mirada de los profesionales retrata un desafío estructural: la industria está avanzando rápido, pero el desarrollo del talento no siempre acompaña ese ritmo. Para 2026, este gap aparece como uno de los factores críticos que definirá competitividad, eficiencia y capacidad

de innovación en las cadenas de suministro.

¿QUÉ ESTRATEGIAS ESTÁN APLICANDO PARA MEJORAR LA EFICIENCIA OPERATIVA?

Los resultados de la encuesta muestran con claridad que las organizaciones están adoptando un enfoque multifactorial para elevar la eficiencia, combinando tecnología, optimización de procesos y gestión estratégica de recursos. Sin embargo, la tendencia dominante es inequívoca: la eficiencia del futuro será profundamente digital.

La opción con mayor respaldo fue la implementación de herramientas de analítica y control (29%), reflejando que las empresas están priorizando la toma de decisiones basada en datos como palanca central para mejorar productividad, visibilidad y desempeño. Muy cerca se posiciona la automatización de procesos (25,3%), señal de que la robotización y los flujos automáticos comienzan a consolidarse como inversiones clave para 2026.



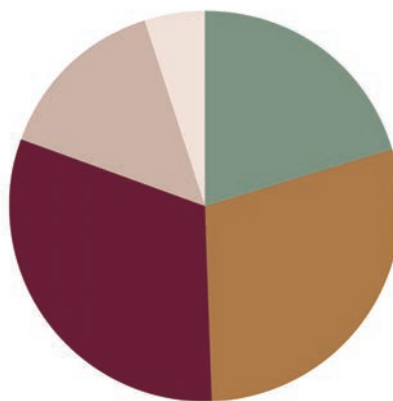
La eficiencia también se persigue desde la operación diaria: un 16,1% de los encuestados destacó la optimización de rutas y la planificación colaborativa, estrategias especialmente relevantes para transporte, distribución y última milla. En paralelo, un 17,7% está enfocándose en negociación y gestión de costos con proveedores, evidencia de que el control financiero sigue siendo un eje crítico en un contexto de presión inflacionaria y costos logísticos al alza.

Finalmente, la externalización de servicios logísticos (11,8%) aparece como una alternativa utilizada por un grupo menor, pero que refleja una tendencia creciente a buscar especialización y flexibilidad operacional mediante partners externos.

¿CÓMO EVALÚAS LA PREPARACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA LOGÍSTICA NACIONAL?

Los resultados de la encuesta revelan una percepción moderadamente crítica respecto al estado de la infraestructura logística en Chile y la región, con una mayoría que reconoce avances, pero también importantes limitaciones de cara a las demandas futuras. La opción más seleccionada fue “aceptable – cumple con las necesidades actuales” (41,2%), lo que sugiere que, si bien la infraestructura permite sostener la operación presente, su capacidad para absorber un crecimiento acelerado o responder a nuevas exigencias es todavía cuestionada.

Esta visión se complementa con el 30,6% que la califica como “parcialmente adecuada, con brechas críticas”, mostrando que para casi un tercio de los ejecutivos las falencias ya se sienten en áreas como conectividad, capacidad portuaria, transporte terrestre y desarrollo de centros logísticos. En los extremos, un 10,6% considera que la infraestructura es muy insuficiente y que se requieren inversiones



profundas y urgentes, mientras que solo un 12,9% la evalúa como sólida, capaz de acompañar el crecimiento de los próximos años. La mirada más optimista —que la ubica como altamente competitiva a nivel internacional— es minoritaria, alcanzando apenas un 4,7%.

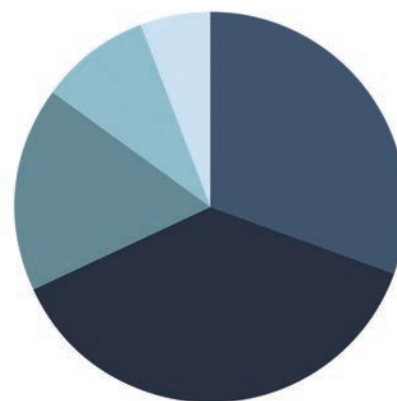
Las respuestas dibujan un diagnóstico consistente: la infraestructura cumple hoy, pero no necesariamente mañana. La percepción de los profesionales apunta a que, sin una agenda de inversión sostenida y una planificación estratégica de largo plazo, el crecimiento del comercio, el e-Commerce y la logística multimodal podría enfrentar cuellos de botella que limiten la competitividad del país en 2026 y más allá.

¿DÓNDE VISUALIZAS LAS MAYORES OPORTUNIDADES DE DESARROLLO PARA EL SECTOR?

La encuesta refleja un panorama lleno de posibilidades, donde la innovación y la

adaptación al mercado marcan la agenda de crecimiento del supply chain. Los ejecutivos encuestados señalan al e-commerce B2B y la última milla (27,2%) como la oportunidad más relevante, destacando la importancia de responder a consumidores cada vez más exigentes y a la expansión del comercio electrónico como motor de transformación logística.

Muy cerca se ubica la automatización y la robótica industrial (25,9%), evidenciando que las empresas ven en la tecnología una palanca clave para aumentar productividad, reducir errores y mejorar tiempos de entrega. La logística verde y sustentable (19,6%) también aparece como un foco estratégico, mostrando que la sostenibilidad se consolida como un eje de competitividad y responsabilidad corporativa.

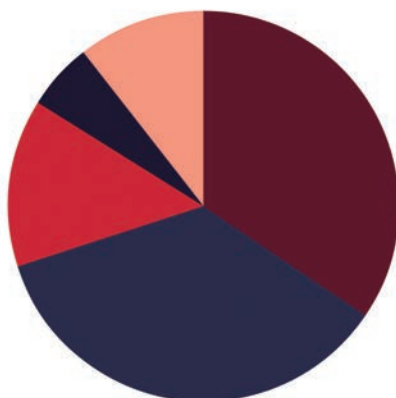


En menor medida, los encuestados identifican oportunidades en servicios 4PL y soluciones integradas (17,1%), reflejando la demanda de modelos más colaborativos y flexibles que conecten múltiples actores de la cadena. Finalmente, el nearshoring y la expansión regional (10,1%) se perciben como una oportunidad emergente, ligada a la reconfiguración de las cadenas glo-

bales y a la búsqueda de proximidad para mejorar tiempos y costos.

¿QUÉ NIVEL DE COLABORACIÓN Y VISIBILIDAD EXISTE EN TU CADENA DE SUMINISTRO?

Los resultados de la encuesta muestran que, aunque la colaboración y visibilidad en las cadenas de suministro han avanzado, todavía hay un amplio margen de mejora. La mayoría de los ejecutivos señala que su operación se encuentra “en progreso” (35,6%) o en un nivel “medio” (34,5%), indicando que la interoperabilidad y el intercambio de información están parcialmente desarrollados, pero no alcanzan aún una integración plena entre los distintos actores.



34,5%	Bajo – procesos aislados entre actores
35,6%	Total – visibilidad y trazabilidad en tiempo real
13,8%	Alto – integración de datos con socios estratégicos
5,7%	En progreso – interoperabilidad parcial
10,3%	Medio – intercambio limitado de información

Un 10,3% percibe la colaboración como baja, con procesos aislados que limitan la eficiencia y la toma de decisiones, mientras que solo un 13,8% logra un alto nivel de integración, compartiendo datos de manera efectiva con socios estratégicos.

La visibilidad total y trazabilidad en tiempo real sigue siendo todavía un estándar minoritario, alcanzado únicamente por el 5,7% de los encuestados. Estos resultados reflejan un sector en transición: la colaboración y la visibilidad están mejorando, pero para alcanzar un supply chain ágil, resiliente y competitivo hacia 2026, será necesario invertir en sistemas interoperables, plataformas de información compartida y una cultura colaborativa que supere los silos tradicionales.

¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES REFLEJA MEJOR TU VISIÓN DEL SUPPLY CHAIN DEL 2026?

Los resultados de la encuesta muestran que la mirada de los ejecutivos hacia el futuro del supply chain es optimista, pero realista, reflejando tanto ambición tecnológica como reconocimiento de los desafíos que aún persisten.

Un 24,1% visualiza una cadena “colaborativa, ágil y centrada en el cliente”, mientras que otro 24,1% la define como “resiliente, eficiente y tecnológicamente integrada”, indicando que la eficiencia operacional, la adaptabilidad y la integración tecnológica serán pilares fundamentales. La misma proporción (24,1%) percibe un modelo “en evolución constante, adaptándose al cambio”, lo que refleja la conciencia de que la transformación será continua y requerirá flexibilidad frente a un entorno dinámico.

Finalmente, un 8,3% proyecta un supply chain totalmente digital, automatizado y sostenible, un ideal aspiracional que, aunque minoritario hoy, marca la dirección estratégica hacia la cual las empresas deberán avanzar. En conjunto, estas respuestas reflejan una visión compartida: el supply chain de 2026 será más integrado, ágil y adaptable, con la digitalización y la resiliencia como ejes fundamentales para competir y responder a las exigencias de un mercado en constante cambio. ■

DESCUBRE, CONECTA E INNOVA EN EL ENCUENTRO LOGÍSTICO MÁS INFLUYENTE DE CHILE

Participar por primera vez en una feria puede parecer un desafío, pero Logistec Show 2026 está diseñado para que cada expositor —experimentado o principiante— tenga las herramientas necesarias para generar visibilidad, contactos y oportunidades concretas de negocio.



**LOGISTEC
SHOW**
www.logistecshow.cl
Powered by Revista Logistec

**ASEGURA
TU STAND**



¡LLEGÓ EL VERANO! ¿CÓMO CAMBIA LA LOGÍSTICA EN VACACIONES?



COCA COLA ANDINA: VENDER MÁS SIN PERDER SERVICIO

Durante el período estival, el volumen de facturación de la compañía en zonas costeras y turísticas puede multiplicarse hasta por diez veces. El desafío es responder en estos meses con los mismos altos estándares de calidad que en momentos de menor demanda.

“La sed crece en verano y nuestro volumen también”, señala de entrada Alejandro Vargas, gerente de Operaciones de Coca-Cola Andina Chile. Y vaya que sí; en el cuatrimestre diciembre-marzo, la compañía vende un 40% más que en el de invierno. En tanto, en algunas zonas costeras y turísticas, el volumen de facturación se multiplica incluso hasta por diez veces en enero y febrero. El desafío no es menor, considerando que no solo aumenta el volumen de facturación, sino principalmente la rotación: “los productos se venden mucho más rápido, lo que exige reposiciones más frecuentes y una operación mucho más ágil, para así sostener la calidad del servicio”, señala Vargas.

“Con el tiempo entendimos que lo más importante es tener potencia productiva para reaccionar ante los peaks de demanda. Creer que la solución está en el stock de las bodegas, es costoso y difícil. La fórmula pasa por poder producir rápidamente cuando es necesario. Por esto, hace cinco años, hicimos las inversiones necesarias para alcanzar un alto nivel de producción, permitiéndonos reaccionar al aumento de demanda del verano, de la misma manera que en invierno”, explica Vargas, quien también es director de redes del Supply Chain Council Chile.

Adicionalmente, Coca-Cola Andina activa su “Plan Verano” que contempla refuerzos en los principales destinos turísticos del país, renovando y aumentando los equipos de frío para sus clientes, incrementando la cobertura y frecuencia de visitas de sus representantes de ventas y la periodicidad del transporte.

Durante los meses de verano, la logística chilena opera bajo un modelo distinto: más dinámico, anticipado y marcado por la movilidad de millones de personas que viajan dentro del país. Supermercados, tiendas y servicios esenciales deben asegurar disponibilidad en zonas donde la demanda puede duplicarse, mientras ajustan rutas, fortalecen inventarios y refuerzan sus procesos de frío. ¿Cómo se preparan los grandes actores del retail para responder a esta estacionalidad?

El verano en Chile mueve el consumo, redistribuye a la población y pone a prueba la capacidad logística de las empresas que deben asegurar abastecimiento continuo en todo el territorio.

Con más viajes, mayor presencia en zonas turísticas y cambios en los patrones de consumo, la operación toma un ritmo acelerado.

Y si bien las categorías estacionales concentran buena parte del movimiento, el desafío va más allá del volumen.

Asegurar inventarios sanos, evitar quiebres, mantener la cadena de frío y sostener la experiencia del cliente son prioridades que requieren una coordinación diaria entre centros de distribución, tiendas y proveedores. Cuatro grandes compañías nos cuentan cómo lo hacen.

RESPONSIVE LOGISTICS FOR YOU



- Logística 3PL
- Warehousing
- Fulfillment
- Valor Agregado
- Distribución y Transportes
- Transporte Aéreo y Marítimo
- Proyectos Logísticos



**¡Contáctenos hoy
para comenzar!**

Un desafío adicional es lograr llegar a zonas turísticas donde los grandes camiones no pueden ingresar. “El reto ahí es cómo llevar el producto lo más cerca del punto de consumo y en un volumen relevante, porque en esta época ningún cliente aumenta el tamaño de sus bodegas, lo que ellos quieren es que ojalá vayas dos veces al día a reponer, porque están con alta demanda”, comenta.



Alejandro Vargas
Gerente de Operaciones
en Coca-Cola Andina

Para resolver este problema, implementaron mini bodegas en puntos cercanos a los destinos turísticos, con zonas de cross docking donde pueden traspasar los grandes volúmenes que traen los camiones hacia camionetas de reparto, las que pueden ingresar a los balnearios. “En estos centros de cross docking manejamos los productos principales y nos permiten brindar una frecuencia de entrega constante”, precisa.

Asimismo, realizan un trabajo conjunto y coordinado con los supermercados para reorganizar los espacios de venta. Algunas de las medidas que implementan para que las salas resistan bien la alta demanda y rotación de productos son: ajustar entregas, adaptar planogramas, layout de bodegas y asignar más reponedores.

Según Vargas, el ecosistema digital “Mi” ha sido un complemento muy útil para enfrentar las demandas de este periodo. Esta plataforma integra todas las herramientas y productos digitales de Coca-Cola Andina. “Mi Supply Chain”, por ejemplo, unifica y visualiza en tiempo real lo que ocurre en la cadena de valor de la empresa, desde el ingreso de pedidos hasta la salida de éstos en cada Centro de Distribución.

En tanto, la plataforma B2B permite a los clientes de Coca-Cola Andina autogestionar sus solicitudes en cualquier momento. “Actualmente, cerca del 80% de los pedi-

dos son a través de herramientas digitales. Gracias a esto hemos apalancado parte de la demanda y, además, nos ayuda a entender los hábitos del cliente para ajustar las frecuencias de entrega”, indica.

Para que todo este movimiento de escala se pueda administrar correctamente entre las distintas áreas de la compañía, Vargas recalca que el proceso S&OP (Sales and Operations Planning) ha sido fundamental. “El primer paso para responder a estos desafíos es una correcta estimación de la demanda. Y S&OP es una herramienta muy poderosa en este sentido. Nosotros la implementamos hace más de diez años y ha sido clave para definir -a partir de la proyección de la demanda- la estrategia de crecimiento de los procesos logísticos, de distribución y productivos”, concluye.

PRONTO COPEC: DOS MESES DE “CYBERDAY”

“El verano es, sin duda, la temporada más intensa del año para nuestra operación. En términos de volumen y exigencia logística, es como vivir dos meses en un “CyberDay” continuo”, sostiene Francisco González, gerente de Operaciones y Omnicanalidad de Pronto Copec.

Con 490 locales desde Arica a Punta Arenas, esta cadena de tiendas de conveniencia recibe un flujo de público relativamente estable durante gran parte del año. Pero en verano la dinámica es muy distinta. “Nos enfrentamos a familias completas, grupos grandes y viajeros que están de paso. Eso nos exige ajustar procesos, anticipar necesidades y ofrecer un servicio más ágil, con un alto estándar de calidad para las personas que están viajando y que quieren una experiencia sin complicaciones”, precisa González.

Desde su experiencia, una correcta planificación es el primer y más importante paso para responder adecuadamente a esta mayor demanda. “Llevamos dos meses preparando la estrategia estival porque el consumo y la rotación cambian de

forma significativa en este periodo y eso exige adaptar nuestra logística con anticipación”, afirma.

Luego, y para que la experiencia en tienda funcione en forma óptima, refuerzan la operación interna, partiendo por un abastecimiento y reposición oportunos. Si durante el año, una tienda estándar recibe reposición dos veces por semana, en verano esa frecuencia puede incrementarse a cuatro, cinco o incluso a entregas diarias. “Además, trabajamos con una mayor “elasticidad” en la capacidad de almacenamiento, ampliando los pulmones de stock y sumando equipamiento específico para mover más volumen, manteniendo la misma fluidez operativa. Y una parte clave de esos recursos elásticos son nuestra dotación y equipo”, explica el gerente.



Francisco González
Gerente de Operaciones
y Omnicanalidad
en Pronto Copec

Adicionalmente, ajustan los planogramas en sala y modifican la exhibición para dar mayor espacio y disponibilidad a los productos de alta rotación estival, especialmente en la categoría de líquidos y bebidas.

Para González, el nuevo sistema de gestión de la empresa, SKUBA, se ha convertido en un gran aliado a la hora de responder oportunamente a las demandas del verano: “en temporada alta recibimos más camiones y mayor volumen por tienda y el proceso de descarga, conteo e inventario se realiza de forma más rápida y precisa con SKUBA. Esta herramienta nos ha permitido ganar velocidad operativa y aseguramos que cada producto entre a la cadena en las condiciones correctas desde el primer minuto”.

En tanto, de cara al cliente, la estrategia se centra en eficiencia y omnicanalidad. “Para que la compra sea más rápida y fluida potenciamos el uso de nuestra App Copec, que ha sido clave para transformar

la experiencia. Permite pedir comida, escanear productos sin pasar por caja y una atención más fluida. Piensa en alguien que viaja apurado, con la familia en el auto y solo quiere comprar algo rápido. Antes, frente a una fila, esa decisión muchas veces no se concretaba. Hoy, con la App, el cliente resuelve su compra en segundos y disfruta más su viaje”.

A esto se suman las cajas de autoservicio, que agilizan el proceso de compra de los clientes y permiten liberar personal para distribuirlo en otras labores. Además, potencian el rol de los “líderes digitales” en tiendas; colaboradores de la empresa cuya función es ayudar a los clientes en estos procesos.

“Esta combinación entre equipos distribuidos de forma estratégica y herramientas digitales nos permite atender a más personas en menos tiempo, triplicando -incluso cuadruplicando- la velocidad de atención con un refuerzo operativo muy acotado”, apunta.

SMU: REPOSICIÓN ACELERADA EN ZONAS DE MAYOR AFLUENCIA

Bebidas, productos frescos perecibles y artículos de ocio. Esas son las tres categorías de productos con mayor rotación durante el verano en los supermercados del grupo SMU. Pero no solo los productos y los hábitos de consumo de los clientes cambian en esta época, también lo hacen los lugares desde donde compran.

“Hay regiones que, sin duda, presentan una mayor afluencia estival, como la Región de Valparaíso, Coquimbo, La Araucanía y Los Lagos, además de sectores específicos como el litoral Central, valles interiores y destinos lacustres. Es en esos puntos donde aumentamos la frecuencia de despacho y la capacidad operativa”, señala Javier Fernández, gerente corporativo de e-Commerce de SMU. La compañía define su Plan Verano como “una iniciativa omnicanal que busca garantizar

el surtido habitual de productos, sin impactar el destino de vacaciones, tanto a través del canal físico como del online”.

Para Fernández, el principal desafío logístico de este periodo radica en la gestión eficiente del abastecimiento y la reposición, además del reforzamiento del surtido de productos. En esa línea, la operación se caracteriza por una planificación anticipada, enfocada en la proyección de la demanda estacional y una coordinación intensiva entre áreas y con sus proveedores clave.



Javier Fernández
Gerente Corporativo
de e-Commerce en SMU

En la práctica, esto implica medidas como ajustar la frecuencia de reposición y abastecimiento, además de reforzar el servicio y la capacidad del e-Commerce para atender el alto flujo de personas en zonas turísticas. Asimismo, se modifican rutas para llegar con mayor frecuencia a zonas costeras y destinos altamente visitados. “También implementamos prácticas de rotación acelerada y alianzas con proveedores locales para acortar la cadena”, indica.

Para garantizar la cadena de frío, Fernández menciona que trabajan con equipos dedicados al control de calidad, implementan mejoras en transporte refrigerado y en los sistemas que monitorean condiciones en tiempo real.

WALMART: VISIBILIDAD Y LOGÍSTICA ESTIVAL DE ALTA PRECISIÓN

En Walmart Chile coinciden en señalar que la clave para responder de forma ágil y coordinada a los desafíos del verano está en una planificación anticipada respaldada por visibilidad operativa. “Operamos con plataformas integradas que

conectan nuestro abastecimiento, permitiendo ajustes en tiempo real ante cambios en la demanda. Además, contamos con mesas de coordinación estival, con reuniones semanales y paneles de seguimiento para revisar indicadores críticos y tomar decisiones rápidas. Este trabajo colaborativo end to end también lo desarrollamos con proveedores estratégicos, siempre con foco en el cliente”, explican desde la empresa.

Meses antes de la temporada identifican las tiendas estivales para diseñar una estrategia diferenciada. A partir de esa segmentación ajustan capacidades operativas, refuerzan inventarios y calibran las frecuencias de despacho según el comportamiento proyectado de cada categoría.

En paralelo, intensifican la operación logística en zonas turísticas, especialmente en la V Región, La Araucanía, el sur del país y el borde costero: “en estas áreas implementamos una logística de excelencia, aumentando la frecuencia de despacho, agregando capacidad adicional en transporte y ajustando rutas para garantizar disponibilidad total en todos nuestros formatos”.

Y aunque en verano hay categorías que experimentan un crecimiento exponencial, el objetivo final -señalan- es ser consistentes en todo el surtido de productos. “Para ello, realizamos una planificación más granular, entendiendo y pronosticando con la mayor precisión posible la demanda de cada categoría. Además, aumentamos espacios en las tiendas, reforzamos inventarios y ajustamos frecuencias de despacho, asegurando que los productos estén disponibles en góndola con inventarios sanos y sin quiebres, manteniendo la experiencia del cliente”, indican desde Walmart.

En el caso de productos frescos, aplican protocolos estrictos de monitoreo en toda la cadena logística para asegurar que la cadena de frío se mantenga intacta, incluso con volúmenes más altos y mayor velocidad de rotación. ■

“Los números eran excelentes, pero los reclamos aumentaban”, recuerda Felipe Riquelme, gerente de operaciones y logística de Redlogística y docente del área logística Duoc UC. ¿El problema? Su equipo estaba midiendo la productividad únicamente por la cantidad de despachos efectuados, sin considerar errores ni entregas incompletas. “El indicador estaba premiando la velocidad, pero no la calidad del servicio. Y la lección fue clara: los KPI deben evaluarse de forma integral, equilibrando eficiencia, exactitud y satisfacción del cliente”, precisa.

A partir de entonces, y con el objetivo de obtener una visión más equilibrada del desempeño logístico, comenzaron a complementar los indicadores de productividad con métricas de calidad. “En logística, medir no es solo controlar, sino entender el comportamiento de todo el sistema para tomar decisiones más precisas y sostenibles en el tiempo”, señala.

Aunque este ejemplo ocurrió hace varios años, refleja muy bien un aspecto clave sobre los KPI; si bien estos indicadores son esenciales para tomar decisiones, si están mal diseñados o son interpretados de manera incorrecta, pueden inducir a errores que terminen saboteando la operación.



Karol Suchan
Director del Centro de
Innovación en Transporte
y Logística UDP.

22

Para Karol Suchan, director del Centro de Innovación en Transporte y Logística de la UDP, este es un error más frecuente de lo que se cree. “En muchas operaciones se tiende a sobrevalorar los indicadores de coste y de velocidad.

La presión por reducir gastos o acortar los plazos de entrega puede llevar a centrar la atención exclusivamente en el costo logístico por pedido o en la promesa de entrega, olvidando la calidad del servicio”, recalca. En su experiencia, los KPI ofrecen

KPI: EL VALOR DE UN NÚMERO PARA LA GESTIÓN LOGÍSTICA



Los KPI -indicadores clave de desempeño- son esenciales para tomar decisiones. Pero si están mal diseñados o son interpretados de manera incorrecta, en lugar de aportar pueden terminar saboteando la operación. ¿Cómo escoger adecuadamente los KPI para un determinado negocio, cómo interpretarlos adecuadamente y qué factores considerar antes de medir? Dos especialistas comparten su visión.

mejores resultados cuando se interpretan de forma integrada, considerando su impacto en distintas áreas de la operación y no como cifras aisladas.

Felipe Riquelme coincide: “el valor real de un KPI está en cómo se interpretan y vinculan con los objetivos estratégicos de la empresa, es decir las acciones y/o decisiones que se toman sobre la base del número”.

¿CÓMO ELEGIR EL KPI ADECUADO?

Ambos especialistas señalan que no existe una receta única para seleccionar el indicador más importante en cada caso. Para Suchan, la elección depende de varios factores:

- 1 MISIÓN Y PROPUESTA DE VALOR.** Definir qué valora la operación

(rapidez, flexibilidad, precio, personalización) y seleccionar indicadores que capturen esos atributos.

Un operador de e-Commerce puede centrarse en la velocidad y la precisión, mientras que un proveedor de servicios industriales prioriza la disponibilidad y la eficiencia.

2 TIPO DE CLIENTE Y PRODUCTO.

El mix de clientes, productos y canales condiciona qué indicadores son críticos. Productos perecibles exigen controlar la frescura y el tiempo de ciclo; servicios premium requieren un alto nivel de satisfacción y personalización.

3 NIVEL DE DECISIÓN.

En la jerarquía de la planificación (S&OP para horizontes mensuales y S&OE para la ejecución diaria) se necesitan indicadores estratégicos (rentabilidad, cuota de mercado), tácticos (ocupación de flota, tasa de entrega completa) y operativos (picks por

hora, líneas por operario). Un buen sistema articula estos niveles para que el plan se ajuste a la realidad.

4 DISPONIBILIDAD Y CALIDAD DE DATOS.

Antes de adoptar un KPI conviene asegurarse de que existen sistemas o procedimientos para capturar la información. En ocasiones será necesario invertir en tecnología, diseñar procesos de estimación de datos faltantes o mejorar el costeo para asignar correctamente los recursos.



Felipe Riquelme
Docente Área Logística
en DUOC UC.

Como referencia -agrega el académico de la UDP- se puede construir una base, combinando indicadores de servicio (tiempo de entrega, porcentaje de pedi-

dos completos, cumplimiento de promesa), eficiencia (productividad, rotación de inventario, utilización de equipos), calidad (porcentaje de pedidos con error, número de devoluciones), costo (costo logístico por venta, costo de transporte por pedido, costo de adquisición de clientes), sostenibilidad (emisiones de CO₂ por entrega, porcentaje de reciclaje) y datos (índice de disponibilidad y calidad de datos).

“Lo importante es diseñar los KPI con una lógica clara, de acuerdo con el tipo de decisiones que se busca apoyar. Cada empresa elegirá y priorizará los que mejor reflejen su realidad”, apunta.

Y a modo de sugerencia, propone que el diseño de los indicadores comience desde la promesa al cliente hacia atrás. Primero se define qué se quiere entregar, con qué estándares de calidad y servicio y luego se eligen los indicadores que permitan evaluar ese cumplimiento. En este enfoque, medir deja de ser un fin en sí mismo y se

  
www.mindugar.cl

 **mindugar**

ESPECIALES, PERSONALIZADOS Y AUTOMATIZADOS

PARA MÁS INFORMACIÓN
ESCANEA

PROYECTOS ÚNICOS Y A TU MEDIDA, SOLICITA TU COTIZACIÓN EN VENTAS@MINDUGAR.CL

convierte en una herramienta de alineación entre estrategia, operación y experiencia del cliente.

SEGUNDO PASO; INTERPRETAR CORRECTAMENTE UN KPI

Para lograr resultados satisfactorios, no basta con escoger los KPI correctos, también es importante saber interpretarlos. Karol Suchan sostiene que para ello se requiere, en primer lugar, entender el proceso y la temporada. “La misma tasa de quiebres puede tener implicaciones distintas en temporada alta o baja. Dado que la demanda de ciertos productos es cíclica, los indicadores deben leerse a la luz de esa variación”.

Para interpretar correctamente los KPI también considera necesario combinar indicadores de proceso, servicio y percepción. “Medir la productividad sin asociarla a la calidad de la preparación puede llevar a priorizar la velocidad a costa de los errores. Combinar indicadores de rotación, disponibilidad y satisfacción permite una mirada integral”, acota.

Asimismo, considera necesario garantizar la calidad de los datos y complementar las herramientas de análisis con la experiencia en terreno. “La clave está en equilibrar la sabiduría del equipo con la evidencia que ofrecen los datos”, indica.

5 KPI RELEVANTES: ¿LOS ESTÁS CONSIDERANDO?

Desde una mirada ejecutiva, Felipe Riquelme sostiene que los indicadores más críticos son aquellos que permiten equilibrar tres ámbitos; eficiencia operacional, rentabilidad y satisfacción del cliente (servicio). En ese contexto, recomienda tener en cuenta los siguientes KPI:

1 CUMPLIMIENTO INTEGRAL DE ENTREGAS (OTIF). Este indicador

combina dos variables críticas: que el producto llegue a tiempo y que lo haga completo. Es uno de los KPI más utilizados en cadenas de suministro porque representa directamente el cumplimiento de la promesa al cliente.

“No sirve de mucho entregar rápido si lo que llega está incompleto, o entregar todo pero con atraso. OTIF permite ver ambas cosas a la vez y es una alerta temprana de fallas en la coordinación”, explica Riquelme. A nivel interno, también ayuda a detectar cuellos de botella o problemas de planificación en etapas anteriores de la operación.

2 COSTO LOGÍSTICO TOTAL SOBRE VENTAS. Este KPI permite poner

en perspectiva el peso real de la logística dentro del negocio. Al relacionar todos los costos logísticos -incluyendo transporte, almacenamiento, mano de obra y tecnología- con el nivel de ventas, se obtiene una medida concreta de eficiencia financiera. “Un porcentaje creciente puede ser una señal de ineficiencias operativas, pero también de decisiones estratégicas como aumentar la cobertura o mejorar el servicio. Por eso debe interpretarse con cuidado, siempre en relación con otros indicadores”, señala.

3 NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE Y CUMPLIMIENTO DE SLA (SERVICE LEVEL AGREEMENT). Más allá del

resultado físico de la entrega, este conjunto de indicadores mide el grado en que la empresa cumple lo que promete en términos de tiempo, condiciones, horarios y calidad del servicio. “Los SLA son compromisos formales que definen expectativas claras, tanto internas como externas.

Si los monitoreas correctamente, puedes anticiparte a muchos problemas antes de que escalen”, indica Riquelme. Además, ayudan a mantener alineados los estándares entre distintas áreas o proveedores involucrados en el proceso logístico.

4 PRODUCTIVIDAD OPERATIVA. Este indicador suele estar más vinculado a la eficiencia interna y al uso de

recursos. Incluye métricas como unidades por hora/hombre, pedidos preparados por turno o entregas por ruta. “Permite detectar si estamos usando bien nuestros equipos y personas.

Pero, como aprendimos, medir sin un control de calidad asociado, puede empujar a una lógica de volumen a cualquier costo”, subraya. La productividad, por tanto, debe leerse en conjunto con indicadores de precisión o error para evitar distorsiones.

5 INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD Y HUELLA DE CARBONO.

Aunque no siempre se incluyen en los dashboards tradicionales, estos KPI han ido ganando espacio en muchas operaciones. Desde consumo de combustible hasta emisiones por tonelada transportada, permiten evaluar el impacto ambiental de las decisiones logísticas.

“Para muchas empresas, la sostenibilidad se ha convertido en una dimensión central de su propuesta de valor”, afirma. Además, medir permite identificar oportunidades de mejora en eficiencia energética, optimización de rutas o uso de embalajes.

Más allá de estos cinco ejemplos, Riquelme recalca que el valor real de un KPI depende de cómo se interpreta y qué decisiones permite tomar. Un número aislado, sin contexto, puede generar falsas certezas. En cambio, cuando los indicadores están bien integrados, alineados con los objetivos y validados desde la experiencia práctica, se convierten en una herramienta poderosa de mejora continua.

“Los KPI deben ser un apoyo a la gestión, no una carga; y su verdadero valor aparece cuando toda la organización entiende que medir es aprender, no castigar. Hoy recomiendo avanzar paso a paso: con pocos indicadores, pero claros, conectados con la realidad del terreno y revisados constantemente, por proceso, de acuerdo a un mapa de operaciones”, concluye. ■

BODENOR FLEXCENTER®

PARQUES LOGÍSTICOS

¡NUEVO PARQUE LOGÍSTICO EN QUILICURA!



Estamos desarrollando nuestro decimotercer Parque Logístico Centro Norte que estará emplazado sobre un terreno de 33 hectáreas, con cerca de 200 mil m² construidos.

Ubicado en el sector norte de Santiago en la intersección de Panamericana Norte y Av. Américo Vespucio, Quilicura.

📍 Av. Boulevard Poniente N°1313, Enea Poniente, Pudahuel, Santiago.

☎ +56 22530 8000 ✉ contacto@bodenorflexcenter.cl

WWW.BODENORFLEXCENTER.CL



EL PODER LOGÍSTICO DE UNA NUEVA ENERGÍA: LATINOAMÉRICA ANTE LA REVOLUCIÓN DEL HIDRÓGENO VERDE



26

El mundo atraviesa una transformación profunda, estamos siendo testigos del nacimiento de una nueva era energética, una que no solo redefine la forma en que producimos y consumimos energía, sino que replantea los cimientos mismos sobre los que se construyeron las economías modernas. Durante más de un siglo, el petróleo, el gas y el carbón fueron los protagonistas indiscutidos, dictando reglas de desarrollo, relaciones geopolíticas y flujos de poder económico. Hoy, sin embargo, ese tablero global se mueve nuevamente, y con él surgen nuevas oportunidades y desafíos para los países de LATAM.

En este contexto, el hidrógeno verde (H₂V), producido a partir de energías renovables como el viento, el sol y, en algunos casos, la biomasa, se presenta

no solo como una alternativa técnica para descarbonizar la economía, sino como un motor de transformación económica, industrial y logística. Su potencial va más allá de la reducción de emisiones: es ca-

paz de reordenar flujos logísticos, cadenas de suministro y, en última instancia, los equilibrios geopolíticos que dominaron el siglo XX.

Pero toda revolución energética necesita algo más que tecnología y capital: requiere una estructura invisible que la sostenga. Esa estructura es la cadena de suministro. Sin logística eficiente, incluso la energía más limpia pierde competitividad. Sin Supply Chain moderna, no hay transición.

En la práctica, esto significa que producir H₂V es solo el primer paso: el verdadero desafío reside en cómo movilizarlo, almacenarlo, transformarlo en productos de valor agregado y distribuirlo a los mercados nacionales e internacionales.

Por Rodrigo Stacco, Magíster en Supply Chain por el Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA).

Latinoamérica tiene una oportunidad histórica en este escenario. Países como Argentina, Chile y Brasil poseen recursos naturales excepcionales, desde los vientos patagónicos hasta los desiertos solares del norte chileno. Pero más allá de los recursos, la región cuenta con capacidades humanas y científicas que pueden convertir estas condiciones naturales en ventajas competitivas sostenibles. La clave está en pensar la cadena de valor del H₂V de manera integral: producción, transporte, almacenamiento, industrialización y exportación.

LOGÍSTICA: LA COLUMNA VERTEBRAL DE LA REVOLUCIÓN ENERGÉTICA

Para que el H₂V sea un vector económico viable, la infraestructura logística debe estar a la altura de la ambición. Esto implica puertos capaces de manejar cargas especializadas, redes de transporte multimodal que conecten zonas de producción con terminales de exportación, sistemas de almacenamiento seguros y eficientes, y procesos digitales que permitan monito-

rear y optimizar cada eslabón de la cadena. Cada retraso o ineficiencia no es solo un costo financiero, sino una oportunidad perdida para posicionar a la región en la economía global del hidrógeno.

La planificación de corredores logísticos estratégicos es fundamental. Por ejemplo, conectar los parques eólicos y solares de la Patagonia con los puertos de exportación hacia Asia o Europa no es solo una cuestión operativa: es un factor decisivo de competitividad. La digitalización de la logística, combinada con infraestructura moderna, puede transformar a Latinoamérica en un hub energético capaz de competir con Australia, Medio Oriente o Europa en producción y exportación de hidrógeno verde.

El H2V también redefine la relación entre energía y geopolítica. Mientras el siglo XX estuvo dominado por recursos fósiles concentrados en determinadas regiones, la transición hacia energías renovables abre

nuevas rutas de poder y cooperación. Latinoamérica, con su riqueza natural y posición estratégica, puede convertirse en un proveedor clave de energía limpia para el mundo, al tiempo que fortalece su autonomía energética y genera desarrollo local. La región tiene la oportunidad de pasar de ser un exportador de materias primas a convertirse en un líder en tecnología, logística y cadenas de valor del hidrógeno.

SUPPLY CHAIN: EL NUEVO VECTOR DE COMPETITIVIDAD ENERGÉTICA

En el siglo XX, la ventaja comparativa estaba en el recurso: petróleo, gas y carbón determinaban quién lideraba la economía y la geopolítica global. En el siglo XXI, esa lógica se invierte. La verdadera ventaja competitiva reside en la cadena de suministro, en la capacidad de mover energía

limpia de manera eficiente, segura y confiable desde el lugar donde se produce hasta donde se consume. En este contexto, el H2V(H2V) no es solo una fuente de energía: es un desafío logístico global.

Pensar en H2V significa entender que la energía no es solo un insumo; es un sistema logístico integral. Cada etapa -producción, almacenamiento, transporte, conversión y exportación- define la competitividad del producto final. La transición energética no comienza ni termina en los electrolizadores: empieza con ellos, pero se sostiene en la eficiencia de toda la cadena. Por eso, el verdadero diferenciador no es la capacidad de generación, sino la solidez de la Supply Chain, su resiliencia, trazabilidad y capacidad de innovación.

Para que Latinoamérica se consolide como un actor global en hidrógeno verde, su cadena de suministro debe integrar tres dimensiones estratégicas:



**PROTEGE TUS OPERACIONES LOGÍSTICAS CON I-PRO:
VIDEOANALÍTICA AVANZADA CON IA.**

- Cámaras con Deep Learning integrado y búsquedas forenses.
- Alta gama japonesa una inversión en calidad que perdura.
- Integración nativa con VMS líderes, 5 años de garantía y soporte local.

Scharfstein 

A INFRAESTRUCTURA LOGÍSTICA Y PORTUARIA:

la logística del hidrógeno comienza con corredores energéticos capaces de conectar el Cono Sur con Europa, Asia y mercados emergentes. Esto requiere puertos adaptados para la exportación de hidrógeno en distintas formas: amoníaco verde, LOHC (Liquid Organic Hydrogen Carriers) o hidrógeno líquido. Nodos estratégicos como Bahía Blanca, Río Grande, Pecém y Antofagasta podrían transformarse en epicentros del comercio verde intercontinental. No se trata solo de capacidad física, sino de diseño eficiente, integración multimodal y coordinación regional, donde trenes, camiones y almacenamiento intermedio funcionen como un sistema único.

B TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO SEGURO:

mover H₂V es un desafío técnico y económico. Las innovaciones permiten nuevas formas de transportar la molécula, pero escalar la operación y estandarizar procesos es crucial para ser competitivos. Cada tonelada transportada requiere garantizar seguridad, eficiencia energética y trazabilidad ambiental. En otras palabras, la logística del H₂V no es solo un problema de infraestructura: es un ejercicio de ingeniería, coordinación y gestión avanzada, donde la seguridad y la eficiencia determinan la viabilidad del negocio.

C GESTIÓN COLABORATIVA Y PLANIFICACIÓN INTEGRADA:

el H₂V no se desarrolla en aislamiento. Para que la Supply Chain funcione, deben articularse alianzas entre gobiernos, empresas, universidades y centros de investigación. Las redes logísticas deben diseñarse de manera inteligente, permitiendo que la información fluya tan rápido como la energía que transporta. La planificación integrada y colaborativa asegura que cada eslabón (producción, compresión, transporte y conversión) se sincronice como un solo organismo, reduciendo riesgos y optimizando resultados.

Una cadena de suministro sólida no solo mueve moléculas: transmite confianza. Demuestra que la región no solo tie-

ne recursos, sino también capacidad de gestión, tecnología y fiabilidad a largo plazo. La innovación logística se convierte en el corazón invisible de la transición energética: sin datos, planificación y sincronización, los proyectos de H₂V no se sostienen, aunque se instalen las turbinas más avanzadas o los paneles solares más eficientes. Cada kilómetro recorrido, cada tonelada transportada, cada hora de operación cuenta.

TECNOLOGÍA DIGITAL AL SERVICIO DE LA LOGÍSTICA ENERGÉTICA

Las nuevas tecnologías están redefiniendo cómo diseñamos, operamos y optimizamos las cadenas de suministro del hidrógeno:

- Digital Twins permiten simular flujos energéticos completos, anticipando cuellos de botella y optimizando transporte y almacenamiento.
- Blockchain garantiza trazabilidad y certificación de origen verde, asegurando que el producto cumpla con estándares internacionales y genere confianza en mercados globales.
- Automatización portuaria y robótica logística aceleran procesos, disminuyen errores y mejoran la eficiencia energética en cada punto de la cadena, sumado a la Inteligencia Artificial, que permita analizar demandas, pronosticar variaciones y ajustar operaciones en tiempo real, reduciendo pérdidas y maximizando eficiencia.

La integración de estas herramientas convierte a la Supply Chain en un sistema vivo, capaz de adaptarse y evolucionar según las necesidades del mercado y las demandas regulatorias.

El H₂V es, en esencia, un desafío de sincronización. Cada etapa, producción, compresión, transporte, conversión, debe coordinarse como un solo organismo. Cualquier desajuste puede impactar la

competitividad, la seguridad o la sostenibilidad del proyecto. Por eso, la Supply Chain se convierte en el sistema nervioso del nuevo ecosistema energético, donde la eficiencia logística es tan estratégica como la generación de energía misma.

Pero esta cadena no solo mueve moléculas: mueve confianza, credibilidad y posicionamiento geopolítico. Una logística confiable proyecta seguridad hacia inversores internacionales, refuerza la reputación del país o la región y demuestra capacidad de gestión ante desafíos globales. En el siglo XXI, la energía limpia no se vende solo por sus emisiones reducidas: se vende por su eficiencia, trazabilidad y confiabilidad.

El H₂V es mucho más que energía. Es un catalizador de desarrollo, industrialización, innovación tecnológica y cooperación regional. Pero su éxito depende de la calidad de la Supply Chain. La región tiene la oportunidad de transformar la Patagonia, el norte chileno, Brasil y otros territorios estratégicos en nodos de producción y logística energética global. Cada kilómetro, cada tonelada, cada decisión logística es una inversión en credibilidad, competitividad y liderazgo.

La logística del hidrógeno será también la logística de la credibilidad. Quien domine la cadena de suministro del H₂V no solo dominará moléculas de energía: dominará confianza, mercados y oportunidades de desarrollo. En este nuevo paradigma energético, la verdadera ventaja comparativa de Latinoamérica ya no está solo en los recursos: está en su capacidad para moverlos, gestionarlos y proyectarlos al mundo de manera eficiente.

El H₂V no es solo un cambio de matriz energética: es una transformación cultural profunda. Nos invita a repensar cómo producimos, cómo transportamos y, sobre todo, cómo cooperamos. En el siglo del hidrógeno, el liderazgo no se medirá por la cantidad que producimos, sino por la capacidad de conectar mejor, de generar redes de confianza que trasciendan fronteras y sectores. ■



iBoreal 4.0 ahora es TRG!

Estamos combinando nuestro éxito histórico en América Latina con la presencia global de TRG en Estados Unidos, Canadá y Europa para construir una marca de alto impacto en tres continentes.

Descubrí el nuevo TRG en trgsolutions.lat

TRG

CLEVELAND \ SEATTLE \ TORONTO \ PAÍSES BAJOS \ POLONIA \ REINO UNIDO \ MÉXICO \ COLOMBIA \ CHILE \ ARGENTINA

GUANTE Y GACEL: OMNISCANALIDAD, MODERNIZACIÓN Y UNA EXPERIENCIA DE CLIENTE SIN FRICCIONES

Con casi un siglo de historia, Guante y Gacel inicia una nueva etapa que pone a la omniscanalidad, la modernización tecnológica y la experiencia del cliente en el centro de su estrategia. La compañía está redefiniendo su forma de operar, integrando logística avanzada, análisis de datos y una visión más ágil del retail, en un momento donde la coherencia entre lo que se promete y lo que se entrega es clave para competir.

La historia de Guante y Gacel ha sido, desde sus inicios, una historia de evolución. Pocas empresas del rubro del calzado pueden decir que han acompañado por casi un siglo los cambios estéticos, funcionales y culturales del país.

El grupo está concentrado en escribir un capítulo completamente nuevo: uno donde la logística, la omniscanalidad y la expansión internacional se convierten en protagonistas de una transformación profunda. “Hoy estamos en pleno proceso de crecimiento”, dice Eduardo Astudillo, gerente general de Empresas Guante – Gacel, mientras describe una hoja de ruta que no solo moderniza la empresa, sino que redefine la manera en que interactúan con sus consumidores.

“Acabamos de terminar nuestra Planificación Estratégica que nos marca la hoja de ruta de aquí a los próximos años y nuestra expansión responde al desafío de reforzar nuestra estrategia multimarca y multicanal”, añade el ejecutivo. No se trata de una expansión improvisada ni de una respuesta

coyuntural; es una visión articulada que se apoya en fortalezas construidas durante más de 90 años y en una lectura muy clara del mercado actual.

En palabras simples, el grupo entiende que el retail de hoy exige disciplina, velocidad y una capacidad de adaptación que no siempre está presente en las compañías tradicionales.

Ese plan contempla reforzar su liderazgo en Chile y, al mismo tiempo, reactivar su presencia en mercados donde su nombre aún resuena. “Estamos diseñando el plan retorno a Argentina y Perú, que son mercados en donde ya nos conocen y donde factores como la madurez del e-Commerce, los acuerdos logísticos y la afinidad cultural permiten prever un buen aterrizaje”, agrega Eduardo.

La empresa sabe que internacionalizar no es solo vender: es construir una propuesta relevante y consistente para consumidores que valoran diseño, confort, rapidez y una experiencia sin fricciones.

LA ERA OMNISCANAL: MUCHO MÁS QUE UN SLOGAN

Conscientes de los cambios que ha experimentado el mundo de la moda y calzado y del retail en general, la compañía inició hace unos años un proceso de cambios, marcado por la forma de acercarse al cliente y responder a sus necesidades.

En el retail abundan las declaraciones de empresas que dicen ser omniscanales. Pero en la práctica, muchas veces el concepto queda reducido a un slogan, una promesa publicitaria o una funcionalidad aislada. En Guante, la omniscanalidad es otra cosa: es el corazón del modelo de negocios.

“Pasamos de un modelo predominantemente físico a uno omniscanal donde el cliente define cómo compra”, recuerda Eduardo. Esa transición no fue un discurso, sino una transformación real que obligó a



revisar procesos, sistemas, cultura interna y estructura completa. “Planificar con flexibilidad, fortalecer el análisis profundo de datos y poner al cliente en el centro de todas las decisiones” fueron aprendizajes que marcaron un antes y un después, según Cristóbal Boetto, gerente de Supply Chain y Logística.

El cambio también implicó redefinir el rol de las tiendas, que dejaron de ser puntos de ventas aislados para convertirse en nodos logísticos y experienciales. Hoy, un local puede ser tienda, punto de retiro, punto de devolución y vitrina digital a la vez. Esa flexibilidad amplifica la capacidad de respuesta frente a una demanda cada vez más variable y exigente.

Y ese cliente, más exigente, más informado e impaciente, exige fluidez total. “El cliente no piensa en canales, piensa en fluidez. Quiere ver online, probar en tienda, comprar desde el celular y devolver donde le quede mejor”, agrega Cristóbal.

De esa convicción nació un ecosistema operativo que incluye inventario unificado, disponibilidad en tiempo real, retiro en tienda, despacho express, ship-from-store y experiencias híbridas como pasillo infinito.

Para Guante, la omnicanalidad no es tendencia: es infraestructura, es tecnología, es diseño operativo y es filosofía de trabajo. Es la base sobre la cual se construye la experiencia completa del cliente. Y esa diferencia, entre decir y hacer, marca un punto de competitividad clave.

LA LOGÍSTICA COMO MOTOR SILENCIOSO DEL CRECIMIENTO

Con la omnicanalidad como eje, la logística dejó automáticamente de ser un backend para convertirse en una pieza estratégica. Cristóbal Boetto lo sintetiza así: “La logística dejó de ser una función de soporte para convertirse en una ventaja competitiva”.

En una industria donde los ciclos son cortos, las colecciones se mueven con rapidez y la demanda varía por diseño, talla, temporada y tendencia, tener una operación robusta es tan importante como tener un zapato atractivo y para eso fortalecer proveedores, capacidades predictivas y modelos de abastecimiento rápidos y flexibles es vital.

Cada decisión logística impacta directamente en la percepción del cliente. Y con el crecimiento del canal digital, la postventa adquirió protagonismo: “Los nuevos desafíos que propone el canal digital nos ha obligado a poner los procesos de postventa en el centro”.

En este contexto, la trazabilidad también se ha convertido en un pilar clave. El cliente exige saber dónde está su compra, cuánto tardará y cómo puede modificar su entrega. La empresa, consciente de ello, ha fortalecido su visibilidad operacional con herramientas que integran datos en tiempo real, permitiendo reaccionar con rapidez frente a cualquier desvío o variación de demanda.

Para sostener todo esto, Guante ha invertido en una arquitectura tecnológica moderna: plataformas de logística avanzada, un OMS omnicanal, un ERP cloud con IA integrada, un CRM de nueva generación y un software especializado para logística inversa. Esto permite operar con precisión quirúrgica en un sector donde la rapidez y la disponibilidad en tiempo real son ahora básicas, no diferenciadoras. “Se diseña desde el consumidor hacia atrás”, explica el líder supply chain y logística. Ese principio guía la forma en que equilibran inventa-

rios entre tiendas y centro de distribución, optimizan forecasting y diseñan procesos ágiles que respondan a la velocidad de la moda y del e-Commerce.

GLOBALIZAR SIN PERDER IDENTIDAD

Hoy Guante está en un momento importante: sólido, en evolución, con una identidad fuerte y con ambiciones regionales. “Hoy estamos en un momento de consolidación y evolución”, resume Eduardo Astudillo. Competir con marcas globales, con nativos digitales o con propuestas de bajo costo exige autenticidad y coherencia. Su ventaja competitiva, asegura, está en “diseño chileno contemporáneo con mirada global, calidad como estándar, tecnologías de confort aplicadas al diseño y una experiencia omnicanal uniforme”.

La internacionalización también implica entender cómo se comportan las nuevas generaciones de consumidores, quienes no sólo buscan comodidad y estilo, sino también transparencia, agilidad y coherencia entre lo que una marca promete y lo que realmente entrega. En ese sentido, expandirse a nuevos mercados con una propuesta omnicanal robusta y una logística capaz de sostener promesas es un factor diferenciador.

Mirando a tres a cinco años, la compañía proyecta una versión más grande y más moderna de sí misma con un claro foco en lo digital y la sostenibilidad. Además, visualiza una mayor presencia en Latinoamérica, la incorporación de nuevas marcas, como la recientemente incorporada Anacapri que “ha tenido muy buena recepción en el mercado local”, colaboraciones creativas y colecciones más innovadoras que recojan tendencias e incluso las creen y, sobre todo, un foco en la experiencia que amplifique la satisfacción.

Y desde el punto de vista tecnológico, Cristóbal Boetto asegura que la mirada está en: “seguir perfeccionando nuestro modelo de

automatización logística, retail inteligente y robustez en analítica avanzada y uso de IA”. Todo lo anterior, a juicio de los ejecutivos, se sustenta en cinco pilares culturales de la compañía: conexión con el cliente, innovación proactiva, pasión por los detalles, excelencia y responsabilidad por el negocio. Estos principios permiten sostener el crecimiento sin perder autenticidad.

HACIA UN RETAIL MÁS INTELIGENTE

Los desafíos del sector (ciclos de moda cada vez más cortos, la entrada de nuevos competidores globales, consumidores más exigentes y la volatilidad logística internacional) no intimidan a la compañía. Por el contrario, actúan como un acelerador interno. “No buscamos imitar, sino que buscamos competir desde lo que nos hace únicos”, afirma el gerente general, resumiendo la convicción que hoy guía a la organización.

Esa mirada explica por qué Guante está avanzando hacia un modelo donde la estrategia comercial, la inteligencia de datos, el diseño de colecciones, la operación omnicanal y la infraestructura logística funcionan como un solo sistema.

La empresa entendió que la moda ya no se construye sólo con diseño, sino también con analítica, con visibilidad operacional, con procesos ágiles y con una experiencia integrada que elimina fricciones en cada punto de contacto.

Además, la compañía está reforzando su capacidad de innovación continua, incorporando herramientas que permiten testear colecciones con mayor rapidez, analizar rendimiento por SKU casi en tiempo real y ajustar promociones o surtidos según el comportamiento del consumidor.

Esta inteligencia permite, por ejemplo, anticiparse a quiebres de stock, reaccionar oportunamente a cambios de preferencia y maximizar la vida útil comercial de cada colección.

En paralelo, la empresa avanza hacia un modelo más colaborativo, donde las áreas comerciales, de abastecimiento, diseño y logística trabajan con información compartida y decisiones sincronizadas.

Esta integración, que antes podía demorar días o semanas, hoy ocurre en horas gracias a plataformas que centralizan datos y ofrecen una lectura más fina de la demanda. Así, los equipos pueden equilibrar mejor los riesgos, asegurar disponibilidad y potenciar la rentabilidad sin comprometer la experiencia del consumidor.

El impulso hacia un retail más inteligente también se refleja en la forma en que Guante - Gacel gestiona la experiencia en tienda: layouts actualizados, mayor digitalización del punto de venta, herramientas para que los vendedores accedan a inventario unificado y nuevas dinámicas de servicio que conectan mejor el canal físico con el digital.

Todo eso fortalece la coherencia entre lo que el cliente ve online y lo que encuentra en sus visitas a tiendas, reduciendo complejidades habituales del retail tradicional.

El futuro del retail exige precisión y anticipación; y la compañía está desarrollando ambas capacidades: proyecciones más finas, reposiciones más ágiles, integración tecnológica en expansión y una cadena logística diseñada para responder a lo que el cliente espera. En esa visión, la omnicanalidad dejó de ser un concepto aspiracional y se consolidó como el sistema nervioso que articula la experiencia completa.

La empresa no solo está creciendo: está perfeccionando su manera de competir. Con estrategia. Con identidad. Con historia. Y con la convicción de que los próximos pasos se darán con mayor velocidad, mayor integración regional y un foco aún más profundo en el cliente.

Guante camina hacia adelante con firmeza y con la claridad de que el futuro del retail no se imita, sino que se construye. ■

LÍDERES EN AUTOMATIZACIÓN EN COLD STORAGE

www.friosan.cl



COLD AND FROZEN PRODUCTS

TECNOLOGÍA | EFICIENCIA | SOSTENIBILIDAD | PRECISIÓN



EX- San Pablo Antiguo, Las Mercedes 14212, Pudahuel, Santiago

+56 9 2797 9487

contacto@friosan.cl

RETAIL VERSUS, PURE PLAYERS: ¿QUIÉN LIDERA LA OMNICAÑALIDAD EN CHILE?

El avance del comercio digital ha empujado a los retailers tradicionales y a las plataformas nativas online a reorganizar sus operaciones, sus tiempos de entrega y la forma en que opera su logística. ¿Cuáles son los principales actores en este tablero y qué estrategias están desplegando unos y otros para captar las preferencias de sus clientes?

Según cifras de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), solo en el primer semestre de 2025, el e-Commerce alcanzó ventas por US\$ 4.725 millones, un 10,6 % más que en el mismo periodo del año anterior. Pese a estas contundentes cifras, la mayor parte de las ventas del retail chileno (85%) aún siguen haciéndose en tiendas presenciales.

Pero no es una “vuelta al pasado”. La evidencia de los últimos dos años muestra que ambos espacios -presencial y digital- se están integrando de manera acelerada, impulsados por consumidores que ya no distinguen entre comprar online o en tienda, sino que buscan fluidez entre ambos. En ese contexto, la rapidez logística, la disponibilidad de stock y la coherencia de la experiencia parecen ser variables decisivas.

Un claro ejemplo de esta integración es el sector supermercados. Lejos de replegarse ante el avance del e-Commerce, cadenas como Walmart Chile, SMU o Cencosud han anunciado inversiones de más de US\$3.000 millones para abrir casi 200 tiendas nuevas entre 2024 y 2026. La diferencia es que estas tiendas ya no tienen solo la

estructura de supermercados tradicionales, sino que muchas veces se convierten en microcentros de distribución, puntos de retiro y espacios de experiencia.

Estas transformaciones responden a la lógica del consumidor chileno actual, que valora la cercanía, pero también exige velocidad y flexibilidad. Según datos de NielsenIQ, un 82% prefiere que el supermercado esté cerca de su casa o del trabajo, incluso si hace su compra en línea.

Es decir, la tienda ya no es solo un canal de ventas, sino que también cumple funciones de despacho, retiro y devolución, asumiendo un rol clave dentro de la estrategia omnicanal.

POTENCIAR LA RED FÍSICA PARA GANAR ESPACIO EN LO DIGITAL

Los grandes actores del retail local, como Falabella, Cencosud o Ripley, han entendido que su principal fortaleza está en su infraestructura física. En 2025, Falabella destinó más del 50% de su presupuesto de inversión a modernizar tiendas, ampliar cobertura y me-

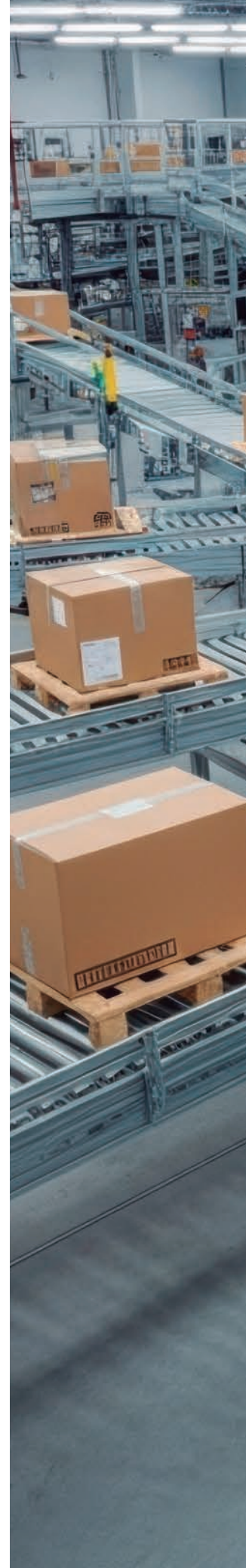
jorar capacidades logísticas. Pero eso sí; enfocándose en la integración entre lo físico y lo digital.

A través de falabella.com, Sodimac, Tottus y la app Falabella, la compañía apunta a que el cliente pueda moverse sin interrupciones entre lo digital y lo presencial, manteniendo coherencia en precios, stock y servicio. Incluso permite que vendedores del marketplace exhiban productos en algunas tiendas físicas, fusionando inventario y visibilidad.

En paralelo, Cencosud ha incorporado el formato de live shopping en el e-commerce de Jumbo, realizando transmisiones en vivo donde presentadores e influencers muestran productos, responden preguntas y permiten comprar en tiempo real desde la misma plataforma.

Esta modalidad se ha convertido en un componente relevante dentro de la estrategia de retail media del holding, fortaleciendo la visibilidad de marcas y categorías mediante contenidos interactivos.

Las transmisiones, que se difunden simultáneamente en el sitio online de Jumbo y en redes sociales como Instagram, YouTube y TikTok,





buscan recrear parte de la experiencia de asesoría en tienda e incentivar la compra online, especialmente en categorías como hogar, belleza, electro y consumo masivo.

Ripley, por su parte, ha profundizado su estrategia de retail media, usando los datos de navegación online de sus clientes para personalizar la publicidad, tanto en su sitio web como dentro de sus tiendas físicas. Allí, pantallas promocionales y dispositivos interactivos muestran ofertas relacionadas con lo que los clientes vieron en internet e incluso pueden activar campañas según su ubicación o el stock disponible en ese local. Una experiencia omnicanal integral.

PURE PLAYERS REFUERZAN SU AGILIDAD DIGITAL

En la otra vereda, MercadoLibre -el pure player dominante en Chile- ha multiplicado su presencia en el e-commerce nacional desde 2019 y en 2024 ya concentraba un 14 % del mercado, según estimaciones de Cohlers+Partners. Su fortaleza, sostienen desde la empresa, reside en su robusta red logística: actualmente entregan más de un millón de paquetes por semana en Chile y más del 80 % llega en menos de 48 horas.

Para lograrlo, la empresa ha invertido en centros de distribución locales, como el hub de Colina de 100.000 m² y ha reforzado su servicio "Full" para ofrecer almacenamiento, empaquetado y despacho directo a los vendedores. Su estrategia omnicanal no incluye tiendas físicas, pero sí convenios con puntos de retiro, lockers y flotas propias de última milla.

Otros jugadores digitales también han ido ganando terreno en el ecosistema chileno, especialmente las plataformas asiáticas.

Según datos del Servicio de Impuestos Internos (SII), en 2024 AliExpress concentró el 78% de todas las compras remotas

de bienes de hasta US\$ 500 realizadas desde Chile, con ventas por US\$ 343,6 millones, lo que confirma su posición dominante dentro del comercio internacional. Bastante más atrás aparecen Amazon (15,7%), eBay (10,9%) y Shein (7,3%) y Temu (1%).

Aunque los porcentajes de estas dos últimas plataformas parecen mínimos, los montos no lo son tanto. En el caso de Shein, sus ventas hacia Chile alcanzaron US\$ 32,2 millones en 2024, mientras que Temu superó los US\$ 4 millones en el mismo periodo. La combinación de precios muy bajos, tiempos de entrega cada vez más competitivos y aplicaciones altamente optimizadas les han permitido crecer rápidamente en los segmentos jóvenes, especialmente en categorías como moda rápida, accesorios y artículos tecnológicos de bajo valor.

Aun así, su peso dentro del e-commerce local sigue siendo acotado, si bien su velocidad de crecimiento y su capacidad para capturar nichos los convierte en una competencia real para los marketplaces nacionales.

Además, desde la implementación del IVA digital y aranceles a las importaciones menores, los productos de Amazon quedaron sujetos a impuestos más estrictos, lo que ha elevado sus costos finales y podría afectar el volumen de pedidos desde Chile. Esto ha reforzado su percepción de una plataforma premium o especializada, más que un competidor masivo en categorías cotidianas.

Un factor que podría frenar el ritmo de crecimiento de estas plataformas es el cobro de IVA, que comenzó a regir en octubre de este año a las compras internacionales de hasta 500 dólares. Para contrarrestar esta situación, AliExpress ya anunció una serie de medidas y beneficios destinados a mitigar el alza de precios. Entre ellas destaca el programa "Descuento Estrella", que ofrece una rebaja del 9,5% en todos los productos marcados con la etiqueta "Choice", con el objetivo de compensar el incremento de valor derivado del IVA. Además, la empresa indicó que los pedidos que superen un monto mínimo de compra contarán con

envío gratuito y entrega rápida, beneficios que apuntan a mantener el atractivo de su oferta.

Con estas acciones, AliExpress busca mantener su competitividad en el mercado chileno, adaptándose al nuevo escenario impositivo sin perder su sello de precios bajos y conveniencia. Las estrategias de Shein y Temu apuntarían en la misma dirección.

Respecto de Amazon, aunque no tiene operación directa en Chile, sigue siendo un actor presente en las decisiones de compra digital del consumidor chileno, especialmente en categorías como tecnología, libros, electrónicos y ciertos artículos especializados. Su modelo de venta directa desde Estados Unidos o Brasil, sin una estructura logística local, limita su capacidad competitiva frente a operadores como MercadoLibre, Shein o Falabella, que ofrecen entregas rápidas, precios en pesos chilenos y plataformas adaptadas al entorno normativo local.

Además, desde la implementación del IVA digital y aranceles a las importacio-

nes menores, los productos de Amazon quedaron sujetos a impuestos más estrictos, lo que ha elevado sus costos finales y podría afectar el volumen de pedidos desde Chile. Esto ha reforzado su percepción de una plataforma premium o especializada, más que un competidor masivo en categorías cotidianas.

A pesar de su baja participación relativa, Amazon conserva una alta valoración en experiencia de usuario, confiabilidad y catálogo, lo que lo mantiene como opción elegida por ciertos segmentos (tecnófilos, profesionales, compradores frecuentes). Además, su creciente infraestructura

en Brasil y México -donde ya opera con bodegas y marketplace local- ha alimentado especulaciones sobre una posible entrada a Chile o expansión logística en Sudamérica. Por ahora, esa posibilidad no se ha concretado, pero si ocurriera, su escala global y capacidad tecnológica podrían modificar rápidamente el tablero competitivo.

¿QUIÉN LIDERA REALMENTE?

Si se consideran únicamente las cuotas de mercado, los retailers tradicionales aún dominan el e-commerce. Según estimaciones de Cohlers+Partners, Falabella concentra el 21 % del mercado online, Cencosud el 15 % y Ripley el 9 %. Sin embargo, si se analiza la evolución y la eficiencia, los pure players avanzan con fuerza. MercadoLibre ha cuadruplicado su participación desde 2019, pasando de un 3 % a un 14 %, impulsado por una red

logística robusta y una propuesta 100 % digital.

Uno de los factores más críticos del e-commerce es la gestión del inventario. Los grandes retailers omnicanal han debido integrar en tiempo real el inventario de tiendas, bodegas y e-commerce bajo un modelo de stock unificado. Esto reduce quiebres, habilita servicios como click & collect y convierte la tienda física en un nodo logístico.

Para lograrlo, la adopción de tecnologías como RFID y WMS avanzados y la reposición automatizada ha sido clave. Según la CCS, este modelo ha reducido los quiebres en 30% y ha mejorado en 20% los tiempos de entrega, consolidando la omnicanalidad como estándar competitivo.

En contraste, los pure players dependen casi por completo de su capacidad tecnológica. Sin red física, utilizan modelos predictivos basados en inteligencia arti-

ficial y análisis de comportamiento para anticipar la demanda y optimizar inventarios. MercadoLibre ajusta promociones y flujos en tiempo real y opera con fulfillment centralizado, lo que le permite consolidar volúmenes y lograr alta eficiencia. En Shein y Temu, gran parte del inventario viaja desde Asia, por lo que anticipar tendencias y asegurar tiempos competitivos es crucial.

Lo cierto es que, con enfoques son distintos, ambos modelos enfrentan el mismo imperativo: responder con agilidad a una demanda que cambia minuto a minuto. Para los retailers, eso significa digitalizar por completo su cadena de abastecimiento y aprender a operar sin fronteras entre lo físico y lo online. Para los pure players digitales significa convertir datos en decisiones logísticas casi instantáneas. Según expertos, hay espacio para ambos modelos, pero eso sí: quien no logre integrar ambos mundos, se quedará atrás. ■



ar racking
SISTEMAS DE ALMACENAJE

**DISEÑO, FABRICACIÓN E
INSTALACIÓN DE
SISTEMAS DE ALMACENAJE**

info@ar-racking.com



¡FELIZ ANIVERSARIO!

25
Logistec
www.revistalogistec.com

MUNDO DE LA MODA: UNA LOGISTICA MARCADA POR LA OMNICALIDAD Y LA TECNOLOGIA

La moda se mueve más rápido que nunca. La explosión del e-Commerce, la presión por la inmediatez, la omnicanalidad como norma y la sostenibilidad como exigencia global están reescribiendo las reglas del retail. Hoy, la capacidad de integrar datos, tecnología y operaciones es lo que define a las marcas de moda que logran responder a un consumidor más digital, impaciente y consciente.

En la industria de la moda, la logística dejó de ser un soporte operativo para convertirse en un habilitador estratégico. Las colecciones cambian al ritmo de las tendencias digitales, los consumidores exigen inmediatez y la sostenibilidad se consolida como un imperativo global. Hoy, más que nunca, la omnicanalidad y la tecnología son pilares esenciales para competir en este desafiante sector.

La lógica del see now, buy now aceleró un ecosistema donde la moda debe reaccionar en horas, no en semanas. La capacidad de procesar miles de SKUs, garantizar trazabilidad y gestionar altos volúmenes de devoluciones exige operaciones integradas y soportadas por información en tiempo real.

Pero la velocidad tiene un costo. El reto está en equilibrar la inmediatez con la trazabilidad, la eficiencia del inventario y la reducción de desperdicios. Cada eslabón, desde el aprovisionamiento de materias primas hasta la logística inversa, se vuelve crítico en la ecuación. Y es justamente ahí donde la tecnología emerge como un aliado

central para esta industria. La tecnología permite convertir datos en decisiones inmediatas: desde predicciones de demanda hasta reposiciones automáticas, optimización de rutas y coordinación entre múltiples canales. Este enfoque dinámico permite mantener competitividad y responder a un consumidor que exige rapidez, visibilidad y confiabilidad en cada interacción.

OMNICALIDAD COMO EJE DEL NUEVO RETAIL DE MODA

El consumidor actual se mueve sin fricciones entre lo físico y lo digital. Para él, la marca es una sola, independientemente del canal.

Esto obliga a que la logística evolucione hacia un modelo donde el inventario es único, los flujos se integran y la experiencia es coherente en cada punto de contacto. Para Gastón Flores, eCommerce Lead Andes Levi Strauss & Co, esta

transición está siendo impulsada decisivamente por la tecnología, la cual “está colonizando áreas y permitiendo tener ahorros en los tiempos de trabajo en la cadena completa. Tener el producto correcto en la bodega o tienda correcta es clave, y las herramientas digitales avanzan cada vez más, por lo que son de suma importancia en casos como reposiciones a tiendas o bodegas de e-Commerce”.

Las devoluciones son otro desafío crítico donde el rol de las soluciones tecnológicas queda en evidencia. Según el ejecutivo de

Levi's, “existen muchas herramientas hoy para acompañar el proceso de compra del cliente con el fin de aumentar el éxito en la compra del producto y así disminuir las devoluciones”.

Y añade: “el desafío de la omnicanalidad sigue presente y las marcas tratan de cerrar ese gap más temprano que tarde. La tecnología ayudará a integrar procesos y a generar flujos sin fricción en cada



Rodolfo Solís
Distribution Manager
en H&M Brasil



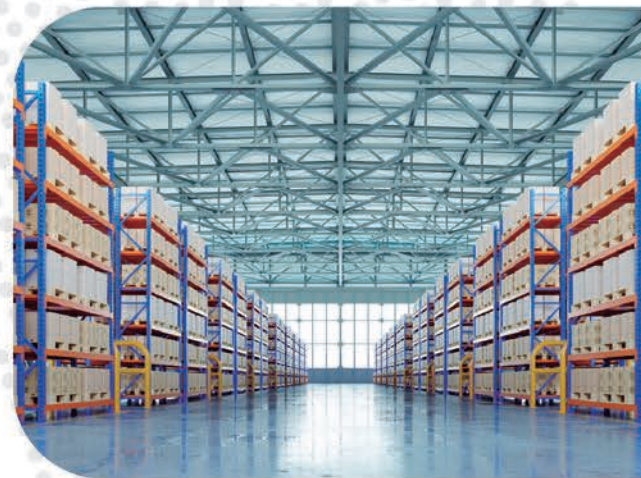
A member of the **KWE** Group

PROVEEDOR LIDER EN SOLUCIONES LOGÍSTICAS Y DE TRANSPORTE

Nuestros procesos están diseñados para garantizar la entrega de sus productos de forma eficiente y segura, cumpliendo altos estándares de calidad y exactitud.

EL COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES ES:

- ➔ **Eficiencia y productividad:** estamos diseñados para mejorar la eficiencia y productividad de nuestros socios estratégicos.
- ➔ **Seguridad y cumplimiento:** nuestros procesos están creados para garantizar seguridad y cumplimiento a sus requerimientos.
- ➔ **Flexibilidad y adaptabilidad:** nuestras soluciones en distribución se adaptan a las necesidades específicas de cada cliente.



Si está interesado en conocer más sobre nuestras soluciones y cómo podemos ayudarlo a crecer y desarrollarse, no dude en contactarse con: paola_ortuzar@apllogistics.com

punto de venta para entregar al cliente un journey de compra transparente”.

En este escenario, los centros de distribución dejan de ser bodegas tradicionales y se convierten en hubs inteligentes que orquestan la experiencia de compra. La última milla, por su parte, se transforma en un diferenciador estratégico, donde la visibilidad en tiempo real del inventario y la capacidad de respuesta inmediata determinan la satisfacción del consumidor.

PLANIFICACIÓN DINÁMICA Y TECNOLOGÍA

La moda opera con ciclos cada vez más cortos, alta rotación y estacionalidad marcada. Rodolfo Solís, distribution center manager de H&M Brasil, detalla cómo la planificación y la tecnología se combinan para sostener esta dinámica:

“De manera concreta, la planificación y la tecnología impactan en la alta rotación y estacionalidad del producto con: pronósticos dinámicos, ajustando inventarios según tendencia y ventas históricas; aplicación del enfoque Just in Time, que minimiza exceso de inventario; Machine Learning y Big Data para analizar patrones de compra y redes sociales para anticipar demanda; sistemas WMS y OMS que sincronizan inventario en tiempo real entre centros de distribución, cross docking, split point y canales; automatización con RPA y Power Automate para agilizar procesos; y simulación de escenarios con APS para prever impactos y ajustar planes”, asegura Rodolfo.

Estas herramientas permiten que la logística deje de ser reactiva y se convierta en un sistema predictivo, adaptable y capaz de tomar decisiones en tiempo real sobre inventarios, reposición y distribución.

El ejecutivo de H&M Brasil enfatiza que “el consumidor de moda busca rapidez,

novedad y visibilidad total de su compra. La logística debe ser omnicanal por diseño: no pueden existir dos cadenas separadas para físico y online”, reforzando la tecnología como columna vertebral de esta integración.

TECNOLOGÍAS QUE IMPACTAN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

La tecnología aplicada a la logística omnicanal, en el mundo de la moda, tiene un efecto dual: optimiza procesos internos y eleva la experiencia del cliente.

• **Machine Learning y Big Data:** anticipan la demanda, reducen quiebres de stock y aseguran disponibilidad.

• **Sistemas WMS y OMS:** sincronizan inventarios y habilitan click & collect, entregas rápidas y devoluciones ágiles.

• **Automatización (RPA / Power Automate):** mantiene catálogos, precios y reposición actualizados en tiempo real.

• **Simulación APS:** anticipa picos y permite ajustar planes sin afectar la disponibilidad.

• **Integración con canales digitales:** habilita recomendaciones personalizadas, alertas de stock y promociones segmentadas.

En conjunto, estas herramientas hacen que la logística no solo mueva productos, sino también expectativas, confianza y fidelidad.

SUSTENTABILIDAD, TRAZABILIDAD Y RESPONSABILIDAD

La presión por reducir la huella ambiental y garantizar trazabilidad total crece año a año. La tecnología permite visibi-

lizar cada movimiento del producto y habilitar estrategias de circularidad y logística inversa.

Solís lo resume así: “Más que desafíos futuros, la moda enfrenta desafíos presentes impulsados por la velocidad de los cambios. La trazabilidad será un estándar... La rapidez ya no es un diferencial; es una obligación competitiva”. Y agrega la pregunta de fondo: “¿está el consumidor dispuesto a pagar por estándares éticos más altos?”.

Se entiende que la moda avanza hacia una logística híbrida: inteligente, automatizada, integrada y circular. La omnicanalidad será la plataforma sobre la cual se construirá todo lo demás, y la tecnología será el habilitador para que las marcas respondan a un consumidor más informado, exigente y digital.

Entre los desafíos que ya son presentes destacan:

• **Sostenibilidad:** reducción de huella de carbono, trazabilidad de origen, logística inversa, reciclaje y cumplimiento normativo.

• **Omnicanalidad:** inventarios integrados, click & collect, devoluciones ágiles y visibilidad en tiempo real.

• **Rapidez y flexibilidad:** entregas same-day, next-day y centros de micro-fulfillment urbanos.

• **Digitalización y datos:** IA para pronósticos, gemelos digitales y blockchain para autenticidad.

• **Desafíos sociales y éticos:** transparencia en proveedores y educación al consumidor.

La industria que viene será rápida, precisa, trazable y sustentable. Detrás de cada prenda entregada a tiempo habrá una red compleja donde innovación, datos y talento logístico se entrelazan para sostener el ritmo imparable del retail moderno.



Gastón Flores
e-Commerce Lead
en Levi's



Además, el avance de la logística de moda dependerá cada vez más de la capacidad de las marcas para colaborar con un ecosistema diverso de actores: desde startups tecnológicas especializadas en análisis predictivo hasta operadores logísticos capaces de diseñar soluciones a la medida de ciclos de alta rotación. La

integración entre proveedores, retailers y plataformas digitales dará lugar a cadenas de suministro más conectadas, donde la información fluye en tiempo real y los equipos pueden anticipar quiebres, optimizar inventarios y ajustar estrategias comerciales casi al instante.

A ello se suma el desafío de atraer y desarrollar talento con competencias híbridas (analítica, digital y operativa) capaz de interpretar datos, operar nuevas tecnologías y gestionar procesos complejos en un mundo que evoluciona rápidamente.

Según el último informe “**El Estado de la Moda 2026 de Business of Fashion y McKinsey**”, la industria de la moda enfrenta un entorno desafiante marcado por la volatilidad económica, cambios en las prioridades de los consumidores y la rápida disrupción tecnológica.

Entre los hallazgos más relevantes destacan:

- **Cambio constante como normalidad:** “Desafiante” es la palabra que define la industria para 2026, con los aranceles como principal obstáculo.

- **Crecimiento moderado:** Se proyecta un aumento bajo de un solo dígito, afectado por la cautela del consumidor y la incertidumbre macroeconómica.

- **Oportunidades en el lujo:** Tras un 2025 complejo, el segmento podría mostrar mejoras modestas impulsadas por reajustes creativos y expansión en EE. UU.

- **IA como necesidad estratégica:** Más del 35 % de los ejecutivos ya usa IA generativa en atención al cliente, marketing y contenidos.

- **Agilidad como ventaja competitiva:** Las marcas que se adaptan rápido a la tecnología, al comercio y al comportamiento del consumidor liderarán el nuevo escenario. ■



ARRIENDO DE CENTROS
LOGÍSTICOS DE CLASE MUNDIAL

DESARROLLO Y ARRIENDO DE CENTROS LOGÍSTICOS A LA MEDIDA DE LOS CLIENTES

UBICACIÓN
ESTRATÉGICA



- GRANDES BODEGAS PARA ARRIENDO
- MÓDULOS LIBRES DE PILARES, CON 11 METROS DE ALTURA (al hombro)
- ANDENES CON NIVELADORES
- OFICINAS Y OTRAS INSTALACIONES SEGÚN REQUERIMIENTOS
- AMPLIOS PATIOS DE MANIOBRAS



Alto estándar
Seguridad



Desarrollo Proyectos
Build to Suit

CONTÁCTANOS

+56 9 6441 0878

almacenaje@danco.cl

www.danco.cl



BSF AMPLÍA SU CENTRO LOGÍSTICO TEMUCO Y CONTRIBUYE A LA CONSOLIDACIÓN LOGÍSTICA DE LA ARAUCANÍA

LA AMPLIACIÓN, QUE CONTEMPLA 10.000 M² ADICIONALES Y UNA INVERSIÓN DE USD 2,5 MILLONES, INCLUIRÁ NUEVAS BODEGAS Y UN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN DE 5.000 M² PARA RESPONDER AL CRECIMIENTO OPERATIVO DE LA MACROZONA SUR.

En la Región de La Araucanía, Bodegas San Francisco avanza en uno de sus proyectos más relevantes: la ampliación del Centro Logístico Temuco. Con 40 años de trayectoria, más de 2,3 millones de m² construidos en Chile y Perú y más de mil clientes de diversos sectores que confían en su infraestructura, la compañía se ha consolidado como un actor clave del abastecimiento y la distribución en el país.

Reconocida por su modelo de centros multicliente y por relaciones de largo plazo con sus arrendatarios, BSF ha sido un actor clave del desarrollo logístico del país, acompañando el crecimiento de pequeñas y grandes compañías y contribuyendo diariamente al funcionamiento de la cadena de suministro.

Esa misma realidad se refleja en La Araucanía, donde la ubicación del centro -a pasos del Aeropuerto Maquehue y con conexión directa a la Ruta 5 Sur- lo convierte en un nodo estratégico dentro del corredor Santiago-Chillán-Temuco, un eje que demanda infraestructura moderna, operación eficiente y espacios disponibles para acompañar el crecimiento de las empresas.

A esto se suma que Temuco es uno de los centros con mayor ocupación de toda la

red, operando de manera sostenida sobre 95% de ocupación, lo que ha limitado la posibilidad de recibir nuevos clientes. La ampliación permitirá responder a esa demanda acumulada y abrir capacidad tanto para grandes operadores como para empresas medianas y pequeñas que hoy no pueden ser atendidas por falta de superficie disponible.

UNA AMPLIACIÓN QUE IMPULSA INFRAESTRUCTURA

La ampliación incorpora 10.000 m² adicionales, elevando la capacidad total del centro de 20.000 m² a 30.000 m². El proyecto incluye nuevas bodegas a piso -diseñadas para atender la demanda de pequeñas y medianas empresas- y un centro de distribución de 5.000 m² desarrollado bajo el estándar corporativo de BSF, con mejoras en flujos operacionales, altura útil y maniobras, en línea con el dinamismo logístico de la región.

“Temuco es un punto logístico natural dentro de nuestra red y la ocupación sostenida del centro confirma su consolidación como polo estratégico. Esta ampliación responde a una demanda consistente y al compromiso de ofrecer más capacidad y mejores estándares a las empresas que

operan en la macrozona sur, en un territorio que seguirá creciendo con fuerza en los próximos años”, afirmó Sergio Barros F., gerente general de BSF.

La inversión total asciende a USD 2,5 millones. La ampliación es parte del plan de crecimiento regional de BSF, que para 2026 contempla nuevas expansiones en Antofagasta y Chillán. “Nuestro foco es seguir creciendo en regiones, fortaleciendo una red descentralizada y con estándares que acompañen las necesidades de nuestros clientes”, señaló el ejecutivo.

Según detalla Barros, el movimiento de tierra comenzó en noviembre de 2025 y la obra se ejecutará en una única etapa, con un plazo total estimado de tres años.

“La planificación es habilitar cada nave apenas esté terminada. Esto nos permitirá aumentar la capacidad de inmediato, sin detener la operación actual del centro. La ampliación irá entrando en funcionamiento de manera progresiva, a medida que cada unidad esté lista”.

El proyecto fue diseñado siguiendo criterios de eficiencia y sostenibilidad. Incluye luminarias LED de alto desempeño, áreas verdes y un sistema para el uso de aguas grises para riego, reduciendo consumos y mejorando la operación futura.

APORTE LABORAL Y COMPROMISO TERRITORIAL DE BSF

En materia laboral, la ampliación también será un aporte para la zona. Durante la etapa de construcción se movilizarán equipos locales de alrededor de 20 personas, y una vez en marcha, la ampliación generará nuevas oportunidades laborales a partir de las operaciones de los propios arrendatarios.

Según estima Barros, “la ampliación permitirá que nuestros clientes incorporen cerca de 250 nuevos puestos de trabajo, creando empleo estable para familias de Padre Las Casas y Temuco y fortaleciendo la actividad económica local”.



La ampliación del Centro Logístico Temuco también se articula con el trabajo territorial que BSF desarrolla desde hace años en su entorno inmediato. Andrés Illanes, gerente de asuntos corporativos de la compañía, indicó que “el administrador del centro y el equipo de sostenibilidad de BSF mantienen una relación cercana y colaborativa con las comunidades vecinas”, una labor que se expresa en iniciativas permanentes como la entrega de útiles escolares en marzo y de regalos de Navidad para los niños de las dos comunidades mapuches del sector.

Sergio Barros
Gerente General
BSF



Este año, BSF también llevó adelante su concurso anual de proyectos comunitarios, una iniciativa que promueve el fortalecimiento de capacidades locales y apoya directamente el desarrollo del territorio. En esta edición, las comunidades José Ma-

nuel Millapán 1 y José Manuel Millapán 2 resultaron ganadoras con sus iniciativas, reafirmando el trabajo colaborativo que se ha construido en el entorno del centro. “La relación con las comunidades forma parte de nuestra operación diaria. No se trata solo de ejecutar proyectos, sino de acompañar su crecimiento con iniciativas que generen beneficios reales y sostenibles en el tiempo”, añadió Illanes.

A ello se suman nuevas iniciativas vinculadas directamente a la ampliación. Una de las más relevantes será la llegada del programa Giro Limpio, ya implementado en Puerto Montt y programado para desarrollarse en Temuco en 2026.

Según Illanes, esta iniciativa “permitirá reducir el consumo de combustible y las emisiones de gases de efecto invernade-

ro (CO₂e), mejorar la gestión operativa mediante la optimización del tiempo de ralenti y aportar al cumplimiento de las metas de la Estrategia Nacional de Electromovilidad mediante la incorporación de tecnologías limpias”.

Así, la ampliación del Centro Logístico Temuco no solo aumentará la capacidad operativa de BSF en la región, sino que también fortalecerá el rol de La Araucanía como plataforma logística del sur de Chile. El proyecto impulsará nuevas oportunidades para empresas y trabajadores, incorporará prácticas ambientales de alto estándar y profundizará un trabajo comunitario que ya forma parte del sello de la compañía.

Con más superficie, mejor infraestructura, sostenibilidad integrada y un vínculo territorial permanente, BSF está desarrollando un centro preparado para acompañar el crecimiento de sus clientes y el desarrollo sostenido de la región en los próximos años.

JUNGHEINRICH AMPLÍA SU PORTAFOLIO CON ANTON: UNA NUEVA ERA MID-TECH EN INTRALOGÍSTICA

EL LANZAMIENTO DE LA NUEVA MARCA DE JUNGHEINRICH ES UNA APUESTA POR LA EFICIENCIA, LA SIMPLICIDAD Y LA SOSTENIBILIDAD, INCORPORANDO AL MERCADO UNA SOLUCIÓN DISEÑADA PARA OPERACIONES QUE NECESITAN EQUIPOS CONFIABLES, FÁCILES DE OPERAR Y CON RESPALDO INTERNACIONAL. ANTON AMPLÍA EL ALCANCE DE LA COMPAÑÍA ALEMANA HACIA EMPRESAS QUE BUSCAN ELECTRIFICACIÓN ACCESIBLE Y DESEMPEÑO DIARIO SIN RENUNCIAR A CALIDAD NI SOPORTE.

La multinacional alemana Jungheinrich ha dado un paso estratégico en la evolución de su portafolio con el lanzamiento de AntOn by Jungheinrich, una línea eléctrica costo-eficiente diseñada para empresas que buscan equipos simples, robustos y con respaldo global. La presentación oficial tuvo lugar en Europa el 30 de septiembre de 2025 y marca la entrada de la compañía en el dinámico mercado Mid-Tech, un segmento que está ganando protagonismo en la intralogística mundial y que exige soluciones precisas que aporten calidad operativa.

Este movimiento no solo amplía la oferta de la compañía, sino que refuerza su capacidad para adaptarse a realidades logísticas cada vez más diversas. Con AntOn, Jungheinrich apunta a organizaciones que necesitan equipos confiables, fáciles de operar y mantener, pero también alineados con estándares modernos de eficiencia energética y desempeño. Al mismo tiempo, el desarrollo de AntOn refleja la estrategia global de la compañía:

combinar innovación con accesibilidad. Con décadas liderando el segmento premium de equipos intralogísticos, la empresa reafirma su compromiso con la innovación y con la transformación de la logística global.

UNA COLABORACIÓN CON BASES SÓLIDAS

El lanzamiento de AntOn está respaldado por una asociación estratégica con EP Equipment, proveedor líder de equipos industriales de ion de litio. Ambas compañías comparten una historia corporativa similar y un enfoque en la electrificación, lo que constituye una base ideal para la colaboración.

EP aporta su amplia experiencia en el sector y ventajitas de escala que permiten a Jungheinrich ofrecer precios competitivos sin sacrificar calidad.

Gracias a esta asociación, Jungheinrich accede rápidamente al mercado Mid-Tech, aprovecha capacidades de producción

existentes y fortalece su presencia en Asia-Pacífico y Latinoamérica.

IDENTIDAD PROPIA, RESPALDO GLOBAL

“AntOn by Jungheinrich es una línea que combina facilidad de uso, fiabilidad y rentabilidad”, afirma María Cristina Rincón, Inside Sales Manager de la compañía, quien agrega que esta incorporación permite “ofrecer soluciones ajustadas al tamaño, presupuesto y necesidad real de los clientes, sin renunciar al soporte que nos distingue”.

AntOn está dirigido a compañías que buscan soluciones simples y rentables para tareas habituales de almacenamiento y transporte: ideal para principiantes, flotas pequeñas o como complemento a flotas existentes. Las unidades están preconfiguradas, listas para funcionar y disponibles de inmediato, lo que permite a las empresas comenzar operaciones sin largas preparaciones. El acceso primario al portafolio se realiza a través del e-Commerce de Jungheinrich, lo que agiliza la entrega de estos modelos, sujetos a disponibilidad y región.

TECNOLOGÍA DE LITIO Y SOSTENIBILIDAD

Todas las carretillas AntOn incorporan baterías de iones de litio, que ofrecen:

- **Tiempos de carga cortos**
- **Larga vida útil**
- **Mantenimiento mínimo.**

Además, integran sistemas inteligentes de gestión (BMS) que monitorizan en tiempo real parámetros como nivel de carga, temperatura y ciclos de vida. Esta información puede conectarse con plataformas digitales de gestión de flotas, habilitando planificación de uso y mantenimiento predictivo.

Los Equipos eléctricos no solo sustituyen motores de combustión, sino que también actúan como catalizadores de sostenibilidad y digitalización en la intralogística.

María Cristina Rincón
Inside Sales Manager
Jungheinrich Chile





SCAN QR E INGRESA A
JUNGHEINRICH.CL

UNA LÍNEA CREADA PARA EL DESEMPEÑO DIARIO

La familia inicial de AntOn incluye:

- **Grúas horquillas eléctricas CBH 2.5 y CBH 3.0:** capacidades de 2.500 y 3.000 kg, velocidades de hasta 17 km/h y alturas de elevación de 4.800 mm
- **Transpaleta eléctrica PTL 1.5:** compacta, ágil y diseñada para espacios reducidos, con opción de batería adicional para continuidad operativa.

Todos los modelos destacan por su fiabilidad, facilidad de uso y bajo costo total de propiedad. Para muchas tareas de mantenimiento y reparación, el usuario dispondrá de videotutoriales, instrucciones paso a paso y kits de reparación adecuados para la PTL. Esto le permite mantener su independencia y ahorrar costos.

ATERRIZAJE ESTRATÉGICO EN LATINOAMÉRICA

Tras su lanzamiento en Europa, AntOn iniciará su despliegue en Asia-Pacífico y Latinoamérica a partir de noviembre de 2025. Para el mercado chileno y regional, este arribo representa una oportunidad concreta para acceder a soluciones eléctricas con respaldo internacional a precios más accesibles.

“El cliente podrá encontrar tanto equipos premium como alternativas más sencillas bajo el mismo estándar de servicio y garantía”, Rincón destaca dentro de los beneficios.

- **Simplicidad operativa:** equipos intuitivos y amigables para operadores.
- **Fiabilidad y robustez:** chasis resistente y estándares de calidad consistentes.
- **Coste total optimizado:** gracias a la tecnología de litio y la estrategia multinacional.
- **Sostenibilidad:** soluciones 100% eléctricas que apoyan la transición hacia operaciones más limpias.

La marca está pensada para centros logísticos, retail, distribución, bodegas y empresas de transporte que requieren equipos confiables para flujos de trabajo regulares, pero no intensivos.

ELECTROMOVILIDAD ACCESIBLE, SIN RENUNCIAR AL RESPALDO

Con AntOn, Jungheinrich amplía su alcance hacia clientes que buscan eficiencia y electrificación con presupuestos acotados. Así, la multinacional fortalece su posición en un mercado competitivo y diversificado, manteniendo su sello de fiabilidad, soporte técnico y calidad.

Para Chile y Latinoamérica, AntOn llega como una herramienta para profesionalizar operaciones, reducir costos y avanzar hacia la sostenibilidad, respaldada por la experiencia y garantía de una de las marcas líderes en intralogística a nivel mundial.





CAROLINA RAMOS
GERENTE SUPPLY CHAIN VOGT
Y SOCIA SUPPLY CHAIN COUNCIL CHILE

LA LOGÍSTICA INTERNACIONAL COMO UNA PALANCA ESTRATÉGICA. EN UN ENTORNO DONDE LA VOLATILIDAD ES LA NORMA Y LAS CADENAS DE SUMINISTROS ESTÁN CADA VEZ MÁS EXPUESTAS A RIESGOS GLOBALES, CONGESTIÓN PORTUARIA, DISRUPCIONES CLIMÁTICAS, CAMBIOS GEOPOLÍTICOS Y EN NORMATIVAS, VOLATILIDAD EN COSTOS DE TRANSPORTE Y DISPONIBILIDAD DE PROVEEDORES, LA LOGÍSTICA INTERNACIONAL SE VUELVE PROTAGONISTA, SIENDO UN EJE ESTRATÉGICO EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS; NO SOLO PERMITE REALIZAR LAS COSAS DE MANERA CORRECTA Y ASEGURAR LA CONTINUIDAD OPERACIONAL, SINO QUE TAMBIÉN EJECUTAR PROYECTOS DE FORMA EXITOSA.

Una empresa que lidera su segmento se diferencia de sus seguidores en gran medida por su calidad en la planificación global. En logística internacional, el enfoque no se limita a los envíos según incoterms, sino que considera la estrategia empresarial integral, cubriendo todos los aspectos de la planificación corporativa, que incluyen:

- Desarrollo de nuevos mercados, expansión.
- Proveedores de alcance global.
- Visibilidad end to end.
- Gestión de plazos para proyectos.
- Gestionar de manera anticipada los riesgos, uno de los puntos importantes a considerar son las fechas festivas de los distintos países, como, por ejemplo, en el cierre y apertura del año, como son el Golden Week, Mid-Autumn, Black Friday, Navidad, Boxing Day, Lunar New Year y Chunyun.

PLANIFICACIÓN, VENTAJA COMPETITIVA

Cuando hablamos de planificación, no nos referimos exclusivamente a S&OP y Forecast, es tener una visión profunda de la cadena de suministro, donde se unen cuatro focos:

- a) Planificación de demanda y abastecimiento. b) Dirección estratégica del abastecimiento y desarrollo de proveedores globales. c) Optimización tecnológica y gestión avanzada de visibilidad. d) Control estratégico de riesgos.

En industrias como energía, minería, farmacéuticos, retail y manufactura, la ejecución de proyectos depende de la sincronía entre ingeniería, compras, proveedores y logística internacional. Un retraso en un equipo crítico, un embarque mal

programado o documentación incompleta pueden detener un proyecto multimillonario.

Una planificación internacional bien armada y ejecutada garantiza:

Garantía de abastecimiento estratégico de insumos críticos. KPIs: OTIF crítico, % de disponibilidad de inventario, tiempo de recuperación ante quiebres.

Orquestación y compresión estratégica de lead times end-to-end. KPIs: Lead time promedio, variabilidad de lead time, % de hitos logísticos cumplidos.

Disminución estructural de gastos extraordinarios y uso de transporte premium, KPIs: % de reducción de fletes aéreos urgentes, ratio air freight/total, costo evitado por urgencias.

Aseguramiento de continuidad operativa resiliente y sostenida. KPIs: % de continuidad operacional, incidentes operativos/anual, tiempo medio de recuperación (MTTR).

Resiliencia operacional ante disrupciones externas de alto impacto. KPIs: Tiempo de resiliencia, % de cumplimiento de demanda, índice de resiliencia de la cadena.

Las empresas que lo logran no solo ejecutan proyectos y mantienen continuidad operativa: construyen una reputación de cumplimiento que incrementa su valor en el mercado.

RESULTADOS TANGIBLES: DE LA EFICIENCIA A LA EXCELENCIA

Las empresas que han dado el salto a la planificación logística internacional madura han tenido resultados tangibles en reducción de costos logísticos de 15 a 30% menos, mejoras de hasta 40% en cumplimientos de plazos críticos, disminución de capital inmovilizado, incremento de disponibilidad de inventarios y más estables ante disrupciones globales.

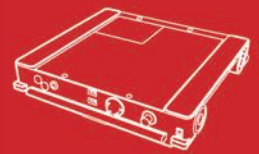
Las empresas exitosas del futuro comprenderán que la logística internacional no es un soporte, sino un pilar estratégico. La planificación, la alianza con proveedores globales, la adopción de nuevas tecnologías y la cultura de anticipación convierten la logística en un activo que impulsa innovación, sostenibilidad y excelencia operacional.



Soluciones de Almacenaje
para Bodegas y
Centros de Distribución



**Fabricante de todo
tipo de estanterías**



Automatización



**Stock para
entrega inmediata**



**Cumpliendo la
normativa de
cálculo sísmico**



www.esnova.cl

La fortaleza de la sencillez

T. +56 9 8825 0757
+56 9 8839 5942 / +56 9 5716 9073
comercial@esnova.cl

Avenida Ferrocarril Poniente N° 941
Bodegas B12 - 13 - 14
Valle Grande - Procentro - Lampa - Santiago



LILIANA DELGADO
SOCIA DE WINS

PROYECTOS MINEROS Y LA CONSTRUCCIÓN: UN TRABAJO EN EQUIPO. EN LOS PROYECTOS MINEROS Y DE CONSTRUCCIÓN EN CHILE, DONDE LAS DISTANCIAS SON ENORMES, LOS EQUIPOS PROVIENEN DE DISTINTOS LUGARES DEL MUNDO Y LAS RESPONSABILIDAD DEL PROYECTO SE MULTIPLICAN, HAY UN ELEMENTO QUE SOSTIENE CADA AVANCE Y QUE MUCHAS VECES PASA INADVERTIDO: EL TRABAJO EN EQUIPO.

Detrás de cada embarque que llega a tiempo, de cada repuesto crítico que se entrega cuando más se necesita y de cada operación que continúa sin interrupciones, existe un engranaje humano que funciona con precisión y compromiso.

Comercio exterior, logística, abastecimiento y equipos en faena forman una cadena interdependiente que hace posible que cada decisión se traduzca en progreso concreto. Cada material que arriba permite que un supervisor continúe su labor, que un operador no detenga su turno y que un proyecto mantenga su ritmo. Nada de esto ocurre de manera aislada, es la coordinación entre áreas lo que garantiza que los objetivos se cumplan y que la operación avance, incluso en las condiciones más exigentes.

El abastecimiento es un pilar clave, ya que son quienes planifican la llegada de materiales y equipos, anticipan necesidades futuras y coordinan con logística para que todo esté listo en el momento exacto. Sin su mirada estratégica, los planes de faena podrían desajustarse, generando retrasos que afectan no solo la operación, sino también a las personas que dependen de ella.

El comercio exterior, por su parte, se encarga de los permisos, documentos y coordinación con proveedores internacionales, como forwarders especializados, navieras y líneas aéreas para asegurar que cada carga avance sin contratiempos.

La Logística traduce esos planes en acciones concretas en terreno: ajusta rutas, maneja cargas sobredimensionadas, coordina con transportistas internacionales y resuelve imprevistos que podrían detener la faena. Cuando comercio exterior, abastecimiento, logística y proyecto trabajan alineados, se transforman en un solo equipo con un objetivo compartido: que todo avance en tiempo y forma. Los equipos en faena viven la presión de cada decisión. Saben que un retraso significa parar un turno, que una máquina inmóvil representa

horas de producción perdidas y que cada minuto cuenta para cumplir los objetivos. Cuando nos comunican que "esta pieza es vital", no lo dicen como un requerimiento administrativo: lo dicen como una urgencia, en ese momento nos convertimos en bomberos apagando incendios, entendiendo a quienes están en obra y escuchando en su voz la responsabilidad que sostienen. Detrás de cada material hay personas esperando para seguir trabajando. Esa conexión nos une a todos, desde la casa central hasta el norte, "cada movimiento importa".

La tecnología ha sido una aliada invaluable en este engranaje. Sistemas de seguimiento en tiempo real, plataformas de trazabilidad y digitalización portuaria nos permiten anticipar problemas, reducir errores y mejorar la coordinación. Pero lo que realmente marca la diferencia sigue siendo la comunicación humana: una llamada o un mensaje enviado a tiempo puede evitar retrasos críticos. La minería no se mueve solo con software; se mueve con empatía, colaboración y la capacidad de ponerse en los zapatos del otro.

La sostenibilidad también refuerza este trabajo conjunto. Elegir rutas más eficientes, reducir viajes innecesarios y planificar entregas con menor impacto ambiental requiere coordinación entre todas las áreas. Cada decisión de abastecimiento impacta a la faena, a las comunidades cercanas y al país. No lo hacemos solo para cumplir estándares internacionales, sino porque entendemos que cada movimiento logístico tiene un efecto real en personas y en el territorio.

A veces, cuando un equipo recibe los materiales que esperó durante semanas y la faena puede continuar sin interrupciones, sentimos orgullo y gratitud. Detrás de ese logro hay decenas de personas que participaron silenciosamente: el partner logístico, el colega del puerto que hizo un esfuerzo extra, el camionero que ajustó su ruta, el equipo de logística y abastecimiento que resolvió imprevistos, el ingeniero de proyecto que confió en nuestra gestión. Eso es más que logística o comercio exterior: es un acto colectivo que sostiene la minería y construcción chilena.

Los proyectos mineros en Chile no se construyen con áreas aisladas, sino con personas que avanzan juntas. Cuando algo no arriba en tiempo, por motivos que están fuera de nuestro alcance como los desastres naturales todo se detiene. Cuando todo llega a tiempo, todos avanzan.



OPERADOR LOGÍSTICO 4PL INTEGRAL



TRANSPORTE



DISTRIBUCIÓN



WAREHOUSE



SERVICIOS
ESPECIALES



TRANSPORTE
AÉREO

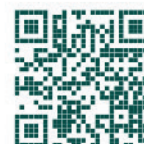


TRANSPORTE
INTERNACIONAL



Más de 40 años DE TRAYECTORIA EN LA REGIÓN

WWW.CALYCOCHILE.CL





PATRICIO ANDRÉS SALVO S.
GERENTE GENERAL EN LOGÍSTICA CARGOTRANS
Y DIRECTOR DE DIRECCIÓN CORPORATIVA GRUPO GS.

LOGÍSTICA MINERA: DE LA NECESIDAD GLOBAL A LOS DESAFÍOS LOCALES. CHILE CONTINÚA LIDERANDO LA MINERÍA MUNDIAL: PRODUCE EL 24% DEL COBRE GLOBAL, POSEE EL 19% DE LAS RESERVAS, Y ES ACTOR ESTRATÉGICO EN LITIO CON UN 20% DE PARTICIPACIÓN Y CERCA DEL 30% DE LAS RESERVAS INTERNACIONALES. LA MINERÍA REPRESENTA EL 10% DEL PIB, GENERA 200 MIL EMPLEOS DIRECTOS, 700 MIL INDIRECTOS Y EXPLICA EL 60% DE LAS EXPORTACIONES DEL PAÍS.

En tanto, la Agencia Internacional de Energía proyecta un crecimiento de 40% en la demanda de cobre y un aumento de seis veces en la demanda de litio hacia 2040. Este incremento está impulsado por la transición energética (energías renovables, descarbonización, almacenamiento), la electromovilidad (autos y drones eléctricos) y la digitalización y electrificación (creciente necesidad de conductores, baterías e infraestructura eléctrica).

UNA GRAN INVERSIÓN EN PROYECTOS

Este escenario de cambios y proyecciones de crecimiento ha impulsado una importante cartera de proyectos mineros y energéticos para los próximos años.

Según la base de Portal Minero (octubre 2025), Chile registra US\$ 225.571 millones en proyectos de minería y energía:

- **Energía: US\$ 137.696 millones**
- **Minería: US\$ 87.875 millones**

El 93% de los proyectos energéticos y el 82% de los mineros se encuentran activos. A nivel territorial, la concentración se enfoca en el norte grande. En energía, Antofagasta (29,48%) y Tarapacá (4,44%) reúnen más del 33% de los proyectos activos del país. En minería, la concentración es aún mayor: Antofagasta (43,06%), Atacama (26,12%) y Tarapacá (5%) representan más del 74% de la inversión activa.

Esta distribución confirma que no falta cartera, pero sí abundan los cuellos de botella, especialmente asociados a permisos y tiempos de ejecución. Pero los desafíos se intensifican. Aunque el Banco Central proyecta un crecimiento del PIB de 1,5% a 2,5% en 2026, y Cochilco anticipa una pro-

ducción 2,5%–3% superior a la de 2025, la SONAMI advierte una caída cercana al 20% en la inversión minera en 2026, principalmente por: retrasos en permisos, mayor costo operativo, incertidumbre regulatoria. No falta cartera, faltan condiciones para ejecutarla. Y aquí la logística tiene un rol importante.

LA MINERÍA MUEVE LA ECONOMÍA, LOGÍSTICA MUEVE LA MINERÍA

Si 2026 muestra una inversión más contenida, también puede ser una ventana de tiempo perfecta para preparar la logística que demandará el ciclo de proyectos de los próximos años.

Con las cuatro cadenas logísticas de la minería activas al mismo tiempo; abastecimiento operacional, exportación de materia prima, logística inversa y abastecimiento de proyectos, el sistema podría enfrentar una presión operacional difícil de sostener sin preparación.

Esta ventana permite fortalecer capacidades clave para no sacrificar seguridad, estándar ni disponibilidad en los peaks operacionales que se aproximan. Cuatro tareas urgentes para los líderes logísticos:

1. Formar y certificar a los proveedores: Aumentar la disponibilidad futura exige preparar hoy a los equipos y empresas logísticas en estándares mineros, seguridad y cumplimiento normativo.

2. Digitalizar con propósito (IoT, datos e IA): La industria muestra una necesidad en sus proveedores cada vez más de IoT, Big Data, IA y Blockchain aplicados a la logística.

3. Sinergia inteligente entre 3PL y 4PL: La coexistencia de ambos modelos potencia resultados, el 4PL eleva el estándar del 3PL, el 3PL empuja al 4PL a competir en eficiencia y el mandante obtiene mejor relación precio-calidad-riesgo.

4. Poner la sostenibilidad en el centro de la operación: La presión por reducir emisiones, avanzar hacia una logística más verde y mejorar la gestión de residuos será cada vez más intensa.

Chile tiene la cartera, la demanda global y el potencial; Pero para aprovechar esta oportunidad, la logística minera debe anticiparse. El 2026 puede ser un año de preparación estratégica para el ciclo de proyectos que se vienen.

COTIZA AQUÍ



CARGA

VITO

Una entrega segura en cada trayecto



Llévala con impuesto verde \$0



\$32.000.000^{+IVA}



NEW ACTIVE BRAKE ASSIST



9G-TRONIC



6 M³ DE CARGA



APERTURA HASTA 270°

*(4) Términos y condiciones en kaufmann.cl/oportunidades-vans

KAUFMANN





LOGÍSTICA CARGOTRANS: LOS PILARES DE LA NUEVA CULTURA ORGANIZACIONAL QUE REMECE A LA INDUSTRIA MINERA

SUSTENTABILIDAD, SEGURIDAD OPERACIONAL Y DIVERSIDAD ORGANIZACIONAL SE HAN TRANSFORMADO EN LOS EJES PRINCIPALES DE ESTE CAMBIO CULTURAL, QUE HOY PERMITE A LA EMPRESA AVANZAR CON ESFUERZO Y COMPROMISO HACIA UN ROL CADA VEZ MÁS VALIOSO PARA LA LOGÍSTICA Y EL TRANSPORTE EN LA INDUSTRIA MINERA CHILENA.

Durante años, la logística avanzó casi por inercia: procesos exigentes, operación continua y una presión permanente por mantener todo en movimiento. Pero cada cierto tiempo aparece una empresa que decide romper el molde. CargoTrans es una de ellas.

Yazna Hernández
Subgerente Gestión Personas
CargoTrans



Tres años pueden parecer poco en la vida de una empresa. Sin embargo, para CargoTrans han significado una verdadera revolución. Lo que comenzó como un proceso de diagnóstico interno se transformó en una hoja de ruta cultural que hoy no solo distingue a la compañía dentro del sector logístico minero, sino que también la proyecta como un aliado confiable, preparado y con visión de futuro para sus clientes.

La empresa cambió su cultura desde adentro, fortaleció a sus equipos, redefinió estándares y llevó la conversación más allá de transportar carga. Sustentabilidad real, seguridad operacional que se vive día a día y diversidad que abre nuevos caminos se convirtieron en los pilares de un cambio

que hoy se siente tanto dentro de la organización como en la industria que observa estos avances.

Hoy, se posicionan como un socio estratégico capaz de acompañar a sus clientes en sus propios desafíos y en las transformaciones que la industria está impulsando. Y lo más interesante es que no son promesas: son resultados, certificaciones, cifras y acciones sostenibles en el tiempo que hoy posicionan a CargoTrans con una ventaja competitiva que se siente en terreno y se reconoce en la industria minera.

SUSTENTABILIDAD: CONVICCIÓN NO MODA

La historia de este pilar dentro de la empresa no comenzó con certificaciones, sino con algo más simple y poderoso: conciencia. "Partimos desde cero, haciendo campañas de reciclaje y conversando con nuestros equipos sobre la importancia de estos cambios", recuerda Liliana Valladares, gerente HSEQ de la compañía. Esa etapa inicial fue el cimiento de una cultura

que entendió que la sustentabilidad debía ser una estrategia, no una moda.

Los puntos limpios en las instalaciones no solo ordenaron un proceso: crearon hábitos. Y estos hábitos fueron abriendo camino a decisiones más ambiciosas. "Nos incorporamos al programa Huella Chile y realizamos nuestra cuantificación de gases de efecto invernadero, obteniendo el sello de cuantificación", relata Liliana.

Esa determinación llevó a CargoTrans a dar un paso más y sumarse al programa Giro Limpio, donde ya ha cumplido los requisitos y avanza hacia la renovación de la certificación. Además, la empresa está en pleno proceso para convertirse en Empresa B, un sello que pocos actores logísticos de la región poseen y que combina propósito, impacto y gobernanza responsable.

"Las grandes compañías piden avances en esta materia, pero nosotros queremos ir un paso más adelante. La sustentabilidad aún es optativa y por eso queremos estar listos antes que sea una condición obligatoria", afirma Liliana.

La visión es clara: la economía circular, la eficiencia energética y la gestión responsable no solo mejoran la operación, sino que fortalecen la confianza de los clientes.

DIVERSIDAD QUE GENERA FUTURO

Si hay un ámbito donde la compañía está marcando diferencia es en la diversidad operacional, donde se atrevió a mirar el sector con ojos críticos y detectar algo que todos sabían, pero pocos abordaban: la escasez de conductores y la fuerte masculinización de la industria.

"El transporte siempre ha sido un rubro masculino. Pero cuando analizamos la falta de conductores, nos dimos cuenta de que estábamos mirando mal. El talento estaba ahí, solo había que abrir la puerta", cuenta Yazna Hernández, subgerente de Gestión de Personas. Esta mirada contribuye a resolver un desafío clave para la logística minera. Esa puerta se abrió con



la creación de la primera escuela de conductoras profesionales de la región, un programa que no solo entrega formación, sino que acompaña, orienta y genera empleabilidad real. Una de las egresadas ya forma parte de la compañía, y el segundo ciclo para licencias A5 ya está en marcha.

“Las mujeres están listas para ingresar. La industria lo ve con buenos ojos y necesita nuevas fuerzas. Para nosotros es un proyecto que avanza con ellas y que nos conecta con la comunidad”, destaca Yazna.

SEGURIDAD OPERACIONAL COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO

La seguridad es de los pilares donde el cambio cultural ha sido más marcado. Hace algunos años, CargoTrans tenía indicadores que preocupaban a la organización. La cultura preventiva aún no estaba instalada.

“No se cambia una cultura de un día para otro. Comenzamos con un proceso de concientización profundo. Había que explicar el ‘por qué’, no solo el ‘cómo’”, recuerda Liliana.

Ese enfoque llevó a generar acciones poderosas: capacitaciones significativas, jornadas completas dedicadas a la seguridad, espacios donde los conductores comparten experiencias personales y entienden el impacto real de cada decisión en ruta. Estos resultados cobran especial relevancia en faenas críticas de la industria minera, donde la seguridad operacional es un factor decisivo para la continuidad del negocio.

“La cultura se construye día a día, con hábitos y con un involucramiento total. Hoy podemos ver los resultados: una tasa de cotización adicional de 0,68 lo que va en

directa relación con la tasa de siniestralidad, 16 meses sin accidentes con reposo”, señala la gerente de HSEQ. Este avance ha sido reconocido por la Asociación Chilena de Seguridad.

Liliana Valladares
Gerente HSEQ
CargoTrans



“Cuando conoces a las personas, a su entorno, la seguridad mejora. Y los clientes hoy ven esa humanidad y esa profesionalización. La seguridad no es un requisito; es una convicción estratégica. Y eso se convierte en confianza para quienes dependen de que la operación funcione sin interrupciones”, destaca Liliana. Con estos avances, CargoTrans consolida su rol como un actor clave en la logística minera del norte de Chile, aportando valor sostenible y una cultura que marca diferencia. Logrando lo que pocas empresas de su tamaño alcanzan: entender que la operación es importante, pero la cultura es lo que trasciende.

¿CÓMO VESTIR UN CENTRO DE DISTRIBUCIÓN MODERNO?

ENTRE LA AUTOMATIZACIÓN, LA CIBERSEGURIDAD Y LA RESILIENCIA ESTÁN LOS NUEVOS CÓDIGOS DEL ALMACÉN INTELIGENTE: ESPACIOS CAPACES DE ANTICIPARSE A LA DEMANDA, OPERAR CON EFICIENCIA CONTINUA Y ADAPTARSE A UN MERCADO QUE EXIGE VELOCIDAD, TRAZABILIDAD Y DECISIONES BASADAS EN DATOS. EN ESTE NUEVO ESCENARIO, “VESTIR” UN CD SIGNIFICA INTEGRAR TECNOLOGÍA, TALENTO Y PROCESOS PARA CONSTRUIR OPERACIONES MÁS SEGURAS, CONECTADAS Y ESCALABLES.

En la logística contemporánea, la pregunta ya no es si automatizar o no, sino cómo hacerlo de manera segura, flexible y resiliente. Los centros de distribución (CD) modernos se han convertido en el corazón del supply chain global. Pero, en esa transformación, que ha ido de simples almacenes a ecosistemas tecnológicos hiperconectados, también han emergido nuevos riesgos.

La modernidad, al parecer, no solo trae eficiencia, sino también vulnerabilidad. Un reciente estudio del MIT Center for Transportation & Logistics, titulado “Identifying the Key Vulnerabilities in the Warehouses of the Future” pone luz sobre esta nueva paradoja. A través de más de 40 entrevistas con expertos del sector, tres grupos focales y más de 200 artículos analizados, la investigación identifica 26 vulnerabilidades críticas que afectan a los almacenes altamente automatizados, clasificadas en seis grandes áreas: gestión de datos, software, hardware de automatización, infraestructura digital, infraestructura física e interacción humano-máquina. Pero el valor del informe no está solo



en la enumeración de riesgos, sino en el marco conceptual que propone: el “almacén del futuro” como sistema vivo, interdependiente y expuesto a cinco grandes disrupciones que pueden paralizar una operación moderna: ciberataques, fallos tecnológicos, sabotajes, interrupciones de servicio y accidentes humano-tecnológicos.

En un entorno donde la automatización se celebra como sinónimo de eficiencia, el MIT recuerda que cada sistema inteligente crea su propia fragilidad.

LA MODERNIDAD COMO EQUILIBRIO ENTRE INTELIGENCIA Y VULNERABILIDAD

Hasta hace una década, la modernización de un CD se asociaba a ampliar metros cuadrados, aumentar la altura útil o incorporar sistemas de almacenamiento automáticos. Hoy, esos criterios se han desplazado hacia un paradigma más complejo: el de la interconectividad total.

El almacén moderno ya no es solo un espacio físico; es un nodo digital de datos, algoritmos y máquinas autónomas que aprenden, comunican y deciden. Su eficiencia depende de un delicado entramado de software, redes, sensores y dispositivos robóticos que operan bajo una lógica casi orgánica.

Sin embargo, esa misma interconexión es la que multiplica la superficie de ataque y de fallo. Como advierte el MIT, la migración hacia sistemas basados en la nube, el uso de robótica como servicio (Robotics as a Service, RaaS) y la integración entre plataformas (WMS, WCS, ERP, TMS) han expandido exponencialmente los puntos de entrada para ciberamenazas. Lo que antes podía resolverse desconectando una línea, hoy puede convertirse en un apagón total de la operación.

Uno de los hallazgos más reveladores del estudio es que la vulnerabilidad ya no re-

sulta sólo en los sistemas propios, sino en los proveedores tecnológicos. Un fallo o ataque a un socio estratégico, como el caso de Blue Yonder en 2024, que afectó a Starbucks y Morrisons, puede desencadenar efectos en cascada sobre toda la red logística. El “enemigo invisible” puede infiltrarse no en el almacén, sino en el software que lo controla.

TECNOLOGÍA QUE POTENCIA, PERO TAMBIÉN CONDICIONA

El “vestuario” del CD moderno, su equipamiento físico y digital, se ha sofisticado al punto de convertir la infraestructura logística en una extensión de la inteligencia empresarial. Robots móviles autónomos (AMR), sistemas de clasificación automática (sorters), medición volumétrica (Cubiscan), sensores IoT y plataformas analíticas con inteligencia artificial forman parte del paisaje habitual.

Sin embargo, como advierte el MIT CTL, la dependencia de la tecnología redefine el riesgo operativo. Un simple error de código, un fallo en la actualización de software o una caída de red puede traducirse en millones de dólares perdidos. El estudio recuerda el caso del minorista europeo ASOS, que en 2019 enfrentó pérdidas de USD 25 millones tras una falla en su sistema de gestión de almacenes (WMS). En los entornos automatizados, un fallo informático deja de ser un problema técnico para convertirse en un colapso logístico.

La situación se agrava por la convivencia entre sistemas nuevos y heredados. Muchos operadores aún dependen de plataformas antiguas (como el histórico AS/400) que resultan difíciles de integrar con soluciones en la nube.

El informe subraya que esta dualidad entre lo nuevo y lo obsoleto constituye uno de los puntos de vulnerabilidad más críticos, ya que limita la capacidad de respuesta y dificulta la actualización de protocolos de seguridad.

Incluso la inteligencia artificial puede amplificarlos. El MIT advierte que las mismas herramientas de IA que detectan vulnerabilidades pueden ser usadas por atacantes para automatizar la búsqueda de debilidades en los sistemas de automatización, acelerando la capacidad destructiva de un ciberataque.

INFRAESTRUCTURA INVISIBLE: ENERGÍA, RED Y CONTINUIDAD

Uno de los aspectos más descuidados, y sin embargo más determinantes, de la modernidad logística es la infraestructura invisible: la energía y la conectividad. Los centros de distribución actuales operan como sistemas ciberfísicos, dependientes del flujo eléctrico y de red tanto como del movimiento físico de los productos. Según el MIT CTL, el aumento de sistemas en la nube y control remoto de robots introduce un riesgo estructural: sin energía ni conexión, el CD se detiene por completo.

Los investigadores documentan ejemplos de empresas que debieron interrumpir operaciones por fallas eléctricas o pérdida de conectividad.

En muchos casos, ni siquiera fue posible acceder a los productos almacenados, ya que los sistemas automatizados de almacenamiento y recuperación (AS/RS) requieren energía continua para operar.

La respuesta pasa por repensar la resiliencia desde el diseño: instalar redundancia eléctrica, doble acceso a red, generadores de respaldo, servidores locales sincronizados con la nube y procedimientos manuales que permitan mantener operaciones básicas durante fallos prolongados. La industria farmacéutica aparece en el informe como modelo de referencia, con sus esquemas de triple respaldo, firewalls especializados y alta redundancia de conectividad.

La lección es clara: la automatización sin continuidad es una vulnerabilidad.

EL FACTOR HUMANO EN LA ERA DEL ROBOT

Pese a la creciente autonomía tecnológica, el informe del MIT dedica un capítulo completo a la interacción humano-máquina. En esta dimensión, la vulnerabilidad no proviene del código, sino del comportamiento.

El alto nivel de rotación laboral, la escasa transferencia de conocimiento y la falta de entrenamiento especializado generan riesgos de seguridad, eficiencia y cultura operativa. En entornos donde el personal trabaja junto a robots colaborativos o vehículos autónomos, un error de proximidad o un descuido en el mantenimiento puede desencadenar accidentes graves.

El estudio recuerda incidentes como el de Robbinsville, Nueva Jersey, donde un robot perforó accidentalmente un contenedor de gas pimienta, afectando a 24 trabajadores. Más allá del caso anecdótico, el mensaje es contundente: la automatización no elimina el riesgo humano, lo transforma.

Además, la aceptación cultural de la tecnología se ha convertido en un nuevo campo de batalla. Según el MIT CTL, la resistencia de los trabajadores frente a los sistemas automatizados puede traducirse en sabotaje, mal uso o simple desinterés. “Una cultura que no adopta la tecnología como aliada puede convertir la innovación en su principal amenaza”, advierte el informe.

CIBERSEGURIDAD: LA NUEVA MURALLA DEL ALMACÉN

Si el diseño arquitectónico define el esqueleto de un CD moderno, la ciberseguridad es su piel protectora. Y, según el MIT, esa piel sigue siendo demasiado delgada.

Los almacenes inteligentes deben incorporar políticas de seguridad digital equi-

valentes a las de una instalación crítica. Eso incluye controles de acceso jerárquicos, autenticación multifactor, cifrado de extremo a extremo, monitoreo continuo y protocolos de auditoría compartida entre operadores y proveedores. Sin embargo, en la práctica, la mayoría de las operaciones logísticas carecen de estructuras internas dedicadas a la ciberseguridad industrial.

El estudio destaca que los ataques más efectivos no suelen dirigirse al objetivo principal como un WMS robusto o una gran empresa, sino a los proveedores secundarios. Los sistemas de soporte, mantenimiento remoto o integraciones con terceros representan las “puertas traseras” del nuevo entorno logístico.

En ese contexto, la recomendación es clara: ciberseguridad desde el diseño. No se trata de añadir protecciones a posteriori, sino de construir los sistemas con la seguridad como principio estructural.

VESTIR EL FUTURO: DEL DISEÑO INTELIGENTE A LA RESILIENCIA INTEGRAL

¿Cómo se “viste” entonces un CD moderno? Con tecnología, sí. Con diseño, también. Pero sobre todo, con visión estratégica.

Un centro de distribución verdaderamente moderno no es aquel que exhibe la última generación de robots, sino el que combina inteligencia digital, seguridad integral y adaptabilidad operativa. Su arquitectura responde tanto a la eficiencia como a la continuidad; su cultura interna entiende la tecnología como un aliado; su infraestructura invisible (energía, red, sistemas de respaldo) está preparada para resistir la disrupción.

El estudio del MIT concluye con una advertencia que bien podría funcionar como manifiesto para la logística del siglo XXI: “El éxito de los almacenes del futuro de-

pendará de estrategias integrales que aborden la ciberseguridad, la resiliencia operativa, el desarrollo del capital humano y la infraestructura adaptable. Las alianzas entre empresas, proveedores y gobiernos serán esenciales para mantener la continuidad de las cadenas de suministro globales”.

En otras palabras, la modernidad logística no se mide por la automatización, sino por la resiliencia. El desafío no es solo construir almacenes inteligentes, sino vestirlos con seguridad, confianza y flexibilidad, para que la tecnología siga siendo motor de progreso y no su punto débil. ■

EL ABC DEL CD MODERNO

- **Arquitectura flexible:** infraestructura modular y escalable.
- **Balance tecnológico:** automatización al servicio de la estrategia.
- **Ciberseguridad integral:** sistemas, datos y personas protegidas.
- **Datos inteligentes:** analítica predictiva y gemelos digitales.
- **Energía resiliente:** fuentes redundantes y monitoreo continuo.

LAS CINCO DISRUPCIONES DEL ALMACÉN DEL FUTURO (MIT CTL, 2025)

El estudio del MIT Center for Transportation & Logistics identifica cinco grandes disrupciones que pueden comprometer la operación de un CD moderno:

1. Ciberataques → vulneraciones a sistemas en la nube o proveedores tecnológicos.
2. Interrupciones de servicio → fallas eléctricas o de red que paralizan sistemas.
3. Sabotaje tecnológico → ataques internos o manipulación indebida de sistemas.
4. Fallos tecnológicos → errores de software, actualizaciones defectuosas o bugs.
5. Accidentes humano-máquina → fallas en la interacción entre trabajadores y robots.

“Cada nueva capa de automatización crea una nueva capa de vulnerabilidad.”
— MIT CTL, 2025.

ARRIENDO DE BODEGAS INDUSTRIALES

VAMOS POR UN
2026
DE CRECIMIENTO



+4.500m²

SUPERFICIE CUBIERTA
PARA ALMACENAJE

+8.100m²

DE SUPERFICIE
DE TERRENO

ALTURA AL HOMBRO
DE 9,8 METROS
Y A LA CUMBRERA
DE 14,2 METROS.

NUEVO CENTRO STAND ALONE BODEGA PUERTA NORTE

TÉRMINO DE CONSTRUCCIÓN ESTIMADA
FEBRERO 2026



UBICACIÓN ESTRATÉGICA
AV. LA SIEMBRA ORIENTE N° 2840
LAMPA

CERTIFICACIONES



**+15
AÑOS**



Luminarias LED
26.000 lúmenes



Seguridad
24/7



Red húmeda
y seca



Sistema de
Autogestión



(2) 2608 2800



www.centralodegas.cl



contacto@centralbodegas.cl

LA RUTA DEL CHOCOLATE “MADE IN CHILE”

Aunque Chile no produce cacao, hoy existe un pequeño segmento de empresas locales que se dedican a elaborar chocolate de alto estándar, a partir de granos provenientes principalmente de Perú y Colombia. Obolo, EntreLagos y Bongo representan tres caminos distintos dentro de una misma ruta: la búsqueda de calidad, trazabilidad y una identidad local que pone en valor el cacao latinoamericano.

58

Antes de llegar a nuestros manos -o a nuestro paladar, para ser más precisos- un chocolate de calidad recorre un largo camino. No hablamos de un chocolate belga o suizo; ni siquiera de su ingrediente principal, el cacao que proviene de países como Ghana o Costa de Marfil. Nos referimos a chocolates locales, elaborados en su gran mayoría en base a granos de cacao de alto estándar que proviene justamente de su región de origen: Latinoamérica, específicamente la selva amazónica.

¿Qué implica transformar granos que han viajado miles de kilómetros en productos terminados? La respuesta combina técnica, logística y oficio: desde tostar y refinar el cacao hasta producir recetas propias en plantas regionales que cuidan cada etapa del proceso.

OBOLO: DEL ORIGEN PERUANO AL TALLER EN SANTIAGO



La historia de Obolo comenzó hace trece años, cuando su fundador, Mark Gerrits, decidió buscar una alternativa al modelo industrializado de producción global de chocolate. Descubrió que, pese a que Chile no cultiva cacao, sí podía elaborar chocolate desde el grano, trabajando directamente con productores latinoamericanos. Esa idea lo llevó a la selva central de Perú, donde estableció una relación con la cooperativa agrícola de Pangoa, integrada por familias dedicadas a la producción de café y cacao.

Cada cosecha sigue una dinámica similar: Gerrits viaja al origen, visita las chacras, evalúa prácticas de cosecha, fermentación y secado y selecciona los sacos que luego llegarán a Chile.

Una vez en Santiago, comienza el trabajo bean to bar, que implica encargarse de todas las etapas: tostar el grano, separar la cáscara, moler y refinar la masa durante varios días sin aditivos que aceleren el proceso. Este control desde el origen hasta la elaboración final permite ajustar perfiles propios de aroma y sabor y garantizar trazabilidad completa en cada lote.



Mark Gerrits
Fundador de Obolo

“Ahora se está hablando un poco más de chocolate bean to bar (del grano a la barra) pero cuando comenzamos, nadie conocía este concepto. Incluso si ibas a una escuela de gastronomía, no encontrabas granos de cacao y el chocolate que usaban era sucedáneo. Tuvimos que crear nuestras propias máquinas y capacitar a las personas para que aprendieran todo el proceso de elaboración, a partir del grano. En ese sentido, creemos que hemos hecho un aporte al conocimiento de la cultura de chocolate en Chile”, señala.

Hoy, la empresa que combina su taller con una cafetería -donde también es posible degustar chocolate caliente de especialidad- distribuye sus productos en diversos puntos de venta en el país y exporta en volúmenes acotados a mercados como Inglaterra y Canadá. Su trabajo ha sido reconocido en certámenes internacionales, entre ellos The Academy of Chocolate Awards, donde ha obtenido premios por distintas variedades en repetidas ocasiones.

Para el fundador de Obolo, si los chilenos ya somos los mayores consumidores de chocolates per cápita de la región, el siguiente paso es desarrollar un mayor conocimiento en el tema y preferir aquellos de mejor calidad, por sus múltiples beneficios. “Hay que aprender a diferenciar entre chocolate y golosina, que también pueden tener su momento y su lugar, pero es importante saber distinguirlos de

un buen chocolate y lo otro es preferir chocolate sudamericano. Cuando viajes a Suiza, come todo el chocolate suizo que puedas, pero para qué consumirlo acá en Chile, si tenemos mejores chocolates y con un impacto ambiental mucho menor”, sugiere.

Un buen chocolate -agrega- debe contener dos, tres o como máximo cuatro ingredientes. Y aclara que el porcentaje de cacao en un chocolate no es un indicador de calidad por sí solo. Lo relevante es el origen, el proceso y la ausencia de defectos propios del cacao de baja calidad, como el sabor harinoso, ser demasiado dulce, áspero al paladar o el uso de aceites vegetales hidrogenados y aditivos artificiales. “En un chocolate de calidad, la manteca de cacao se derrite a la temperatura del cuerpo y sus notas perduran en el paladar por varios minutos”, explica.

ENTRELAGOS: TRADICIÓN VALDIVIANA Y CACAO LATINOAMERICANO

Fundada hace casi cincuenta años, la chocolatería EntreLagos mantiene su planta de producción en la ciudad de Valdivia, donde se fabrican todas sus líneas de bombonería, tabletas y productos de temporada. La marca conserva un sello territorial muy propio, con referencias a la naturaleza del sur y énfasis en la identidad local como parte del valor del producto.



Francisca Montecinos
Gerente General
en EntreLagos

“Dentro del posicionamiento que tenemos, siempre hablamos de democratizar el consumo del chocolate de calidad. Por eso, además de nuestra cadena de 15 locales a nivel nacional, decidimos vender en el retail y a través de distribuidores, con la idea de generar un mayor acceso a productos de calidad”, señala Francisca

Montecinos, gerente general de EntreLagos. Más del 80% del cacao que utilizan en la elaboración de sus chocolates es fino de aroma colombiano, adquirido a un proveedor especializado que opera con cooperativas y productores de distintas regiones. La empresa exige trazabilidad completa, incluyendo origen, prácticas agrícolas y condiciones de producción. El foco está en asegurar que el grano provenga de cultivos responsables, que cumpla con estándares de sostenibilidad y se venda a precio justo.

“El cacao fino de aroma representa apenas un 10% de la producción mundial y destaca por sus notas aromáticas, perfiles diferenciados y menor astringencia en comparación con el cacao forastero, dominante en la industria masiva”, precisa Francisca. A su juicio, trabajar con este tipo de cacao tiene implicancias que van más allá del sabor: “la producción de cacao en Latinoamérica funciona como herramienta de desarrollo, sustitución de cultivos ilícitos y fortalecimiento de economías locales”, destaca.

A diferencia de las chocolaterías bean to bar, que procesan el grano completo en pequeñas partidas, EntreLagos trabaja con chocolate como insumo, elaborado a partir de cacao fino de aroma. “El sistema bean to bar es un proceso muy bonito y valorable, nosotros lo hemos hecho, pero es para producciones más limitadas y nuestro modelo de negocios se basa en una escala mayor, por lo que resulta más eficiente trabajar con chocolate base desarrollado según nuestras propias especificaciones”, apunta.

Una vez que el chocolate llega desde Colombia a Valdivia, comienza el proceso de elaboración. La empresa desarrolla sus propias recetas y mezclas, ajustando porcentajes de cacao y características de cada línea.

Elaboran internamente todos los ingredientes complementarios, privilegiando insumos chilenos y colorantes naturales como rosa mosqueta o maqui para sus decorados. Su operación combina líneas

semi-industriales con trabajo artesanal, especialmente en productos finos y decorativos.

La planta de Valdivia produce y distribuye a nivel nacional, con peaks de demanda en Navidad y Pascua. Para abastecer a sus tiendas y al retail mantienen un centro de distribución en Santiago, desde donde operan despachos diarios. Cuando se trata de entregas a centros de distribución de supermercados, los productos viajan directamente desde Valdivia.

El transporte se realiza en camiones acondicionados para evitar fluctuaciones térmicas, especialmente críticas para chocolates con mayor porcentaje de manteca de cacao.

Dado su modelo de negocios, EntreLagos busca mantener una relación precio-calidad accesible dentro del segmento premium, lo que implica eficiencia operativa, control de insumos y uso de materiales sostenibles. Sus envases de madera -producidos por la empresa- reflejan esa apuesta por una identidad valdiviana que combina tradición, estética y reutilización.

BONGO: CHOCOLATE DE ESPECIALIDAD DESDE EL GRANO

Bongo Chocolate nació como un proyecto de especialidad orientado a trabajar el cacao desde su origen. Su fundador, Andrés Gómez, venía del mundo tecnológico, pero hace un par de años decidió concretar un viejo anhelo: dedicarse a la fabricación de chocolate. La oportunidad apareció cuando conoció a su actual socio, Gaspar González, quien dominaba la elaboración de chocolate bean to bar. De la alianza surgió una propuesta centrada en un principio básico: procesar el cacao desde el grano, con métodos artesanales y un control completo del proceso.

La empresa compra sacos de cacao seleccionados en origen, inicialmente en Ecuador, luego en Perú y Colombia, siempre con proveedores que trabajan con coo-

operativas y productores locales. Según Gómez, la clave está en conocer cómo se cultiva, fermenta y seca el cacao, porque esos pasos determinan el sabor final. En el cacao de especialidad, la fermentación es crítica, explica: permite que el grano absorba la pulpa, desarrolle dulzor natural y preserve sus notas aromáticas.

Una vez en Chile, los sacos llegan directamente a su taller-café en Providencia, donde permanecen a la vista, como parte de la experiencia. Allí comienza el proceso de selección manual de granos, el tueste suave, el triturado y la separación de la cáscara mediante una sopladora.

El refinado puede durar varios días, sin aceleradores químicos, hasta obtener grandes bloques de chocolate que se convierten en la materia prima base para sus tabletas y bombones.



Andrés Gómez
Fundador de Bongo

Una vez procesado, el chocolate se distribuye directamente desde su local. La empresa también provee chocolate a pastelerías, hoteles y servicios gastronómicos interesados en preparar repostería con cacao de especialidad.

El enfoque de Bongo -señala Gómez- no busca competir en volumen, sino mostrar al consumidor la diferencia entre un chocolate industrial y uno cuyo origen, fermentación, tueste y molienda están cuidadosamente definidos. Su apuesta es ampliar la cultura del cacao en Chile, a través de un producto que expresa el origen latinoamericano y que rescata técnicas de elaboración que no suelen verse en la oferta masiva. ■



CHILE

INTERSYSTEMS

Soluciones Logísticas

SOMOS EXPERTOS EN SISTEMAS DE ALMACENAJE.



RACKS Y ESTANTERÍAS METÁLICAS.



SISTEMAS DE AUTOMATIZACIÓN.



PLANTA AUTOMATIZADA Y GRAN CAPACIDAD DE FABRICACIÓN.



ÁGUA
SISTEMAS



(569) - 4281 6824



(56) - 2285 2409



Av. Lo Espejo 02124,
San Bernardo
Región Metropolitana



contacto@intersystems.cl



www.intersystems.cl

Cotiza con nosotros.



SÍGUENOS EN





CUANDO EL MERCADO GLOBAL SE MUEVE RÁPIDO, LAS BRECHAS LOGÍSTICAS YA NO SON UN PROBLEMA TÉCNICO, SINO UN RIESGO ESTRATÉGICO PARA CHILE. DESDE ESTADOS UNIDOS, RODRIGO SAN MARTÍN OBSERVA CÓMO OPERAN LOS MERCADOS DE ALTO ESTÁNDAR Y ADVIERTE UN MENSAJE CLARO: MIENTRAS EL MUNDO ACELERA, CHILE SIGUE ATRAPADO EN LA LENTITUD DE SUS PROPIAS DECISIONES.

LOGÍSTICA DESDE ESTADOS UNIDOS: LECCIONES PARA CHILE EN UN MERCADO QUE YA CAMBIÓ

Radicado en Estados Unidos y con más de 20 años de experiencia en logística, Rodrigo San Martín, conoce en primera persona cómo se está moviendo la industria a nivel global. Asumir como Managing Director USA de Hillebrand Gori, división

especializada en vinos, licores y bebidas de DHL Global Forwarding, no solo implicó un salto geográfico; sino un cambio radical de escala, dinámica competitiva y forma de entender la logística. Desde New Jersey, instalado cerca del puerto de

Newark y en una de las zonas logísticas más activas del mundo, el ejecutivo chileno observa en tiempo real un mercado que opera a otra velocidad. Y desde ahí, la comparación con Chile se vuelve inevitable. En términos generales, lo que Rodrigo plantea es un llamado urgente: Chile debe dejar de pensar como una isla y empezar a actuar como un país que compite en una liga global.

A diferencia de Latinoamérica, donde cada país tiende a especializarse en uno u otro flujo, Estados Unidos es simultáneamente un gigante importador y exportador. Un territorio descentralizado, con múltiples hubs en la costa Este, Oeste y el Golfo; con docenas de puertos, operadores y rutas que compiten de cara al cliente.

En entrevista con Logistec, Rodrigo condensa buena parte de los desafíos que Chile debe resolver si quiere mantenerse vigente en una economía global que ya dio vuelta la página.

UN ECOSISTEMA DONDE NADIE PUEDE DORMIRSE

San Martín describe un entorno donde la competitividad es feroz. No solo entre navieras o forwarders, sino también entre puertos. En Estados Unidos, los terminales portuarios buscan activamente a los operadores logísticos para posicionarse ante las navieras. Quieren más recaladas, mayores volúmenes y mejores servicios, y compiten entre ellos para conseguirlo.

La lógica es completamente distinta a la de Chile, donde la capacidad portuaria está concentrada en un par de terminales y donde, según el ejecutivo, los márgenes de maniobra ya se estrecharon. En un ambiente competitivo, nadie puede dejar de invertir.

“Acá los puertos están en permanente renovación, mejorando accesos, maquinaria y experiencia de usuario. Si no lo hacen, pierden carga”, explica. Esa urgencia, que

mueve a toda la cadena estadounidense, contrasta con una realidad chilena más lenta, donde la presión competitiva es menor y los ciclos de inversión avanzan más despacio.



Rodrigo San Martín
Director USA
en Hillebrand Gori

El reciente impacto del megapuerto de Chancay en Perú operó como un golpe de alerta regional. Para San Martín, expuso la vulnerabilidad de Chile ante la lentitud de sus propios proyectos estratégicos. “¿Cuánto tiempo llevamos discutiendo el puerto exterior de San Antonio? Ese proyecto debería estar listo y aún recién comienza”. A esto se suma un problema estructural: la permisología. La burocracia que envuelve permisos, evaluaciones y procesos de aprobación se ha conver-

tido en un freno para la inversión, la logística y la competitividad país, tal como advierten distintos actores nacionales. Pero el tema no es solo la infraestructura; es visión.

“Chile sigue mirándose hacia dentro, como si jugara solo. Y no es así. Compíte con Australia, Sudáfrica o Nueva Zelanda en los mismos mercados de commodities; o con Argentina dentro del marco del vino del Nuevo Mundo sudamericano”, donde el consumidor global muchas veces no distingue fronteras”. Ya enfatiza que: “no necesariamente competimos entre empresas; competimos como país. Y muchas veces eso no se discute”.

En este contexto, San Martín sostiene una necesidad urgente: colaboración y coordinación regional. En lugar de competir internamente, Chile debería aliarse con países vecinos -Perú, Argentina, Ecuador- para atraer mejores rutas, mayores frecuencias y servicios más competitivos.

Esa visión macro es la que hoy falta, según el ejecutivo.

Y remata con un punto incómodo, pero real: Chile debe abandonar la idea de ser “especial” por sus recursos naturales. “Tenemos litio, pero otros países también. Tenemos cobre, pero otros también. Tenemos muy buen vino, pero muchos países producen vino”. Sin eficiencia extrema y una logística moderna, integrada y rápida, la ventaja se esfuma.

ARANCELES Y REGULACIONES MARÍTIMAS

Tras el contraste portuario y de infraestructura aparece otro eje igual de relevante el impacto regulatorio.

Si algo ha marcado 2024 en Estados Unidos es la inestabilidad arancelaria. Las tarifas han cambiado abruptamente -en

RESPALDA Y GARANTIZA

TDS

AMERICA

VENTA Y ARRIENDO DE EQUIPOS / SERVICIO TÉCNICO / SOFTWARE Y DESARROLLO / INGENIERÍA EN RF

Del caos, a la
precisión: Optimiza tu
gestión logística hoy.

📍 DR. MANUEL BARROS BORGÑO 225, PROVIDENCIA
✉ CONTACTO@TDS.CL
☎ +562 2236 0727
🌐 WWW.TDS.CL

Chile terminaron en 10%, y para otros orígenes en 20% o 30%- provocando acumulación de stock, presión en bodegas y dificultades de planificación. La incertidumbre continúa, y los operadores deben adaptarse día a día.

A partir de esa volatilidad arancelaria, el siguiente elemento emerge casi de inmediato: las regulaciones marítimas que están reconfigurando el mercado.

Europa ha acelerado exigencias ambientales, combustibles más limpios y compensación de carbono. Las navieras están respondiendo con cambios tecnológicos, nuevos motores, ajustes de rutas y modificaciones profundas en su estructura de costos.

Al mismo tiempo, Estados Unidos introdujo restricciones y aranceles adicionales a navieras de fabricación o bandera china. Ese componente político, que antes no pesaba tanto, hoy reconfigura el tablero marítimo. La geopolítica ya no es un factor externo, sino un actor más.

NAVIERAS Y FORWARDERS

Aunque la pandemia consolidó a las navieras más grandes, la competencia sigue activa, especialmente en mercados gigantes como el estadounidense. En rutas hacia latinoamérica la oferta es más aco- tada, pero igualmente dinámica.

Por el lado de los forwarders, la fragmentación sigue siendo persistente. La distancia entre los líderes globales y el resto es amplia, lo que -según Rodrigo- deja espacio para nuevas rondas de consolidación y presiona a los medianos a volverse más ágiles y especializados.

UN LLAMADO URGENTE A MIRAR MÁS LEJOS

Después de revisar aranceles, regulaciones y competencia, el análisis de San Martín avanza hacia el futuro cercano. Rodrigo San Martín proyecta que hacia

2026 la industria marítima tendrá más capacidad que demanda. Tarifas más estables, servicios más confiables y frecuencias más sólidas. La logística, por primera vez en mucho tiempo, dejará de ser el cuello de botella.

“Si antes la limitante era logística, ahora el desafío es comercial. Hoy la capacidad existe; ahora hay que salir a vender. Y vender agresivamente”, afirma. Para los exportadores chilenos, esto supone un giro completo: “Ya no basta con negociar tarifas. Ya no basta con asegurar espacio. La eficiencia logística está disponible; ahora toca conquistar mercados”, enfatiza San Martín.

El Estado también tendrá un rol determinante: los aranceles seguirán siendo una herramienta estratégica y el próximo gobierno deberá negociar, buscando ventajas reales y facilitando el proceso exportador.

Para no quedar atrás, Chile necesita avanzar con decisión: invertir, destrabar infraestructura, reducir burocracia, coordinarse regionalmente y entender que la competencia es global. “No somos especiales por default; debemos ser competitivos por acción”, comenta.

Finalmente, Rodrigo San Martín observa diariamente una industria en movimiento permanente. Y, al mismo tiempo, un espejo que refleja los desafíos de Chile.

“La logística global ya cambió. Las cadenas se acortan, los ciclos se aceleran, los mercados se vuelven más exigentes y la competencia se define por la capacidad de adaptarse rápido”, advierte.

Para no quedar atrás, Chile necesita avanzar con decisión: invertir, destrabar infraestructura, reducir burocracia, coordinarse regionalmente y entender que la competencia es global. “No somos especiales por default; debemos ser competitivos por acción”, comenta.

Chile enfrenta un conjunto de desafíos que han sido diagnosticados durante años, pero que requieren pasar de la con-

versación a la ejecución. El primero es la infraestructura. El atraso en puertos de gran escala, las brechas ferroviarias, la falta de integración entre modos de transporte y la saturación vial en corredores logísticos clave están generando costos ocultos que reducen la competitividad de todo el aparato exportador.

Un segundo desafío es la permisología, una traba estructural que impacta desde la ampliación de terminales hasta la instalación de centros de distribución, parques logísticos y tecnologías críticas. La tendencia global apunta hacia permisos más ágiles, procesos digitales, ventanillas únicas efectivas y una mirada regulatoria conectada con las necesidades productivas.

El tercer frente es tecnológico. Mientras mercados avanzados ya operan con visibilidad end to end, capacidades predictivas, torres de control digital, automa-

tización avanzada y sistemas integrados que permiten reaccionar en minutos, una parte de la cadena logística chilena aún funciona con procesos manuales, información dispersa y baja interoperabilidad.

Chile debe abandonar definitivamente la lógica de la excepcionalidad y adoptar una mentalidad global. No es suficiente con tener buenos productos; se necesita entregar esos productos con consistencia, a tiempo, con costos competitivos y con una experiencia logística comparable a la de cualquier economía desarrollada.

La velocidad del comercio global obliga a actuar hoy, no en cinco o diez años. Chile debe acelerar proyectos, modernizar procesos, fortalecer su institucionalidad logística y asumir que la competencia es dura y se juega afuera. ■



+562 3252 7424



WWW.GETPOINT.CL



INFO@GETPOINT.CL



/GETPOINT-CLOUD-SOLUTIONS




WMS  **GETPOINT**
LOGISTICO

VISIBILIZA TU OPERACIÓN DE EXTREMO A EXTREMO

➤ COMUNÍCATE CON NOSOTROS Y TE ASESORAREMOS

- Optimización del Inventario
- Mejora en la Precisión de los Pedidos
- Aumento de la Eficiencia Operativa
- Reducción de Costos
- Análisis y Reportes Avanzados
- Escalabilidad
- Integración con Otros Sistemas
- Mejora en la Satisfacción del Cliente

A portrait of Rodolfo Tapia, a man with short dark hair and a light beard, wearing a light blue and white striped button-down shirt and dark jeans. He is sitting with his hands clasped in his lap, looking directly at the camera with a slight smile. The background is a blurred indoor setting with warm, bokeh-style lights.

**“ESCALAR NO ES
VENDER MÁS: ES
CRECER SIN PERDER
MARGEN NI DETERIORAR
LA EXPERIENCIA DEL
CLIENTE”**

RODOLFO TAPIA
GERENTE COMERCIAL E-COMMERCE
MARLEY COFFEE

EN UN ECOSISTEMA DIGITAL CADA VEZ MÁS EXIGENTE, RODOLFO COMPARTE SU VISIÓN SOBRE LA EVOLUCIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO, LOS DESAFÍOS DE CONSTRUIR CANALES RENTABLES Y SOSTENIBLES, Y EL ROL ESTRATÉGICO QUE HOY JUEGA LA LOGÍSTICA EN LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR.

Cuando la experiencia digital marca la diferencia entre una compra más y un cliente fidelizado, el e-Commerce se ha convertido en un pilar estratégico para las marcas que buscan crecer de manera sostenible. En este escenario destaca la trayectoria de Rodolfo Tapia, Gerente Comercial e-Commerce de Marley Coffee Chile, quien ha liderado con visión y consistencia la expansión del negocio online de la compañía.

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad Adolfo Ibáñez, MBA de la Universidad de Chile y Master en Comercio Electrónico y Marketing Digital por la Universidad de Barcelona, Tapia ha sido uno de los artífices de la transformación digital de Marley Coffee.

Su enfoque integrador, que une operaciones, tecnología, marketing y experiencia de cliente, ha permitido posicionar al canal digital como un motor estratégico para llevar la marca a los hogares de miles de consumidores en el país.

Rodolfo comparte su mirada sobre los cambios estructurales del sector, las tensiones que surgen al escalar y las tendencias que marcarán el futuro del consumidor digital en Chile.

¿CÓMO DESCRIBIRÍAS LA EVOLUCIÓN DEL E-COMMERCE? En Chile pasó de ser un canal alternativo, casi experimental para muchas empresas, a convertirse en un pilar central del negocio. Hoy los sitios web ya no son solo vitrinas de comunicación, sino canales de venta relevantes dentro de la estrategia comercial.

En paralelo, los consumidores también evolucionaron: dejaron de aceptar tiempos largos y poca información, y ahora exigen entregas rápidas, trazabilidad, transparencia y experiencias sin fricciones.

¿CUÁLES SON LOS PILARES PARA CONSTRUIR UN CANAL DIGITAL ROBUSTO, RENTABLE Y SOSTENIBLE? Un canal digital sostenible no se construye solo vendiendo más, sino entregando experiencias consistentes que generan recompra y lealtad. La base está en una propuesta de valor diferenciada, procesos eficientes y una cultura guiada por datos y me-

jora continua. La sostenibilidad viene cuando tecnología, logística, marketing y servicio al cliente trabajan en sincronía

EL E-COMMERCE HA ELEVADO LAS EXIGENCIAS ¿QUÉ PRÁCTICAS O INNOVACIONES CONSIDERAS ESENCIALES PARA CUMPLIR CON ESTAS EXPECTATIVAS? Hoy la logística debe ser rápida, visible y flexible, porque el cliente no solo espera recibir su compra, sino saber exactamente qué está ocurriendo con ella.

La trazabilidad en tiempo real, las promesas de entrega realistas y los modelos híbridos de distribución (despacho a domicilio, puntos de retiro, lockers, etc.) se han vuelto esenciales.

Hemos comprobado que reducir la incertidumbre tiene más impacto en satisfacción que reducir horas en el despacho, por lo que el operador logístico juega un rol determinante.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES DESAFÍOS QUE ENFRENTAN LAS EMPRESAS AL ESCALAR SU CANAL DIGITAL? Escalar no es solo vender más; es crecer sin perder margen ni deteriorar la experiencia del cliente, y ahí surgen los mayores desafíos. Internamente, aparecen tensiones entre canales, necesidad de rediseñar procesos y redistribución de recursos; externamente, influyen el alza de costos logísticos, la saturación promocional, la dependencia de medios pagados y la escasez de talento digital integral.

El escalamiento debe ser una decisión estratégica a nivel compañía y no una iniciativa aislada del área digital.

¿CÓMO CONSTRUIR UNA PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIADA? Desde mi perspectiva, la manera de diferenciarse en un entorno promocional no es competir por precio, sino competir por valor. En lo funcional, la propuesta debe resolver necesidades reales con conveniencia: procesos simples, tiempos de entrega razonables y un servicio cercano que soluciona.

En lo emocional, las marcas se diferencian cuando generan experiencias significativas y mensajes que conectan con la identidad del consumidor.

¿QUÉ TECNOLOGÍAS O TENDENCIAS MARCARÁN EL FUTURO DEL E-COMMERCE EN LOS PRÓXIMOS AÑOS? La logística evolucionará hacia experiencias rápidas, flexibles e hiperconectadas, donde el cliente elige cómo

recibir: retiro en tienda, lockers, entregas same-day, suscripciones e incluso drones en ciertos mercados.

La IA anticipará demanda, optimizará inventarios y sugerirá métodos de entrega según comportamiento y urgencia, mientras crecen los modelos de fulfillment colaborativo para reducir costos y tiempos. El futuro estará en ecosistemas unificados —CRM, ERP, WMS y marketing operando como un solo cerebro digital— y en automatización de centros de distribución mediante robotización, packing inteligente y cross-docking predictivo.

Aunque aumente la automatización en servicio al cliente, el estándar será tecnología para resolver rápido y humanos para acompañar con empatía. En definitiva, la logística se convertirá en un factor estratégico de diferenciación, entregando no solo productos, sino control, visibilidad y tranquilidad al cliente.

¿QUÉ APRENDIZAJES ES CLAVE PARA LIDERAR UN CANAL DIGITAL CON ÉXITO? El mayor aprendizaje es que un canal digital no se lidera solo; se construye en equipo. El éxito depende de la mejora continua y del trabajo coordinado entre comercial, marketing, operaciones, logística, tecnología y servicio al cliente.

El verdadero salto ocurre cuando la organización cambia el paradigma y pone lo digital al centro de la estrategia, no como complemento, sino como el principal puente de relación con el cliente. Y lo más importante: la empatía. Para liderar un canal digital con éxito hay que vivir el journey del cliente, anticipar sus dolores y atenderlo como a nosotros nos gustaría ser atendidos.

¿QUÉ CONSEJO LE DARÍAS A LOS PROFESIONALES QUE HOY BUSCAN DESARROLLARSE EN EL MUNDO ONLINE? Nunca dejes de aprender. El mundo digital avanza rápido y la curiosidad es clave, pero más importante que acumular conocimientos es desarrollar criterio y visión de negocio para convertir aprendizaje en resultados.

Y lo más importante: en e-commerce no basta con saber vender online; los líderes entienden personas, construyen equipos, escuchan, enseñan y fomentan la mejora continua. Cuando hay empatía, comunicación clara y liderazgo humano, la pasión se convierte en resultados para todos.

SINGAPUR NO SOLO ENCABEZA EL ÍNDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO DEL BANCO MUNDIAL 2023: LO HACE DESDE UN TERRITORIO DE APENAS 728 KM², SIN GRANDES RECURSOS NATURALES QUE EXPLOTAR, PERO CONVERTIDO EN UNO DE LOS HUBS COMERCIALES MÁS EFICIENTES, DIGITALIZADOS Y CONECTADOS DEL PLANETA. ¿CUÁLES SON LOS FACTORES QUE EXPLICAN SU LIDERAZGO Y QUÉ LECCIONES QUE OFRECE PARA CHILE?.

RADIOGRAFÍA A SINGAPUR: ¿POR QUÉ ES LÍDER MUNDIAL EN LOGÍSTICA?



de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI), la vocación logística y comercial de esta ciudad-estado no surge casualmente ni de un momento a otro, sino que tiene fuertes raíces históricas. “Desde la época colonial, Singapur fue un punto de escala, abastecimiento y redistribución entre Europa, India, China y Japón y esa lógica se mantuvo por siglos. Su localización en el estrecho de Malaca es un activo natural: por ahí pasa una parte muy relevante del comercio marítimo mundial”, explica.

Además de su ubicación geográfica y su tradición comercial, hay otros factores que han contribuido a su desarrollo, comenta García: “Singapur era parte de Malasia hasta 1965, cuando se independizaron de la colonia británica. Ese fue un proceso marcado por tensiones políticas y étnicas y al separarse de Malasia, se enfrentó al desafío de construir una identidad propia en un territorio pequeño y profundamente diverso”.

Singapur creció como un puerto cosmopolita, con una composición demográfica heterogénea y una fuerte presencia de comunidades de origen chino e indio. Esa diversidad, que fue clave en su papel como enclave comercial, les exigió un modelo de gobierno capaz de mantener la cohesión interna y asegurar la estabilidad.

En este contexto -comenta García- el nuevo Estado optó por el inglés como idioma oficial común (aunque también se permitían los idiomas y religiones de origen). Una decisión estratégica, que buscaba facilitar la integración y que reforzó su vocación de centro internacional de comercio y servicios.

“El nuevo gobierno estableció un mecanismo de educación obligatorio, con altas exigencias y estimularon fuertemente el ahorro. Esto estableció las bases de la formación de Singapur y es muy interesante cómo, hasta el día de hoy, han logrado preservar ese enfoque, de un gobierno con experticia técnica, planificación a largo plazo, tratamiento justo de la minorías y educación de excelencia”. Eso sí, matiza, es importante considerar todo el

En un territorio bastante más pequeño que la Región Metropolitana, Singapur opera uno de los puertos más conectados del planeta y un aeropuerto de carga que figura entre los más eficientes de Asia. Año

tras año destaca en los rankings globales de competitividad, logística e innovación. ¿Cuál es la fórmula de este gran pequeño país?

Para Pablo García, Doctor en Economía y académico de la Escuela de Negocios

Resistencia Certificada.



¿Sabías que el Decreto Supremo 44 exige soluciones de ingeniería certificada para proteger a las personas y separar flujos peatonales y vehiculares?

En EVOLOG, respondemos con lo mejor:



TB 400 Plus de BOPLAN, la barrera impacto resistente más confiable del mercado.

- ◆ Resistencia certificada: 28,4 KJ a 45°
- ◆ Diseñada para zonas críticas con alto tráfico
- ◆ Evita daños a estructuras, personas y activos
- ◆ Modular, visible, ecológica y de bajo mantenimiento
- ◆ Cumple y supera los requerimientos del DS44

contexto. “Para mantener el orden social, son muy estrictos en el cumplimiento de la ley y tienen penas muy severas para quienes la transgredan, mucho más que en cualquier país occidental”, precisa.

DE PUERTO A “CIUDAD LOGÍSTICA”

Singapur opera hoy uno de los sistemas logísticos más integrados del mundo, donde los diferentes actores logísticos funcionan como un engranaje único.

“La logística es, sin duda, uno de los pilares de la economía de Singapur. Detrás del puerto hay un ecosistema completo que abastece todas las necesidades del sector naviero: astilleros especializados, proveedores, operadores, zonas francas y un sistema digital altamente avanzado”, señala Ángela Torres-Andresen, directora de la Cámara de Comercio Latinoamericana en Singapur (LatAmCham).



Ángela Torres-Andresen
Directora de LatAmCham

Desde su perspectiva, la transformación digital ha sido un factor decisivo en la consolidación de Singapur como hub logístico global. “Bajo un modelo de trámites 100% en línea, ventanillas únicas y automatización portuaria, el país ha eliminado trabas burocráticas, reducido costos y aumentado drásticamente la eficiencia de sus operaciones”, explica.

Detrás de este éxito -agrega- está CrimsonLogic, subsidiaria de PSA, la Autoridad de Puertos de Singapur, pionera mundial en el desarrollo de plataformas de ventanilla única. “Su sistema integra en tiempo real a más de 30 entidades, incluyendo aduanas, agencias fitosanitarias, actores portuarios y navieras, logrando que todos los procesos -desde declaraciones hasta permisos de salida- se resuelvan de

manera ágil, transparente y sin papel”. El resultado es un ecosistema digitalizado de gran fluidez. Los tiempos de espera se han reducido en más de 60%, los errores humanos han caído drásticamente y los costos operativos se mantienen entre los más competitivos a nivel global, comenta Torres-Andresen: “Singapur no solo ha modernizado su infraestructura física -con grúas automatizadas y puertos inteligentes- sino que ha construido un back-end digital que hoy es referencia obligada para puertos desde Róterdam hasta Shanghái”.

A su juicio, este modelo no es solo tecnología, sino una visión de Estado. “La digitalización ha permitido a Singapur mantener su liderazgo en un mundo cada vez más interconectado, donde la agilidad y la transparencia son tan cruciales como la capacidad física de mover contenedores”, recalca.

Adicionalmente, destaca la Plataforma de Facilitación del Comercio dTrade, un sistema digital respaldado por el gobierno y diseñado para agilizar los procesos comerciales de extremo a extremo. Esta plataforma integra las mejores prácticas globales y permite una coordinación fluida entre comerciantes, navieras, proveedores logísticos, bancos y agencias gubernamentales, como aduanas y autoridades portuarias.

“Al digitalizar la documentación, automatizar aprobaciones y ofrecer visibilidad completa de la cadena de suministro, dTrade reduce drásticamente los tiempos de procesamiento, minimiza errores y recorta costos operativos”, destaca la directora de LatAmCham Singapur.

VÍNCULOS Y APRENDIZAJES CHILE-SINGAPUR

Torres-Andresen sostiene que el intercambio comercial entre Chile y Singapur se encuentra en un momento de gran dinamismo, respaldado por el Acuerdo de Asociación Transpacífico (CPTPP) y el

nuevo tratado Alianza del Pacífico-Singapur. “Para las empresas chilenas que buscan expandir su presencia en Asia-Pacífico, Singapur ofrece ventajas únicas: un ecosistema empresarial abierto, un marco regulatorio transparente, infraestructura logística de clase mundial y una posición geográfica privilegiada. Sin embargo, el éxito requiere más que solo exportar; se trata de integrarse en las cadenas de valor regionales”.

En ese contexto, sus recomendaciones para las empresas chilenas apuntan a utilizar Singapur como hub de distribución y valor agregado. “No se limiten a vender productos; establezcan centros de distribución, aprovechen las zonas francas y desarrollen operaciones de empaque, etiquetado o personalización para mercados específicos”, sugiere.

Asimismo, recomienda fortalecer alianzas con empresas locales. “Singapur cuenta con un ecosistema de startups, fintechs y empresas logísticas dispuestas a colaborar. La clave es construir relaciones a largo plazo. Las empresas chilenas que entiendan que Singapur no es solo un mercado sino un trampolín, no solo venderán más, sino que se integrarán en una de las regiones de mayor crecimiento del mundo”.



Pablo García
Doctor en Economía
y Académico de la Escuela
de Negocios UAI.

Pero más allá de las posibilidades comerciales ¿Qué puede extraer Chile de una experiencia tan distinta en escala, geografía, cultura y sistema político? Ambos profesionales coinciden en rescatar aquellos aspectos que puedan contribuir a potenciar las habilidades comerciales y logísticas de Chile.

“Hoy vemos a Chile como un país orientado a la exportación, pero es algo que descubrimos hace un par de décadas. No es una condición de siglos, como fue el

caso de Singapur. Geográficamente, tampoco tenemos la condición natural de ser un hub logístico. Lo que sí podemos hacer es seguir cultivando nuestra vocación exportadora e internamente, preocuparnos de fortalecer la educación, la infraestructura, el ahorro y procurar las condiciones óptimas para mantener paz social, por supuesto tomando en consideración nuestra realidad y las diferencias culturales”, resume García.

RANKING LPI 2023 Y COMPARATIVA SINGAPUR-CHILE

El Logistics Performance Index (LPI) del Banco Mundial evalúa el desempeño logístico de 139 países en seis dimensiones: despacho aduanero; infraestructura; envíos internacionales; servicios logísticos y puntualidad de los despachos.

En su última versión (2023), Singapur -líder del ranking- obtuvo un puntaje general de 4,3 en una escala de 1 a 5. Chile figuró en el puesto 61, con un puntaje

global de 3,0. Aunque se sitúa en el tercer puesto dentro de la región (detrás de Brasil, Panamá y Perú y Uruguay, que compartieron el tercer lugar), esta posición representa una caída de 27 posiciones respecto de la medición anterior (2018). En un análisis breve por categoría, podemos observar que:

En Envíos Internacionales, si bien Chile no registra una caída en términos de puntaje entre ambas mediciones (2,7), ese nivel lo posiciona más abajo en el último ranking, lo que refleja un retraso frente a países que sí lograron mejorar su capacidad para organizar embarques internacionales a precios competitivos. Mientras Singapur consolidó ventajas en conectividad, frecuencia de servicios y eficiencia operativa, Chile mostró mayores dificultades para organizar embarques eficientes en costo y tiempo.

En infraestructura logística, la distancia es más marcada: Singapur alcanza un 4,6 gracias a una planificación integrada entre puertos, aeropuertos, ferrocarril, carreteras y zonas logísticas. En contraste,

el puntaje de Chile (baja de 3,2 en 2018 a 2,8 en 2023) evidencia cuellos de botella persistentes en accesos portuarios, limitada participación del ferrocarril y una expansión logística que superó la planificación urbana y regional.

En competencia y calidad de los servicios logísticos, Singapur alcanzó 4,4, frente a un 3,1 de Chile, que muestra avances, pero a un ritmo inferior al estándar internacional. En trazabilidad, Singapur marca alrededor de 4,4, mientras Chile se ubica en 3,0, lo que indica una integración más limitada de información a lo largo de la cadena. Finalmente, en puntualidad, Singapur supera los 4,3, mientras Chile alcanza 3,2, manteniendo un desempeño medio, pero perdiendo posición relativa frente a los líderes.

En conjunto, el LPI sugiere que el desafío de Chile es avanzar hacia una gobernanza logística integrada, con foco en conectividad internacional, intermodalidad, digitalización y planificación de largo plazo, acercándose al estándar de los referentes globales. ■

¿POR QUÉ SINGAPUR ES UN HUB CONFIABLE EN SCHM?

Singapur se ha consolidado como uno de los centros logísticos más robustos y estratégicos del mundo.

Su ecosistema combina una base creciente de empresas especializadas en Supply Chain Management (SCM), infraestructura logística de clase mundial y una conectividad aérea y marítima que lo posicionan como la principal puerta de entrada al Sudeste Asiático.

De acuerdo a la encuesta “APAC Supply Chain Network Trends 2023”, de la consultora global Gartner, estas son las principales razones que explican por qué, hoy en día, es un hub confiable para las cadenas globales de suministro:

1. Hub preferido por fabricantes

globales y dueños de carga: Grandes compañías multinacionales -Henkel, IMPEX, P&G, Schneider Electric, Asahi, Agilent, entre otras- han instalado en Singapur sus centros regionales de SCM.

Según la encuesta de Gartner, cerca del 15% de las empresas planea expandir o establecer nuevas operaciones de supply chain en el país.

En tanto, más de 70.000 profesionales trabajan hoy en funciones de supply chain en Singapur. Cada año se incorporan 3.600 nuevos graduados especializados en SCM, lo que garantiza disponibilidad de talento.

2. Centro de servicios logísticos de clase mundial: Singapur es elegido por los principales operadores globales como sede para funciones logísticas avanzadas: diseño de redes, gestión de riesgos, control

de inventario, analítica aplicada y automatización. El país ha logrado este posicionamiento gracias a políticas públicas estables, innovación tecnológica y una fuerte colaboración entre empresas, gobierno y academia.

3. Hub confiable con conectividad aérea y marítima líder: El Changi Air Cargo Hub seguirá expandiéndose y aumentará su capacidad con nuevas zonas especializadas para carga perecedera, farmacéutica, valiosa y de gran tamaño.

Por su parte, Tuas Port está llamado a convertirse en el terminal portuario totalmente automatizado más grande del mundo, con capacidad proyectada para manejar 65 millones de TEUs al año.

Esto permitirá a Singapur absorber el crecimiento del comercio global hacia 2040 y seguir siendo un punto neurálgico en las rutas regionales.

La flexibilidad laboral se ha convertido en uno de los atributos más valorados, especialmente para grupos críticos como las madres (46%) y las mujeres de la Generación Z (43%). Así lo demuestra el Benchmark de Gestión de Personas 2024 de Buk. “En un mercado donde el 68% de los reclutadores ya tiene dificultades para encontrar talento, este es un dato que no puede pasarse por alto,” sostiene Joanna Pilowsky, Chief People Officer de esta compañía dedicada a soluciones para la gestión de personas.

A su juicio, más que una tendencia a volver a las oficinas en formato 100% presencial, lo que hoy está emergiendo es “una consolidación de la hibridez estructurada”. En esa línea, agrega que los formatos más comunes ya no son totalmente libres, sino “esquemas definidos de dos a tres días semanales fuera de la oficina”.

Natalia Lidijover, gerente general de OTIC SOFOFA, también ha observado este fenómeno de retorno a las oficinas y tras haber conocido la realidad de muchas empresas -durante y después de la pandemia- tiene una visión clara al respecto: “Estoy convencida de que el modelo híbrido genera muchas oportunidades y que, bien implementado, no pone en riesgo la productividad”. Recalca, sin embargo, que la decisión sobre la mejor modalidad de trabajo es parte de una discusión mucho más profunda, que tiene que ver con desarrollar las capacidades necesarias para enfrentar los desafíos del futuro laboral.

IMPLEMENTAR EL MEJOR MODELO

Joanna Pilowsky sostiene que los modelos rígidos o los cambios mal gestionados hacia una mayor presencialidad pueden convertirse en detonantes de renuncia, especialmente entre madres y generaciones más jóvenes. “Volver a un modelo 100% presencial sin mirar la evidencia ni escuchar a las personas puede ser una

VARIOS ESTUDIOS LOCALES MUESTRAN QUE EL PORCENTAJE DE OCUPACIÓN DE OFICINAS EN LA REGIÓN METROPOLITANA SE HA INCREMENTADO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO Y QUE ALGUNAS EMPRESAS ESTÁN SOLICITANDO A SUS EQUIPOS VOLVER A LA PRESENCIALIDAD. ¿ESTAMOS ECHANDO POR TIERRA AQUELLA FRASE QUE ASEGURABA QUE “EL TELETRABAJO LLEGÓ PARA QUEDARSE”? ¿QUÉ FACTORES DEBIERAN CONSIDERAR LAS ORGANIZACIONES PARA DECIDIR CUÁL ES EL MEJOR SISTEMA DE TRABAJO?

EL TELETRABAJO LLEGÓ PARA QUEDARSE.. ¿O YA NO?



decisión costosa”, advierte. Por eso, a la hora de escoger el mejor modelo para cada organización, afirma que el primer paso debe ser la escucha activa y el diagnóstico. Antes de fijar días o porcentajes de presencialidad, la empresa debe entender qué valoran realmente sus colaboradores y medir el bienestar actual. En

este contexto, sugiere evaluar tres indicadores clave: burnout, productividad e intención de renuncia. Cuando cualquiera de ellos se deteriora, dice, es señal de que el modelo está fallando.

Para la Chief People Officer de Buk, la coherencia es esencial. En ese sentido, las

organizaciones deben preguntarse si lo que prometen al atraer talento coincide con la experiencia diaria que ofrecen. “La incoherencia es el principal generador de desconfianza”, afirma. Para ella, la decisión sobre el modelo híbrido debe estar respaldada por datos, encuestas internas y herramientas como el Net Happiness Score (NHS), que permiten tomar decisiones sostenibles en el tiempo.



Joanna Pilowsky
Chief People Officer
en Buk

En la experiencia de Natalia Lidijover, “el mejor modelo es aquel que se diseña dentro de la empresa con un equipo multidisciplinario que pueda conciliar los resultados del negocio con la operación”. Ese equipo debe considerar que el liderazgo es la pieza central: son los jefes

quienes deben establecer resultados claros, acordar formas de trabajo, habilitar coordinaciones y entregar feedback permanente: “si el liderazgo no tiene estas capacidades, el modelo híbrido no funciona de manera adecuada. Ahí el problema no es el híbrido: es que no estamos desarrollando las competencias que el futuro del trabajo nos exige”.

Desde su visión, el modelo híbrido es una oportunidad para que las organizaciones desarrollen las capacidades que se requieren en la actualidad y más aún en el futuro: “nos obliga a instalar prácticas que mejoran el trabajo: conversaciones de calidad sobre resultados, acuerdos explícitos sobre estándares y plazos y un uso inteligente de la presencialidad para fortalecer cultura, innovación y planificación”. Y de aquí surge un elemento fundamental: el sistema híbrido no significa ausencia de estructura, sino lo contrario: para que funcione debe contar con una planificación y un diseño estructurado.

Otro elemento que se suele pasar por alto al hablar de sistema híbrido tiene que ver con los cargos que no pueden adoptar este esquema, especialmente en industrias productivas y operativas. Lidijover reconoce que en muchos casos no es posible instalar modelos híbridos en ciertos cargos operacionales, pero eso no significa renunciar a mejorar la experiencia de quienes deben seguir yendo físicamente todos los días.



Natalia Lidijover
Gerente General
de OTIC SOFOFA

Por el contrario, plantea que las empresas debieran preguntarse qué márgenes de autonomía pueden entregar a esos trabajadores, cómo involucrarlos en decisiones cotidianas de la operación y qué espacios de bienestar y desarrollo se



Si tu operación está enfrentando saturación, falta de espacio, congestión en flujos, errores en inventarios, procesos manuales o desafíos de trazabilidad, este es el momento estratégico para evaluar un rediseño integral.

En Megaconsulting, combinamos ingeniería aplicada, experiencia real en terreno y visión estratégica para transformar centros de distribución en operaciones eficientes, escalables y preparadas para un futuro más dinámico.



LA LOGÍSTICA DEL 2026 NO PERMITIRÁ IMPROVISACIONES

www.megaconsulting.cl

pueden generar para que ellos no sientan que su trabajo tiene menos valor que el de quienes pueden teletrabajar.

UN DESAFÍO MÁS PROFUNDO

Ambas especialistas coinciden en otro punto: esta discusión no es solo sobre teletrabajo versus oficina. Es sobre preparar a las organizaciones para un futuro muy distinto. Lidijover lo explica desde su experiencia en estudios de transformación laboral: “estamos viviendo cambios socio-demográficos, tecnológicos, culturales y ambientales muy profundos.

Las empresas necesitan desarrollar capacidades de adaptabilidad para enfrentar futuros cada vez más disruptivos”. En ese contexto, el modelo híbrido es más que una modalidad: es una herramienta para desarrollar esas capacidades.

“Pensar que el desafío está solo en cuántos días ir a la oficina es perder de vista lo esencial. El modelo híbrido está alineado con las habilidades que necesitamos para la transformación que ya estamos viviendo”, afirma.

Pilowsky, desde la gestión de personas, llega a una conclusión similar. La flexibilidad, dice ya no es un beneficio opcional, sino un componente crítico de bienestar y competitividad. Las empresas que la incorporan estratégicamente muestran mejor salud mental, menos rotación, mayor atracción de talento y una cultura más sólida. “El modelo híbrido no es una moda; es una evolución natural del mercado del talento. No se trata de mantenerlo por inercia, sino de refinarlo con datos, escucha activa y foco en las personas”, señala.

Mientras algunas organizaciones avanzan hacia más presencialidad, la evidencia que ambas especialistas han observado apunta a un desafío mayor: quedarse en el modelo antiguo puede limitar la capacidad de innovar, atraer talento y responder a un entorno cambiante.



UNA GUÍA PARA IMPLEMENTAR EL SISTEMA HÍBRIDO

El estudio “Mejores Prácticas de Trabajo Híbrido”, elaborado por el Centro de Ingeniería Organizacional de la Universidad de Chile, OTIC SOFOFA, Abra Laboratorio de Aprendizaje y Fundación UNTEC, publicado en diciembre de 2022, recogió información de 300 empresas y 2 mil trabajadores, permitiendo identificar prácticas reales y comparables en la implementación del trabajo híbrido en Chile. Natalia Lidijover cuenta que a principios del 2026 estarán listos los resultados de un nuevo estudio de campo sobre trabajo híbrido, en el que podrán analizar cómo ha evolucionado el mundo laboral en torno a este tema. Por ahora, rescatamos las mejores prácticas para su implementación, publicadas en la última edición y que -probablemente- siguen tanto o más vigentes que antes:

1. Crear un comité multidisciplinario. Este comité debe: diseñar la política híbrida, acompañar la implementación, monitorear resultados, definir métricas, apoyar a las jefaturas, levantar mejoras continuas. Debe incluir a representantes de las áreas de RRHH, TI, Legal y Comunicaciones, entre otros.

2. Co-diseñar el modelo con los equipos. Las mejores empresas involucran a líderes y trabajadores, permiten acuerdos por equipos o incluso individuales, ajustan la

modalidad según funciones, metas y necesidades. Los equipos podrían, por ejemplo, elegir su día común presencial o acordar su supervisor qué esquema les funciona mejor.

3. Definir reglas claras y transversales. Una buena política híbrida incluye definir el número de días presenciales vs. remotos, criterios para decidir qué tareas se hacen dónde (por ejemplo, en la oficina, hacer labores relacionadas con la colaboración y en casa, aquellos relacionados con foco) derechos y obligaciones, desconexión mínima de 12 horas, organización del trabajo por actividades. Ejemplo, crear una matriz para decidir qué actividades son presenciales y cuáles remotas.

4. Comunicación activa, frecuente y transparente. Implica brindar un relato unificado de la organización, comunicar lo decidido y también lo que está en proceso, contar con múltiples canales y actualización constante para evitar rumores y ansiedad. Las jefaturas deben reforzar el mensaje con sus equipos.

5. Ajustes contractuales adecuados. Debe haber anexos de contrato claros, definición de funciones, jornada, lugar de trabajo, reglas sobre uso de tecnología, protección de datos, desempeño.

6. Liderazgo adaptado al modelo híbrido. Los líderes deben generar confianza, evitar sesgos hacia trabajadores presenciales, coordinar bien equipos desincronizados, apoyar salud mental, priorizar tareas.

7. Cuidar productividad con indicadores adecuados. Hacer foco en objetivos, no en supervisión visual; tableros de control por área, revisiones periódicas, definir métricas específicas para híbrido.

8. Promover bienestar, ergonomía y salud mental, apoyo emocional, prevención del burnout.

9. Reforzar la cultura organizacional, mantener ritos presenciales, usar la oficina como “sede cultural”, realizar actividades presenciales de innovación y colaboración.



+20 AÑOS APOYANDO LA **TRANSFORMACIÓN** **DIGITAL DE TU** **OPERACIÓN**

Soluciones IoT integradas para una
mayor seguridad y eficiencia en la
cadena de suministro.



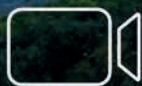
Control y gestión en tiempo real



Información
Estratégica



Monitoreo y
control



Cámaras video
monitoreo



Fatiga y
Distracción



Tercer ojo
Mobileye



Servicio de
Calidad



LO QUE EL PRÓXIMO PRESIDENTE NO PODRÁ ELUDIR: LAS 7 URGENCIAS LOGÍSTICAS QUE DEFINE EL CPI

AD PORTAS DE UN NUEVO CICLO POLÍTICO, EL CONSEJO DE POLÍTICAS DE INFRAESTRUCTURA (CPI) PUSO SOBRE LA MESA SIETE URGENCIAS LOGÍSTICAS QUE -DESDE SU VISIÓN- DEBIERAN INTEGRARSE A LA AGENDA DEL PRÓXIMO GOBIERNO. CARLOS CRUZ, SU DIRECTOR EJECUTIVO, EXPLICA POR QUÉ ESTAS DEFINICIONES SERÁN DETERMINANTES PARA LA COMPETITIVIDAD DEL PAÍS.



76

tado inicialmente a los principales candidatos presidenciales, con el objetivo de aportar una visión técnica y de largo plazo a todos los programas presidenciales.

Como complemento, el organismo convocó posteriormente (antes de la primera vuelta) a un encuentro con representantes de los comandos de José Antonio Kast, Jeannette Jara y Evelyn Matthei, instancia donde se contrastaron diagnósticos, se discutieron prioridades y se registró un inusual nivel de coincidencia respecto del rol estratégico que debe asumir la infraestructura en el próximo ciclo político. Este proceso de diálogo es el que el CPI busca proyectar ahora hacia la nueva administración.



Carlos Cruz
Director Ejecutivo
del CPI.

Elaborado por más de 150 participantes -entre especialistas, consejeros, empresas y gremios- el texto sintetiza la visión del CPI para el período 2026–2030 y se posiciona como una hoja de ruta destinada a incidir justo en el momento en que un nuevo gobierno comienza a definir sus prioridades.

Consciente de la urgencia por acelerar decisiones estratégicas, el organismo buscó instalar una agenda de largo plazo antes de que los énfasis políticos se consoliden en políticas públicas y los diagnósticos

Con el resultado presidencial ya definido y un nuevo gobierno próximo a instalarse, el diagnóstico técnico sobre los desafíos que enfrentará el país en los próximos cuatro años está trazado desde antes de la votación. Anticipándose a este cambio de ciclo, el Consejo de Políticas de Infraestructura (CPI) fijó siete urgencias logísticas que, a su juicio, deberán abordarse desde el primer día de la nueva administración.

Se trata de prioridades que trascienden el debate electoral y que buscan instalar una agenda de Estado en un momento en que la competitividad, la integración territorial y la capacidad de ejecutar proyectos estratégicos se han vuelto determinantes para el desarrollo del país.

Antes de las elecciones, el CPI ya había puesto en marcha su despliegue preelectoral: el documento “Infraestructura para el desarrollo que queremos” fue presen-

pierdan peso frente a las expectativas del nuevo ciclo.

COINCIDENCIAS Y Matices DEL ENCUENTRO

El encuentro con los comandos presidenciales permitió observar un nivel de consenso poco habitual en un contexto electoral donde, normalmente, las diferencias programáticas se acentúan.

Según explica Carlos Cruz, director ejecutivo del CPI, los representantes de los equipos presidenciales coincidieron en la necesidad de fortalecer la planificación a largo plazo y reconocieron que la infraestructura es un habilitador clave del crecimiento. Este punto no es menor -destaca Cruz- ya que revela cierta madurez en la comprensión del rol que juega la logística en sectores tan disímiles como la minería, la industria manufacturera, la agricultura de exportación y el comercio exterior.

plazo, el otro propuso la creación de una entidad especializada, con dedicación exclusiva y facultades más explícitas". Para el CPI, esta diferencia -aunque técnica en apariencia- es estructural, pues define la gobernanza con que el país abordará desafíos crecientes en inversión, electromovilidad, sostenibilidad y logística portuaria.

Durante el encuentro se destacó al Puerto Exterior de San Antonio como un proyecto estratégico con fuerte interacción territorial. Para Cruz, este es "un proyecto ejemplar de una política de Estado", en la medida en que ha logrado avanzar durante tres gobiernos consecutivos, pese a diferencias programáticas.

Pero insiste en que su éxito no dependerá solo de la obra portuaria: "el desafío pendiente es que sea apreciado como un eslabón fundamental de una cadena logística integrada que incluya caminos, ferrocarriles y centros de intercambio modal". Con ello, subraya una de las principales lecciones del proyecto: sin accesos, infraestructura

para aumentar su participación", recalca. Desde su visión, el tren es una alternativa clave para complementar al modo carretero, permitiendo una logística más sostenible al disminuir el impacto ambiental, reducir emisiones y mitigar la afectación de la actividad en las ciudades.

Asimismo, recalca la importancia de potenciar la infraestructura que facilite la conexión con los países vecinos mediante pasos transnacionales:

"El Corredor Capricornio, en el norte de Chile, es crucial para potenciar el desplazamiento de productos en América del Sur, dada la gran demanda de Brasil, Argentina y Paraguay para exportar sus mercancías hacia el Asia, y donde ya se han impulsado iniciativas significativas. De igual forma, en la Región de Atacama se están concentrando esfuerzos para dar soporte tanto a la minería chilena como a la argentina, cuyo potencial de crecimiento es elevado. Esto requiere facilitar el acceso de los proyectos desarrollados

Pero insiste en que su éxito no dependerá solo de la obra portuaria: "el desafío pendiente es que sea apreciado como un eslabón fundamental de una cadena logística integrada que incluya caminos, ferrocarriles y centros de intercambio modal". Con ello, subraya una de las principales lecciones del proyecto: sin accesos, infraestructura urbana y planificación territorial coherente, toda ampliación portuaria queda incompleta.

En esa línea, la coincidencia más destacada fue la valoración conjunta de la asociación público-privada (APP) como herramienta esencial para impulsar proyectos de gran escala. Para el CPI, este reconocimiento tiene un doble mérito: confirma que los instrumentos de cooperación han demostrado eficacia y, al mismo tiempo, ofrece un marco de continuidad para decisiones de inversión que requieren estabilidad y visión de Estado.

En tanto, el punto donde se evidenciaron los matices más relevantes fue en el diseño institucional. Al referirse a las propuestas planteadas por los equipos de Jeannette Jara y José Antonio Kast, el director del CPI comenta que "mientras un comando planteó fortalecer organismos ya existentes para asumir la planificación de largo

plazo, el otro propuso la creación de una entidad especializada, con dedicación exclusiva y facultades más explícitas". Para el CPI, esta diferencia -aunque técnica en apariencia- es estructural, pues define la gobernanza con que el país abordará desafíos crecientes en inversión, electromovilidad, sostenibilidad y logística portuaria.

LO QUE SE VIENE

Tras los encuentros -y ahora que el nuevo presidente ya está definido- Cruz retoma algunos puntos que considera centrales en el impulso a la logística. Como prioridad fundamental destaca seguir promoviendo la integración modal bajo una planificación de largo plazo. "La eficiencia logística se logra cuando cada modo de transporte aporta desde su mayor fortaleza. En este contexto, el ferrocarril de carga se encuentra en deuda y resulta crucial impulsar su desarrollo, mejorando su in-

fraestructura para aumentar su participación", recalca. Desde su visión, el tren es una alternativa clave para complementar al modo carretero, permitiendo una logística más sostenible al disminuir el impacto ambiental, reducir emisiones y mitigar la afectación de la actividad en las ciudades.

En tanto, en la región del Biobío, el CPI apuesta por establecer una plataforma logística estratégica en la zona centro-sur, que conecte la ciudad argentina de Bahía Blanca en el Atlántico -atravesando importantes provincias como Neuquén y Río Negro- hasta la costa pacífica chilena. "Para concretar todas estas iniciativas, resulta fundamental el liderazgo del sector público, respaldado por el soporte del sector privado y la colaboración activa entre los países", apunta.

Dentro de las dificultades para avanzar, menciona "la falta de planificación integrada para desarrollar proyectos que den soporte eficiente a la actividad logística y

a la movilización de productos por parte de los operadores". En este sentido, estima fundamental el desarrollo de los proyectos de acceso vial y ferroviario a los puertos, junto con la necesidad de avanzar en las licitaciones de puertos públicos que vencen a finales de esta década.

A su juicio, si bien el gobierno ha dado pasos importantes con la aprobación de la Ley Marco de Autorizaciones Sectoriales, "la nueva administración deberá enfocarse en su correcta implementación, además de acelerar la tramitación de la Ley de Permisos Ambientales. Por nuestra parte, desde el CPI hemos propuesto la aprobación de un "fast track" para proyectos clave, con el fin de priorizar y agilizar su tramitación".

Y si hubiese que sintetizar en una frase el mensaje que el CPI quiere transmitir al futuro mandatario, Cruz señala: "lo central es dar a la logística la importancia que se merece. Somos un país exportador y la logística es un componente relevante de nuestra actividad económica. De ella depende que nuestras industrias de exportación reduzcan sus costos y sean más competitivas, lo que facilitaría un mayor desarrollo. Con esa convicción, el CPI ya prepara una invitación formal a la nueva administración para colaborar en la agenda de infraestructura del período 2026–2030 y aportar desde la técnica a las decisiones que definirán el desarrollo del país durante la próxima década.

78

LA BASE DE UNA AGENDA LOGÍSTICA COMÚN

El Consejo de Infraestructura Pública elaboró un documento complementario en el que contrasta sus 36 propuestas con los programas presidenciales. El análisis comparado permite observar, eje por eje, los principales puntos de convergencia y brechas en siete categorías clave:

INSTITUCIONALIDAD. Fue uno de los ámbitos con mayor coincidencia. Más allá de las diferencias en el diseño institucio-

LAS 7 URGENCIAS LOGÍSTICAS PARA 2026–2030

1. Impulsar la integración modal y aumentar la participación del ferrocarril de carga.
2. Asegurar la continuidad del Puerto Exterior de San Antonio con infraestructura de soporte de alto estándar.
3. Desarrollar corredores bioceánicos estratégicos, especialmente el Corredor Capricornio.
4. Modernizar la tramitación de proyectos: implementación efectiva de la Ley Marco de Autorizaciones Sectoriales y fast track para obras clave.
5. Mejorar los accesos viales y ferroviarios a los puertos para reducir costos y congestión.
6. Fortalecer la institucionalidad de planificación de infraestructura, otorgándole continuidad y visión de Estado.
7. Promover un sistema logístico sostenible, con menor impacto urbano y mayor integración territorial.

nal, los programas compartían el diagnóstico de que la planificación de infraestructura sigue fragmentada y condicionada por el ciclo político.

Esta debilidad dificulta la coordinación entre accesos portuarios, ferrocarril, carreteras, nodos intermodales y ordenamiento territorial.

FINANCIAMIENTO. En este punto la convergencia fue más limitada. Si bien existía acuerdo en impulsar la inversión en infraestructura y fortalecer la asociación público-privada, el comparado evidenció escaso desarrollo de mecanismos de financiamiento de largo plazo. La ausencia de reglas estables y de priorización expli-

cita expone proyectos estratégicos -como accesos portuarios y corredores logísticos- a retrasos y discontinuidades.

AGUA PARA EL FUTURO. El eje hídrico fue abordado desde distintas perspectivas, con énfasis en la seguridad del recurso frente al cambio climático. Se observaron coincidencias en infraestructura multipropósito, aunque persiste una débil articulación con la logística productiva. La gestión del agua resulta crítica para minería, agroexportación e industria, pero su integración con la planificación territorial sigue siendo parcial.

CIUDADES SOSTENIBLES. El comparado muestra avances en la vinculación entre vivienda, transporte y calidad de vida urbana. Sin embargo, la logística aparece de forma marginal en la planificación de las ciudades. Esta falta de integración explica conflictos recurrentes en torno a puertos, carreteras y centros de distribución, con impactos operativos y territoriales.

LOGÍSTICA DE CLASE MUNDIAL. Este fue el eje con mayor nivel de convergencia. El documento identificó acuerdos en mejorar accesos portuarios, fortalecer corredores bioceánicos, avanzar en integración modal y reducir costos logísticos. La principal brecha se concentró en la ejecución, especialmente en ferrocarril de carga, infraestructura extraportuaria y nodos intermodales.

TRANSICIÓN ENERGÉTICA. Los programas incorporaron crecientemente este eje, en particular en energías renovables, electromovilidad e hidrógeno verde. El análisis del CPI destaca la necesidad de coordinación logística: puertos, carreteras, redes eléctricas y sistemas de almacenamiento deben desarrollarse de manera articulada para sostener estos procesos.

INFRAESTRUCTURA DIGITAL. Se consolidó como un eje transversal, con acuerdos en ampliar cobertura y mejorar conectividad para la descentralización. La infraestructura digital aparece como soporte clave para la eficiencia logística, habilitando trazabilidad. ■

**Estamos comprometidos con el
éxito de tu operación: queremos
escucharte y resolver con agilidad**



Almacenaje para
carga industrial



**¿Qué desafío
logístico tienes hoy?**

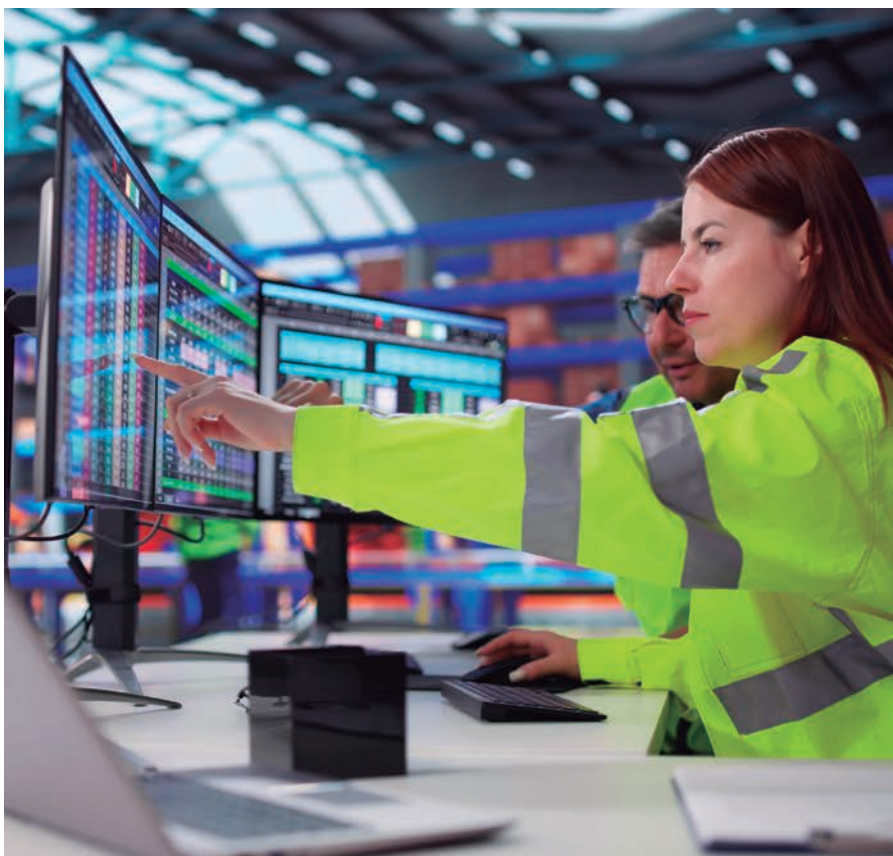
Escanea y resolvamos



Desconsolidado
de contenedor

+26 soluciones a la medida para la
cadena de suministro multi-industrias





DURANTE DÉCADAS, LA ADUANA EUROPEA SE MOVIÓ AL RITMO DEL PAPEL: LENTA, RÍGIDA Y DEPENDIENTE DE DOCUMENTOS QUE VIAJABAN MÁS DESPACIO QUE LOS PROPIOS CONTENEDORES. AQUEL SISTEMA, EFICAZ EN SU TIEMPO, HOY SE VE SUPERADO POR UN COMERCIO GLOBAL QUE EXIGE INMEDIATEZ, TRAZABILIDAD Y DATOS EN TIEMPO REAL.

80

EUROPA REINVENTA SU FRONTERA: CÓMO LA NUEVA ADUANA DIGITAL TRANSFORMARÁ EL PAPEL DE LOS OEA Y EL COMERCIO CON CHILE

Bruselas impulsa ahora una revolución silenciosa que transformará la manera en que se mueve cada producto, cada contenedor y cada dato dentro del mer-

cado comunitario. Ya no hablamos solo de ventanillas electrónicas, sino de una aduana digital que analiza y decide antes de que el camión cruce la frontera.

La Reforma del Código Aduanero de la Unión, actualmente en negociación en el Parlamento Europeo y el Consejo, propone sustituir la fragmentación nacional por un sistema común basado en información compartida y control predictivo. En el centro de este nuevo ecosistema se situará el EU Customs Data Hub, la futura gran base de datos aduanera europea. Su función será concentrar, analizar y anticipar riesgos en tiempo real, de modo que la confianza ya no se declare: se demuestre.

El cambio afectará a todos los actores del comercio internacional —desde los Operadores Económicos Autorizados (OEA) hasta las plataformas de comercio electrónico— y redefinirá también la relación con los socios extracomunitarios, entre ellos Chile, uno de los aliados más consolidados del bloque europeo.

COMERCIO ELECTRÓNICO: EL GRAN CATALIZADOR

El auge del comercio electrónico ha puesto a prueba las costuras del sistema aduanero europeo. En 2024 se estimaron alrededor de 4 600 millones de paquetes de bajo valor (≤ 150 €) que ingresaron en la Unión Europea, más del 90 % con origen en China.

Para frenar el fraude y equilibrar la competencia, la Comisión Europea ha propuesto —aún en fase de negociación— eliminar progresivamente el umbral de 150 € que exime de derechos aduaneros a los envíos B2C y sustituirlo por una tasa plana de 2 € por paquete importado directamente al consumidor europeo, junto con una tarifa reducida de 0,50 € para los envíos gestionados desde almacenes situados dentro de la UE.

Estas medidas forman parte del paquete de reforma aduanera presentado en 2023, pero todavía no han sido aprobadas formalmente. La fecha provisional de aplicación no se prevé antes de 2028. Aun así, su efecto ya se percibe: las plata-

formas de venta en línea deberán asumir mayor responsabilidad sobre los datos de origen, valor y clasificación arancelaria de los productos que comercialicen. Los operadores logísticos y los agentes de aduanas tendrán que reforzar sus sistemas de trazabilidad y calidad de datos.



Mari Carmen Masegosa
Consultora Internacional
y Representante Aduanera
(AEAT) Masegosa
Consulting.

El envío de bajo coste que antes escapaba al control pasará a formar parte de un ecosistema de supervisión transparente, automatizado y en tiempo real, donde la velocidad de los despachos dependerá directamente de la precisión de la información.

ICS2: LA FRONTERA SE ADELANTA

El Import Control System 2 (ICS2) constituye la piedra angular de esta nueva arquitectura aduanera. Este sistema permite a las autoridades europeas conocer y analizar los datos de cada envío antes de su llegada, reforzando la seguridad y la trazabilidad en toda la cadena logística.

Según confirmó la Comisión Europea el 29 de agosto de 2025, el ICS2 está plenamente operativo en todos los Estados miembros y para todos los modos de transporte —incluidos carretera y ferrocarril— desde el 1 de septiembre de 2025, con derogaciones temporales limitadas en algunos países para facilitar la adaptación de los transportistas.

Gracias a este modelo, el control deja de ejercerse en la frontera física y se traslada al ámbito digital. Las aduanas pueden autorizar, inspeccionar o bloquear una operación antes de que la mercancía abandone su país de origen.

La velocidad de los despachos dependerá de la calidad, coherencia y anticipación de los datos. En esta nueva lógica, la ra-

pidez ya no la determina la ruta, sino el dato. El ICS2 redefine así la responsabilidad de todos los actores de la cadena logística: transportistas, agentes, exportadores e importadores deberán coordinar sus sistemas bajo una misma cultura de trazabilidad y cumplimiento.

OEA ESPAÑOLES: DEL SELLO A LA EXCELENCIA OPERATIVA

Para los OEA en España, la reforma aduanera europea marca un punto de inflexión. Lo que durante años fue una ventaja competitiva se convertirá en un requisito imprescindible para operar con agilidad dentro del mercado interior.

La Comisión Europea busca consolidar un sistema de confianza basado en la fiabilidad digital y la transparencia permanente. En este contexto surge el proyecto del futuro “Trust & Check Trader”, una figura aún en fase de diseño legislativo, reservada a empresas con trazabilidad total y conexión directa al EU Customs Data Hub. Aunque todavía no existe una fecha oficial para su implantación, el mensaje de Bruselas es claro: la aduana del futuro solo confiará en quienes puedan demostrar su cumplimiento con datos verificables.

Ser OEA dejará de equivaler a haber superado una auditoría puntual para convertirse en un proceso vivo de cumplimiento continuo. Las empresas certificadas deberán mantener la coherencia entre la información comercial, logística y aduanera, integrando sus sistemas internos con los de la administración. Esta interconexión les permitirá acceder a despachos prioritarios, menos controles y una menor carga documental.

Para las pymes exportadoras, el reto será tanto tecnológico como cultural: pasar de una visión reactiva a una cultura preventiva, donde la trazabilidad, la automatización y la formación continua sean pilares estratégicos. En este nuevo entorno, la

credibilidad aduanera será sinónimo de competitividad.

CHILE: ALINEARSE PARA COMPETIR

Al otro lado del Atlántico, Chile avanza hacia una relación más moderna con la Unión Europea. El Acuerdo Comercial Interino (ATI), en vigor desde el 1 de febrero de 2025, y la aplicación provisional parcial del Acuerdo Marco Avanzado (AFA) desde el 1 de junio de 2025, marcan un punto de inflexión en la política comercial bilateral.

Ambos instrumentos abren una nueva etapa sustentada en la sostenibilidad, la digitalización y la trazabilidad, principios que reflejan la misma filosofía que inspira la reforma aduanera europea.

Entre las principales novedades, el ATI moderniza los procedimientos de origen preferencial, sustituyendo los antiguos certificados EUR.1 por declaraciones electrónicas de origen emitidas por exportadores registrados en el sistema REX (Registered Exporter System). Este cambio simplifica los trámites, pero exige mayor rigurosidad documental y trazabilidad completa.

Las empresas chilenas exportadoras —especialmente en los sectores agroalimentario, pesquero, vitivinícola e industrial— deberán garantizar que sus datos de origen, clasificación y valor estén perfectamente alineados con los estándares europeos. Una discrepancia mínima podrá activar alertas automáticas y retrasar el despacho o la aplicación de preferencias arancelarias.

Lejos de ser una barrera, esta modernización representa una oportunidad estratégica. Las compañías que refuercen su trazabilidad y colaboren con importadores europeos certificados como OEA podrán integrarse en cadenas de suministro de confianza, beneficiándose de procedimientos más ágiles, despachos previsibles y menores costes.

CUSHMAN & WAKEFIELD CONVOCÓ A GERENTES GENERALES, EJECUTIVOS SENIOR Y ALTOS LÍDERES EMPRESARIALES A UN ENCUENTRO, CON EL OBJETIVO DE REVISAR EL CONTEXTO ECONÓMICO ACTUAL Y PROYECTAR LAS PRINCIPALES TENDENCIAS QUE MARCARÁN LA AGENDA DE 2026.

CUSHMAN & WAKEFIELD REUNIÓ A LÍDERES EMPRESARIALES PARA ANALIZAR EL ESCENARIO ECONÓMICO 2026

Uno de los momentos centrales del encuentro fue la exposición del economista y ex ministro de Hacienda, Nicolás Eyzaguirre, quien ofreció una lectura detallada de los desafíos macroeconómicos que enfrentará Chile en los próximos años.

Analizó la evolución de las principales economías del mundo, el impacto de las políticas monetarias restrictivas, la desaceleración del comercio global y las oportunidades que podría ofrecer la reconfiguración de cadenas de suministro.

Durante su intervención, enfatizó que "comprender la dinámica global es crucial para anticipar cómo evolucionará la



82

En un momento en que la incertidumbre global continúa redefiniendo las prioridades corporativas, Cushman & Wakefield convocó a un selecto grupo de gerentes generales, ejecutivos senior y líderes estratégicos a un encuentro destinado a reflexionar sobre el panorama económico actual y anticipar las tendencias que marcarán la agenda de 2026.

La instancia, desarrollada el 27 de noviembre en el Office Hub Costanera, se consolidó como un espacio de análisis profundo y diálogo de alto nivel para quienes hoy toman decisiones clave.

Rafael Nolzco, director general para Argentina, Chile y Uruguay de la firma, abrió la jornada subrayando la relevancia de crear instancias donde el sector privado pueda revisar de manera conjunta los factores que están dando forma al nuevo ciclo económico.

Su mensaje apuntó a la necesidad de combinar información, estrategia y visión de largo plazo en un contexto internacional marcado por tensiones geopolíticas, fluctuaciones en los mercados financieros y un ritmo acelerado de transformación tecnológica.

economía chilena durante los próximos dos años", subrayando la importancia de adoptar estrategias flexibles y basadas en información oportuna.

El encuentro se enmarcó en los esfuerzos permanentes de Cushman & Wakefield por acompañar a las empresas en la toma de decisiones en un entorno volátil y complejo, donde los cambios estructurales, la digitalización y la presión por mejorar la eficiencia están transformando la manera en que los líderes evalúan sus inversiones.

TG Go líder en transporte de carga segura en todas las categorías



Hi Tech



Pharma



Vestuario



Música
y sonido



Proyectos
especiales



Automotriz

En **TG Go** ofrecemos un servicio de nivel superior a todos nuestros clientes. En **Santiago y regiones**, desde **puerto y aeropuerto** y con la **opción de usar nuestras bodegas**, nuestra flota y personal altamente **calificado** está listo para atender sus necesidades específicas.



www.tg-go.cl



[tggo_chile](https://www.instagram.com/tggo_chile)



[TG Go](https://www.linkedin.com/company/tg-go)

CONVENCIDOS DE QUE EL DEPORTE ES UNA DE LAS MEJORES FORMAS DE POTENCIAR LA RELACIÓN CON SUS CLIENTES, SLI REALIZÓ UNA NUEVA EDICIÓN DEL SLI PADEL TOUR 2025, UN ENCUENTRO QUE REUNIÓ A CERCA DE 150 PERSONAS ENTRE COLABORADORES, ALIADOS ESTRATÉGICOS Y CLIENTES.

SLI PADEL TOUR 2025: EL DEPORTE COMO PUENTE CON LOS CLIENTES

En un año marcado por la reactivación de proyectos y una creciente necesidad de fortalecer las relaciones entre proveedores y clientes, SLI Group decidió apostar nuevamente por una iniciativa que se ha convertido en uno de sus sellos distintivos: el SLI Padel Tour 2025.

Convencidos de que el deporte actúa como un catalizador natural para impulsar la cercanía, la colaboración y la construcción de confianza, la empresa reunió a cerca de 150 personas en un encuentro que combinó competencia, entretenimiento y networking en un ambiente relajado y lleno de energía.

La actividad se llevó a cabo el pasado 4 de diciembre en el centro deportivo Padel Life Huechuraba, un espacio ampliamente reconocido por su infraestructura moderna y su ambiente ideal para actividades corporativas y recreativas.

Desde temprano, colaboradores, clientes y aliados estratégicos fueron llegando al recinto, generando desde el inicio un clima de entusiasmo y camaradería. Lo que comenzó como un torneo deportivo pronto se transformó en una instancia de conversación, intercambio de experiencias y generación de nuevas conexiones profesionales.

El SLI Padel Tour 2025 no solo destacó por su impecable organización y por la participación activa de los asistentes, sino también por el espíritu que caracterizó la jornada. Entre sets, descansos y encuentros espontáneos, los participantes compartieron ideas, proyectos y desafíos comunes, demostrando que las relaciones comerciales pueden reforzarse de manera más efectiva cuando se construyen desde la cercanía y el disfrute compartido. El deporte permitió bajar las tensiones propias del trabajo diario y abrir un espacio donde primaron la colaboración, la alegría y el espíritu competitivo en su mejor versión.

La empresa reconoce que, en la industria logística y de soluciones de almacenaje, donde la confianza y el trabajo conjunto son fundamentales, promover instancias de encuentro es una inversión estratégica que fortalece el ecosistema en el que todos participan.

Motivados por los excelentes resultados y por el creciente interés de su comunidad, SLI Group confirmó que ya se encuentra trabajando en la próxima edición del torneo, proyectada para fines de noviembre del próximo año.



A cardboard box is shown on a blue conveyor belt. The box has the word 'FRAGIL' printed on its side, flanked by two upward-pointing arrows. The background shows a warehouse or factory setting with other boxes and machinery.

LET'S BUILD OUR ID LOGISTICS TOGETHER!

¡Vive la logística con nosotros!

ID
LOGISTICS

MÁS QUE LOGÍSTICA, CONFIANZA Y COLABORACIÓN: LA CONSOLIDACIÓN DE UN ECOSISTEMA QUE MUEVE A CHILE

El pasado 23 de octubre en la Casa Central de DUOC UC se realizó el Encuentro de Líderes de Logística 2025. La reunión convocó a más de 150 líderes, incluyendo autoridades de gobierno, altos directivos de empresas, y representantes de organismos internacionales y académicos, para conmemorar los cuatro años de Conecta Logística.

El Encuentro de Líderes de Logística tuvo como foco la importancia de la colaboración y la confianza para impulsar la logística nacional. El ministro de Transportes, el vicepresidente de Corfo, y el presidente de Conecta Logística hicieron hincapié en que, para avanzar en un sector tan relevante para Chile y que corresponde a un 4% del PIB nacional, es fundamental contar con instituciones que busquen de manera decidida unir a un ecosistema que tiene una alta potencialidad de cambiar vidas.

Asimismo, Gloria Hutt se refirió a la gobernanza de "triple hélice" en la cual Conecta Logística se ha posicionado desde sus inicios, y que ha demostrado que cuando se comparten propósitos superiores las diferencias sectoriales se convierten en complementos estratégicos, y los actores también se suman a los esfuerzos colectivos por querer mejorar la logística chilena.

En este sentido, el éxito de esta instancia tampoco es casualidad: es el resultado de un trabajo metódico de tejer redes, de generar vínculos, de finalmente "Conectar". Y esta conexión se debe a que se ha generado confianza entre los actores del ecosistema, los cuales saben que la forma más efectiva de avanzar desde los tres mundos es por medio de la colaboración en iniciativas estratégicas para el desarrollo logístico.

Asimismo, Gloria Hutt se refirió a la gobernanza de "triple hélice" en la cual Conecta Logística se ha posicionado desde sus inicios, y que ha demostrado que cuando se comparten propósitos superiores las diferencias sectoriales se convierten en complementos estratégicos, y los actores también se suman a los esfuerzos colectivos por querer mejorar la logística chilena.

Lo anterior significa que Conecta Logística, desde la confianza y la colaboración, ha pasado también de los diagnósticos a la acción. El aporte que esta institución ha hecho en políticas nacionales, alimentando metas país en la logística; aportando en el desarrollo de capital humano como lo hace con aprender logística, el sello de visitas técnicas o el programa + mujeres conductoras en logística; o vinculándose con la logística



urbana por medio de los datos de mapas de entrega y acciones de facilitación logística como las que se están llevando a cabo en Providencia.

Más acciones clave se asocian a tener más datos en logística, por medio del Observatorio Logístico y el barómetro de la logística de comercio exterior, único instrumento en Chile que mide de manera anual el desempeño del sector en distintas componentes; las misiones comerciales que nos permiten

conocer de manera directa las acciones que están siguiendo los países líderes en logística, y que este año fue a Japón; y por último el impulso a la logística intermodal, generando y aportando al desarrollo de experiencias camión tren.

Al mirar hacia atrás, vemos que lo que se ha tejido es una red de resiliencia. La logística que es un motor estratégico para la reactivación económica y que debiese estar en el

centro de la estrategia económica de Chile, hoy cuenta con una estructura robusta donde la academia, el Estado y el mundo privado se han unido, siendo un ejemplo para nuestro país.

El Encuentro de Líderes 2025 fue la confirmación de que el ecosistema logístico chileno ya no es un proyecto piloto; es una realidad consolidada basada en pruebas y errores, y que se basa en un actor comunicante: Conecta Logística. Chile ha construido una gobernanza basada en triple hélice que funciona, que pasa de los diagnósticos a la acción, que genera valor y, lo más importante, que ha demostrado que la confianza y la colaboración radical es la llave maestra para enfrentar los desafíos del futuro.

Chile se mueve mejor no solo porque tiene camiones, trenes o puertos, sino porque hoy, entre todos esos actores, existe la confianza necesaria para avanzar juntos, ¡porque en este envío vamos todos!

Mabel Leva
Directora Ejecutiva
Conecta Logística

Espacios para industria y logística que consolidan y conectan tu negocio



Patio Noviciado

Un nuevo centro para quienes necesitan consolidar su operación logística a una tarifa competitiva.

Especificaciones

- Módulos desde los 3.000 m² hasta los 24.000 m²
- Uso de suelo industrial molesto
- 12 m de altura al hombro

Camino el Peralillo
S/N, Lampa



*Proyecto en etapa de desarrollo.
La fecha de entrega podría sufrir modificaciones.

Fecha de entrega Q1 2027*

Patio Panal

Centro logístico con la mejor conectividad de Santiago, estratégicamente ubicado junto a la Ruta 5 y Costanera Norte. Arrienda tu próxima bodega en un centro de operaciones que te permita expandir tu negocio.

Av Presidente Eduardo
Frei Montalva 550, Renca

Entrega inmediata

Especificaciones

- Bodegas desde 450 m² a 8.000 m²
- Flexibilidad de superficies
- Pisos para carga de alto tonelaje



Patio San Bernardo

Un centro Industrial con los mejores estándares de construcción en un submercado consolidado. Último módulo disponible de 5.000 m²

Especificaciones

- Alta capacidad eléctrica para industrias productivas
- Centro logístico con uso de suelo industrial molesto
- Red de sprinklers
- Oficinas y servicios habilitados

Santa Bernardita 12017,
San Bernardo



Entrega inmediata



Escanea el
QR para más
información.



PATIO INDUSTRIAL

Si necesitas asesorías comunícate con nosotros
contacto@patio.cl | +56 9 7722 4832 | www.patio.cl

SILO LOGÍSTICA ANUNCIA NUEVO GERENTE GENERAL PARA IMPULSAR SU SIGUIENTE ETAPA DE CRECIMIENTO

SILO anunció a José Undurraga como nuevo Gerente General, marcando un hito en la evolución y compromiso de la empresa por seguir fortaleciendo soluciones logísticas ágiles, eficientes y alineadas a los desafíos del país.

Con más de una década de experiencia liderando operaciones, José Undurraga ha sido clave en la consolidación del modelo de trabajo de SILO, mejorando eficiencia, seguridad, trazabilidad y capacidad de respuesta. Su paso desde la Gerencia de Operaciones representa un avance natural en un momento en que la logística exige visión estratégica, adaptabilidad y una comprensión profunda del día a día operacional.

"Conduciremos esta nueva etapa con foco en la excelencia operativa, fortaleciendo nuestra propuesta de valor y en explorar nuevas industrias", señaló el nuevo Gerente General. "El entorno está cambiando rápido, debemos adaptarnos a las nuevas exigencias para continuar entregando un alto nivel de servicio a nuestros clientes".



Para Guillermo Undurraga, Gerente Comercial de SILO, este nombramiento refuerza su propuesta de valor: "José ha demostrado liderazgo, visión y un compromiso absoluto con nuestros clientes. Su mirada integrada entre operaciones y estrategia será fundamental para el futuro que estamos construyendo".

Este cambio en la dirección se suma a un ciclo de modernización y fortalecimiento que SILO ha venido impulsando. La ampliación reciente de su Centro Logístico en Casablanca fue el primer hito de este proceso, aumentando su capacidad para atender las demandas crecientes de distintas industrias.

"Estamos trabajando en diferentes iniciativas, escuchando atentamente a nuestros clientes y otros actores relevantes de la industria para enfrentar esta nueva etapa. Próximamente, lanzaremos nuestra nueva web que nos permitirá estar más cerca de nuestro segmento", concluyó el líder de SILO, José Undurraga.

GREENEX AUMENTA SU CAPACIDAD DE ALMACENAJE CON SISTEMAS DE ALMACENAMIENTO DE INTERSYSTEMS CHILE

Greenex, empresa exportadora de frutas y actor muy relevante en Cerezas implementó junto a Intersystems Chile un segundo proyecto de sistemas de almacenamiento, incorporando tecnología Push Back para optimizar la gestión en cámaras frigoríficas de alta rotación.



Este segundo proyecto finalizado en septiembre de 2025, consistió en sistemas Push Back para 216 posiciones de pallets, y se suma al primer proyecto desarrollado en junio de 2022, que contempló 366 posiciones bajo la misma tecnología.

"En esta nueva etapa vimos mejoras significativas en el diseño, lo cual unido a la gran capacidad técnica y profesional de nuestro Partner Intersystems Chile, nos permite soportar un tráfico y rotación bastante intenso en nuestros flujos operativos", señala Gárate, destacando la calidad del producto, el aporte en seguridad y durabilidad.

Con esta segunda colaboración, Intersystems y Greenex consolidan una alianza enfocada en soluciones inteligentes que combinan rendimiento, sustentabilidad y adaptación a las exigencias de la industria frutícola chilena.

BODEGAS SAN FRANCISCO PUBLICA SU REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2024 CON AVANCES EN SEGURIDAD, COMUNIDADES Y ENERGÍA

Como parte de su estrategia de sostenibilidad, BSF presentó su Reporte 2024, que reúne los principales avances en sostenibilidad, mejoras en infraestructura, gestión ambiental y trabajo comunitario en el marco de los 40 años de BSF. El año estuvo marcado por el inicio de la implementación del Plan Estratégico de Medidas contra Incendios (PEMI), con una inversión superior a US\$10 millones que fortalece protocolos, infraestructura y capacitación, además de un sistema de vigilancia reforzado por más de 1.500 cámaras y móviles de patrullaje.

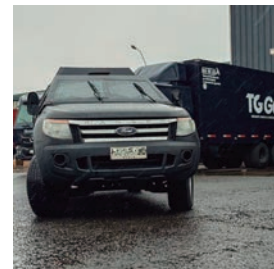
En comunidades, se documentó el trabajo sostenido con vecinos y establecimientos educacionales del entorno, mejoras en espacios públicos y equipamiento comunitario. A ello se suman las becas técnicas junto a Generation Chile, las visitas educativas a centros logísticos que beneficiaron a más de 80 estudiantes del SLEP Barrancas y el trabajo junto a Fundación Ganbaru, que permitió apoyar iniciativas locales y fortalecer capacidades comunitarias a través de proyectos de impacto territorial.



En gestión ambiental, BSF recicló el 38% de sus residuos, redujo más del 90% las filtraciones de agua e impulsó iniciativas de compostaje y revalorización de colillas. En energía, destacan dos nuevas plantas fotovoltaicas, el recambio de más de 20 mil luminarias LED y una flota interna que opera en un 80% con energía eléctrica. "Este reporte permite dimensionar lo avanzado y comprobar cómo cada acción refuerza nuestra forma de trabajar con foco en seguridad, vínculo con las comunidades y cuidado del entorno. La sostenibilidad marca nuestra hoja de ruta y es la manera en que queremos construir el futuro de la compañía. Es un compromiso en el que seguiremos profundizando", señaló Sergio Barros Fontannaz, gerente general de BSF.

TG GO ELEVA SUS ESTÁNDARES CON NUEVA TECNOLOGÍA DE SEGURIDAD Y APUESTA POR LA ELECTROMOVILIDAD

TG Go continúa fortaleciendo su liderazgo en el transporte de carga segura al sumar dos avances clave en su operación. La empresa integró la tecnología FitWork, un sistema de escaneo de iris basado en IA que evalúa en segundos la fatiga, el estrés o el consumo de sustancias en los conductores, asegurando que cada servicio sea operado únicamente por personal en óptimas condiciones. Esta innovación agrega una capa preventiva adicional dentro de su robusta arquitectura de seguridad, que incluye camiones blindados, chapas randómicas, monitoreo GPS en tiempo real y acompañamiento en ruta.



En paralelo, la compañía incorporó a su flota dos camionetas eléctricas regulares estándar no blindadas Maxus eDeliver 9, reforzando su compromiso con una logística moderna y sustentable. Estas unidades permiten reducir emisiones, disminuir la contaminación acústica y optimizar costos operacionales, sin sacrificar los altos estándares de seguridad que caracterizan a TG Go. Ambas iniciativas consolidan su propuesta de valor: combinar tecnología, seguridad y eficiencia para brindar a los clientes lo más importante en logística de carga valorada: tranquilidad.

2025: UN AÑO QUE POSICIONÓ LA SOSTENIBILIDAD COMO TEMA ESTRATÉGICO PARA EL SUPPLY CHAIN – EL ROL DEL SCCC



Autor: Gustavo Villena Menanteau.
Director Supply Chain Council Chile.

El año 2025 marcó un cambio significativo en la manera en que las organizaciones chilenas abordan la sostenibilidad dentro de sus cadenas de suministro.

Con un sector transporte que representa cerca del 25% de las emisiones nacionales y un contexto donde la eficiencia logística puede influir hasta en un 1,5% del PIB, la sostenibilidad dejó de ser un concepto aspiracional para convertirse en un factor determinante de competitividad, resiliencia y cumplimiento regulatorio.

Frente a este escenario, el Supply Chain Council Chile (SCCC) avanzó en instalar esta conversación a través de su Pilar de Sostenibilidad, liderado por Gustavo Villena e integrado por Alexander Villarroel, Carlos Couto y Sergio Fontecilla como miembros y socios del SCCC.

Su objetivo ha sido posicionar al SCCC como un actor relevante en logística sostenible, articulando iniciativas que permitan impulsar prácticas responsables, colaborativas y alineadas con los desafíos ambientales del país.

UN AÑO DE AVANCES: COLABORACIÓN, VISIBILIDAD Y ACCIÓN

Durante 2025, el pilar desarrolló una agenda robusta orientada a sensibilizar, formar y movilizar tanto a los socios del SCCC como a la industria. Esto incluyó publicaciones técnicas, espacios de conversación, charlas especializadas y participación en instancias académicas y multisectoriales. Los contenidos difundidos abordaron temas como trazabilidad,

eficiencia energética, movilidad de bajas emisiones, circularidad en materiales, cumplimiento regulatorio y diseño de redes logísticas con criterios ESG.

Este despliegue permitió generar un entendimiento común sobre el rol estratégico del supply chain en la sostenibilidad, facilitando el acceso a conocimiento aplicado y a tendencias globales que hoy definen el rumbo de la logística moderna.

DIÁLOGO QUE ARTICULA Y GENERA VALOR

Uno de los hitos relevantes del año fue la participación del SCCC en el panel académico “La sostenibilidad en cadenas de suministro como motor de ventaja competitiva empresarial”, organizado por la Universidad Adolfo Ibáñez. Este espacio reunió a expertos, junto a directivos de la industria, para abordar métricas, riesgos, madurez ESG y oportunidades de transformación.

Un elemento clave fue la articulación lograda por el pilar para invitar como Key-note speaker a Daniel Vercelli, reconocido referente latinoamericano en sostenibilidad corporativa. Su presentación entregó una mirada profunda sobre resiliencia, polícrisis, riesgos sistémicos y el rol que las cadenas de abastecimiento tienen en la estrategia de negocio. La gestión de esta participación reforzó la capacidad del SCCC de conectar actores de alto nivel y generar espacios de alto impacto técnico.

FORMACIÓN Y ACTUALIZACIÓN PARA LOS SOCIOS DEL SCCC

La formación continua fue otro eje relevante durante 2025. El pilar organizó instancias que permitieron actualizar a los socios sobre cambios regulatorios, tendencias ambientales y nuevos estándares aplicables al sector.

En octubre, la sesión estuvo a cargo de Cristóbal De La Maza, ex Superintendente del Medio Ambiente, consultor, académico y uno de los especialistas más influyentes en regulación ambiental. Su análisis de

las nuevas normativas y de su impacto en transporte, logística, gestión de residuos y proveedores resultó clave para anticipar exigencias futuras.

En agosto, Lucía Martínez Caro, consultora senior en sostenibilidad corporativa, docente y exdirectiva en empresas como Natura y Tetra Pak, profundizó en cómo integrar criterios ESG en decisiones operacionales, tácticas y estratégicas. Su intervención reafirmó que la sostenibilidad en supply chain ya no solo influye en costos o eficiencia, sino también en reputación, competitividad y vínculo con comunidades.

Estas actividades han permitido al SCCC generar espacios de actualización permanente para los líderes del ecosistema logístico.

CIERRE DE UN AÑO Y APERTURA DE UNA NUEVA ETAPA

El 2025 fue un año de aprendizajes, avances y posicionamiento del tema en la conversación logística. El pilar logró instalar la sostenibilidad como un componente estratégico del supply chain y abrió espacios de colaboración entre empresas, academia y sector público.

Para el 2026, el SCCC proyecta una etapa orientada a elevar y visibilizar iniciativas que hoy suceden de manera aislada dentro del ecosistema, destacando proyectos de sostenibilidad vinculados a los propios socios y las organizaciones donde participan. Será un año enfocado en la difusión activa de casos, la ampliación de conversatorios, el fortalecimiento de la vinculación público-privada-académica y la consolidación de una agenda permanente que impulse a Chile hacia cadenas de suministro más responsables, tecnológicas y resilientes.

El llamado es claro: construir una logística sostenible requiere colaboración, visión sistémica y acción. Desde el Supply Chain Council Chile, el compromiso es seguir liderando este camino junto a todo el ecosistema.

ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO: CUANDO LA LOGÍSTICA TAMBIÉN SE TRANSFORMA DESDE LA SOCIEDAD CIVIL

En logística y supply chain solemos mirar a los grandes operadores, a la infraestructura y a la tecnología. Pero existe un actor que, aunque no mueve contenedores ni administra centros de distribución, está transformando silenciosamente el ecosistema: las organizaciones sin fines de lucro.

Estas asociaciones articulan la sociedad civil con el mundo privado, el Estado, la academia y otras ONG, creando vínculos virtuosos que impulsan talento, innovación y desarrollo sostenible. En ellas se generan conversaciones relevantes, se derriban barreras históricas y se abren oportunidades concretas, especialmente para las mujeres que hoy impulsan la industria.

de la mujer en todas las capas de la cadena de suministro.

En el último periodo, como WINS hemos participado en instancias que evidencian la transversalidad del supply chain y su impacto en múltiples sectores productivos.

Un momento especialmente significativo fue la Cena Anual de América Minera, donde se reconoció a los 50 Líderes de Supply Chain del país. En esta ocasión, dos de nuestras representantes fueron destacadas: Daniela Zuleta, vicepresidente de WINS, y Marcela Celis, socia WINS. Este reconocimiento demuestra que el talento femenino está presente al más alto nivel en industrias tan diversas como minería, retail, agroindustria,

organizaciones sin fines de lucro permite acelerar cambios que la industria por sí sola no siempre logra impulsar.

Las asociatividades también juegan un rol fundamental en este camino. La colaboración de privados, el ecosistema académico, organizaciones sociales y civiles, entidades públicas y estatales entre otras, demuestra cómo unir fuerzas amplifica el impacto, genera oportunidades para más profesionales y releva el valor del supply chain como una disciplina presente en todos los sectores productivos del país. Estas alianzas no solo validan trayectorias, sino que también fortalecen comunidades, elevan estándares y contribuyen a construir una industria más inclusiva, conectada e innovadora.

Pero ninguna transformación es sostenible sin espacios de visibilidad real. En ese sentido, medios especializados como revista Logistec cumplen un rol esencial. Su apertura a nuevas voces, su disposición a conectar comunidades y su trabajo constante para posicionar temas relevantes han permitido que mujeres líderes en logística compartan conocimientos, experiencias y análisis que enriquecen la conversación sectorial.

Desde WINS, nuestro agradecimiento es profundo hacia revista Logistec y Paula Cortés por ser el primer medio que creyó en nosotras, por abrirnos un espacio para expresarnos, por darnos visibilidad en momentos clave y por brindarnos presencia en Logistec Show. Ese apoyo ha sido fundamental para expandir nuestro impacto y consolidar la misión de impulsar el liderazgo femenino en supply chain.

Porque la logística no se transforma solo desde la operación: también se transforma desde la acción colectiva, la colaboración entre organizaciones y la convicción de que un ecosistema diverso es un ecosistema más competitivo. Y juntas -mujeres, organizaciones y aliados- seguiremos moviendo la industria hacia adelante.



En Latinoamérica, uno de los ejemplos más representativos es WINS, hoy la organización de mujeres en logística y supply chain más grande de la región, consolidada como una red que promueve el liderazgo femenino desde el conocimiento, la experiencia y la acción.

A través de actividades académicas, empresariales, talleres, mentorías, visitas técnicas y seminarios, WINS conecta talento, desarrolla capacidades y visibiliza el rol estratégico

manufactura, transporte y servicios.

El supply chain es un motor estructural que sostiene la competitividad del país, y ese motor funciona gracias a profesionales, mujeres y hombres, que gestionan procesos críticos, impulsan innovación, lideran transformaciones y aseguran continuidad operacional. Desde WINS, hemos sido testigos de cómo la visibilidad y el reconocimiento abren puertas que históricamente estuvieron cerradas, y de cómo la acción colectiva de las



EUROMONEY PREMIA LA EXCELENCIA: MEGACENTRO TRIUNFA POR CUATRO AÑOS CONSECUTIVOS EN EL SECTOR INMOBILIARIO LOGÍSTICO

Megacentro ha sido galardonada por cuarto año consecutivo en los Euromoney Real Estate Awards 2025, obteniendo los títulos de "Mejor Desarrollador Logístico de América Latina", "Mejor Desarrollador Inmobiliario de Chile" y "Mejor Desarrollador Inmobiliario en Perú".

El jurado del certamen valoró la capacidad de la empresa para adaptar sus desarrollos a las necesidades específicas de cada mercado. En Chile destacaron sus instalaciones estratégicamente ubicadas, mientras que en Perú se reconoció su habilidad para identificar oportunidades en zonas clave. "Estos reconocimientos respaldan nuestra visión y demuestran que nuestro enfoque en calidad, innovación y sostenibilidad está generando resultados tangibles en Latinoamérica", afirmó Diego Castañeda, Country Manager de Megacentro.

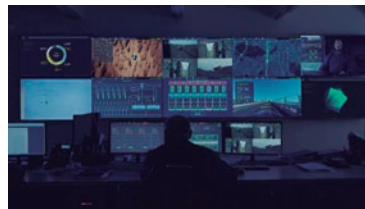


Con este triple reconocimiento en los Euromoney Real Estate Awards 2025, la compañía reafirma su liderazgo regional, destacando por su innovación, sostenibilidad y capacidad transformadora. La empresa de soluciones logísticas de alto nivel continuará su crecimiento regional integrando excelencia en el servicio, tecnologías avanzadas y prácticas sostenibles en sus desarrollos.

TORRE DE CONTROL GPS CHILE DATOS, IA Y MONITOREO 24/7 PARA UNA GESTIÓN MINERA MÁS SEGURA Y EFICIENTE

La operación logística ya no puede gestionarse solo con rastreo básico. Hoy, los flujos de carga y transporte exigen información en tiempo real, análisis predictivo y alertas capaces de anticipar incidentes. Bajo ese enfoque, GPS Chile desarrolló su Torre de Control, un servicio que combina telemetría avanzada, inteligencia artificial y monitoreo 24/7 para mejorar la seguridad, continuidad y productividad de flotas en minería.

En este centro operativo confluye toda la información generada por la tecnología de GPS Chile: cámaras en ruta, sensores de fatiga y distracción, sistema ADAS, telemetría, gps, cámaras y copiloto virtual, entre otras, permitiendo una visión completa del comportamiento de cada vehículo y conductor.



La solución integra datos históricos, indicadores del presente y modelos predictivos que permiten reducir costos operacionales, prevenir accidentes, optimizar rutas y asegurar la trazabilidad de cada evento. Sus agentes especializados validan alertas en menos de tres minutos, gestionan incidencias y generan reportes diarios, semanales y mensuales para la toma de decisiones.

"Hoy no basta con reaccionar: las empresas necesitan anticiparse. La Torre de Control de GPS Chile permite transformar millones de datos en acciones concretas que protegen personas, activos y la continuidad del negocio", destaca Mario Yáñez, gerente general de GPS Chile. Con dashboards inteligentes, validación con IA y protocolos operativos auditables, la Torre de Control se ha convertido en una herramienta clave para operaciones que requieren control de la seguridad en todo momento, prevención y máxima eficiencia.

SCHARFSTEIN TRAE IPRO A CHILE: VIDEO SEGURIDAD JAPONESA CON IA AVANZADA.

Scharfstein presentó oficialmente en Chile la marca japonesa de videoseguridad i-PRO, con un evento que reunió a 43 empresas integradoras y contó con la participación de Steve Chong, Chief Engineer de i-PRO Japan. La compañía se convierte en representante exclusivo de la marca en Chile, ofreciendo soluciones de alto desempeño con 5 años de garantía y servicio técnico certificado localmente, lo que reduce drásticamente tiempos de respuesta y asegura continuidad operativa.

i-PRO se posiciona en el segmento High End, combinando prestaciones premium con precios más competitivos que las marcas de alta gama tradicionales. Su diferencial tecnológico está en la IA en el borde (Edge AI), que procesa analítica directamente en la cámara sin requerir servidores adicionales. Con i-PRO Active Guard, los usuarios pueden convertir video en datos, realizando búsquedas inteligentes por rasgos físicos, color de vestimenta, tipo de vehículo o eventos como objetos abandonados. Además, la clasificación de sonido y la función AI Privacy Guard permiten detectar eventos críticos y proteger identidades.



Las cámaras iPRO ofrecen una protección sólida de datos y comunicaciones garantizando seguridad incluso en operaciones críticas. Además, se integran fácilmente con sistemas de monitoreo ampliamente usados como Genetec, Milestone y Luxriot.

Esto les permite además ser muy útiles para ser instaladas en bodegas, centros de distribución y transporte logístico, asegurando control y visibilidad operacional en todo momento. Con esta alianza, Scharfstein fortalece el acceso a tecnología de videoseguridad de estándar mundial en el mercado chileno.

CON DESEMPEÑO SOBRESALIENTE, CENTRAL BODEGAS RENUEVA Y MANTIENE CERTIFICACIONES ISO

Central Bodegas completó recientemente su proceso anual de auditorías ISO 9001:2015 con un desempeño sobresaliente, al obtener cero observaciones, tanto en auditorías de mantención como de renovación. El resultado refuerza la solidez de sus procesos y el compromiso de sus equipos con la mejora continua.



En los centros Lo Boza y La Vara II, ubicados en la comuna de Pudahuel y San Bernardo respectivamente, se llevó a cabo la auditoría de mantención que confirmó la vigencia de la certificación y el cumplimiento del monitoreo exigido por la norma. En tanto, los centros que conforman Invisa Central Bodegas fueron sometidos al proceso de renovación de certificación: Milagro de Nos y La Vara I, ambos en San Bernardo, junto a Casas Viejas, en Maipú. Las tres

instalaciones obtuvieron la renovación de la certificación ISO 9001:2015 por un periodo adicional de tres años. Desde la compañía destacan que este desempeño refleja el compromiso de los equipos y la adopción de una cultura centrada en la mejora continua.

La ausencia total de "No Conformidades" es considerada un indicador clave del nivel de control interno y de la disciplina aplicada en cada proceso operativo. Con estos resultados, Central Bodegas reafirma su propósito de entregar operaciones seguras, confiables y orientadas a la calidad, elementos esenciales para responder a las crecientes exigencias del sector logístico y de sus clientes.

ALOG CHILE CIERRA 2025 JUNTO A SUS SOCIOS Y A LAS PRINCIPALES PERSONALIDADES DEL SECTOR LOGÍSTICO NACIONAL

El pasado 28 de noviembre, en el Hotel Plaza el Bosque Ebro, ALOG Chile llevó a cabo su celebración de fin de año 2025, instancia en la cual reunió a sus asociados y a destacadas autoridades del mundo público, gremial y logístico.

El encuentro, en el cual también se entregaron los Premios ALOG Chile 2025 a las empresas destacadas del sector logístico, contó con la presencia del Ministro de Transportes y Telecomunicaciones, Juan Carlos Muñoz, del equipo del Programa de Desarrollo Logístico del MTT, liderado por Antonio Dourté, de Alejandra Arriza, Directora Nacional del Servicio Nacional de Aduanas, de Rodrigo Díaz, Director Regional de la Aduana Metropolitana y de Stephan Graber, Director General de FIATA, entre otras importantes personalidades del mundo público y privado.

GANADORES PREMIOS ALOG 2025

Uno de los hitos que hicieron parte del encuentro gremial fue la entrega de los premios ALOG Chile 2025, que destacan a las mejores iniciativas desarrolladas por los asociados en el ámbito de la innovación tecnológica, sostenibilidad, desarrollo social y de capital humano, con el objetivo de fortalecer la competitividad del sector

y promover buenas prácticas con impacto real. Cabe destacar que este año, la convocatoria contó con una participación inédita de 22 iniciativas postulantes. Así, en su versión 2025 los ganadores en cada categoría fueron:

- **Blue Express: Innovación para la Logística**
- **Marval: Logística Sostenible y Sustentable**
- **Sitrans: Desarrollo de los Colaboradores**
- **Duoc UC: Impacto Social**

Desde ALOG Chile, felicitamos a cada una de las empresas ganadoras por su dedicación, visión y contribución al fortalecimiento del ecosistema logístico nacional. Al tiempo que agradecemos la participación de las empresas que disputaron cada categoría de premiación, ya que su trabajo refleja el espíritu de mejora continua que inspira a toda nuestra comunidad.

Finalmente, agradecemos a todos quienes fueron parte de esta gran celebración, y especialmente a nuestras empresas auspiciadoras: Bodegas San Francisco, Sitrans y STLI, y a nuestro media partner revista Logistec, gracias a las cuales este evento fue posible.





SLI
GROUP

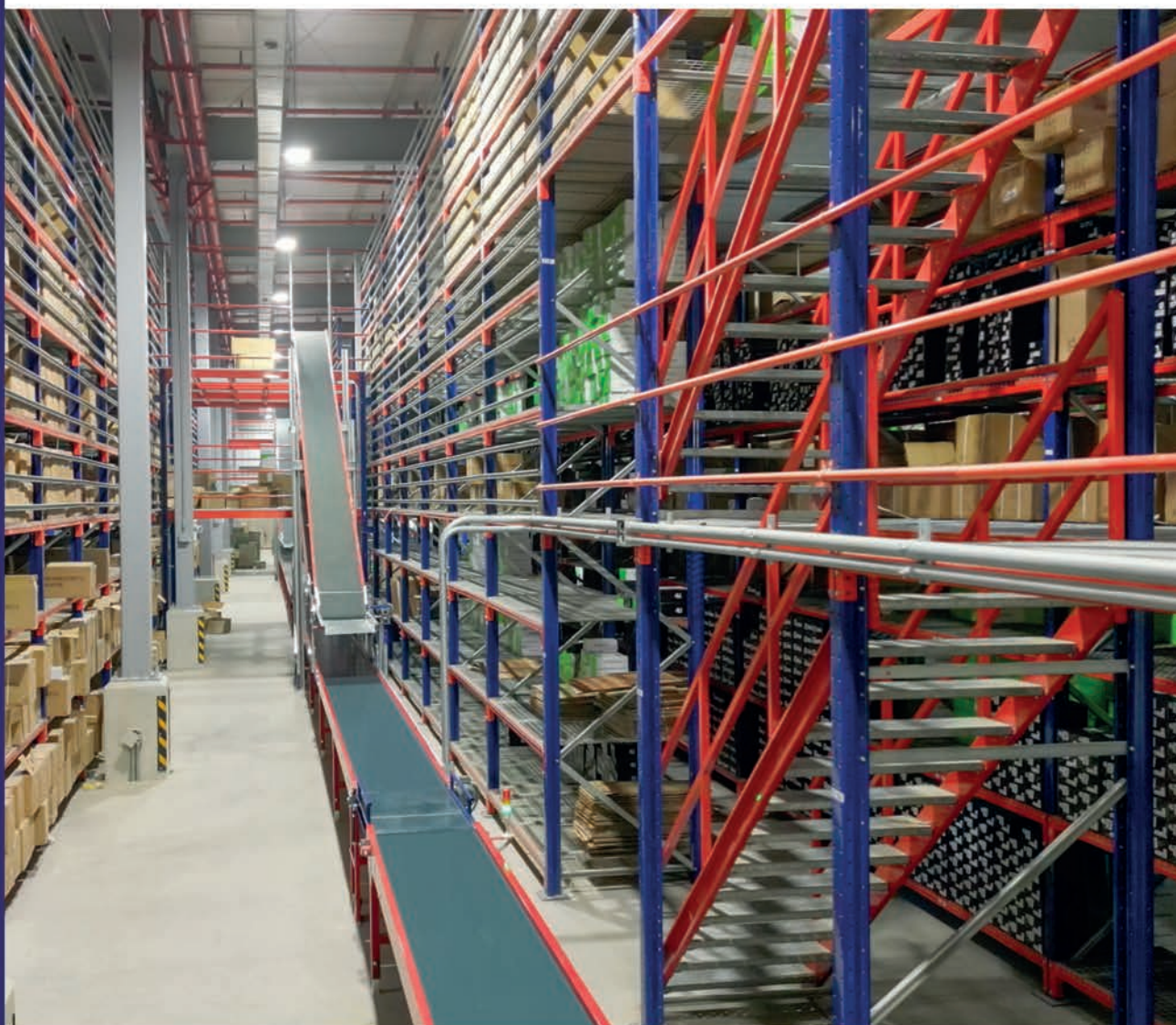
+56 2 2437 5198
ventas@sligroup.cl
Av. Central 450, Quilicura



Escanea el código
QR y conoce todos
nuestros productos

Diseñamos, fabricamos, equipamos e implementamos sistemas de almacenaje

*con una experiencia y trayectoria de más de cuarenta años en el mercado
nacional e internacional.*



INGENIERÍA
ANTISÍSMICA
ACERO CERTIFICADO

Ingeniería garantizada y calidad en fabricación, con los mejores tiempos de respuesta. A nuestros clientes los asesoramos en las soluciones más eficientes, seguras y adaptadas a su necesidad.



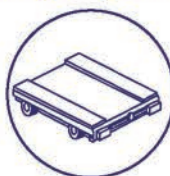
RACK **SELECTIVO**



DRIVE **IN**



PICKING **DINÁMICO**



AUTOSAT



RACK **SELECTIVO**



ÁNGULO **RANURADO**

GETPOINT WMS IMPULSA LA PRODUCTIVIDAD Y TRANSFORMA LA GESTIÓN LOGÍSTICA

Con experiencia en sectores como retail, distribución, logística operativa, alimentos y bebidas, consumo masivo y comercio mayorista, GetPoint se ha posicionado como un aliado estratégico para compañías que buscan modernizar sus operaciones. Su plataforma está construida sobre infraestructura Amazon Web Services (AWS) y se desarrolla bajo prácticas alineadas al estándar ISO 27001, reforzando la seguridad y continuidad de la información.



"Las empresas necesitan herramientas que realmente agreguen valor a su operación diaria. Hoy la logística exige decisiones rápidas y basadas en datos", afirma David Lagos, gerente general de GetPoint.

GetPoint WMS responde a esa necesidad con un sistema que ofrece control total del inventario, automatiza procesos críticos y optimiza el ciclo completo de recepción, almacenaje y despacho. Sus funciones de asignación inteligente de tareas, optimización de rutas y operación móvil en dispositivos Android permiten acelerar procesos y elevar la productividad desde el primer día.

La plataforma incorpora analítica avanzada para detectar oportunidades de mejora y anticipar variaciones operativas. Además, su integración con sistemas ERP y SCM permite construir un flujo de información continuo y confiable.

Con una arquitectura flexible, soporte local y una implementación progresiva, GetPoint WMS se adapta al tamaño y ritmo de cada empresa, convirtiéndose en una herramienta clave para quienes buscan eficiencia, competitividad y crecimiento sostenido.

CAPEX VS OPEX: EL DILEMA EVOLUTIVO DE LA SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL (POR TDS AMÉRICA)

Cómo las empresas deciden su estrategia de supervivencia. En biología existe una distinción binaria clásica: los "estrategas K" y los "estrategas R". Los primeros tienen pocas crías y concentran enormes recursos en su cuidado y supervivencia. Los segundos producen muchas crías apostando a la supervivencia estadística. Elefantes versus conejos.

En logística y en las empresas ocurre algo similar: las organizaciones deben decidir cómo asignan sus recursos, cuánto arriesgan y cómo se adaptan a un entorno que cambia más rápido de lo que las cadenas de mando suelen permitir. Es justamente ahí donde la forma de financiar la tecnología puede marcar la diferencia entre sobrevivir... o perecer en la sabana.

El paradigma es el siguiente: invertir en tecnología mediante CAPEX u operar bajo modelos OPEX. El primero implica destinar capital de forma anticipada para adquirir equipamiento, una apuesta tradicional de largo plazo que muchas empresas han privilegiado. Comprar. El segundo consiste en adquirir tecnología como un gasto operacional mensual, lo que permite mayor rapidez, flexibilidad y, sobre todo, recuperar estos desembolsos al declararlos contablemente como gastos operativos. Arrendar.



Considerando estas estrategias, TDS América ha definido una postura clara: poner a disposición la mejor tecnología, ya sea mediante inversión tradicional o a través de modelos flexibles de arriendo. El objetivo es otorgar a cada cliente la combinación exacta de herramientas que necesita para adaptarse con rapidez a un entorno que no deja espacio para los más lentos.

MINDUGAR OBTIENE PREMIO NACIONAL DE LOGÍSTICA 2025 EN INNOVACIÓN

Mindugar fue reconocido con el Premio Nacional de Logística 2025 en la categoría Innovación en Logística con el Centro de Innovación y Tecnología que abrió sus puertas este año. Esto es un hito que posiciona a la compañía entre los principales actores tecnológicos del sector y resalta su aporte a la modernización de la industria.



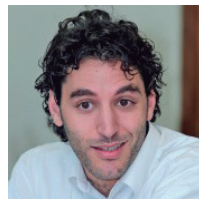
El galardón destaca el trabajo que la empresa ha realizado en materia de transformación logística, automatización y eficiencia operacional, impulsando soluciones orientadas a mejorar la competitividad y responder a los nuevos desafíos del mercado con su renovado CIT.

Desde la compañía señalaron que "este premio pertenece a todo nuestro equipo", enfatizando que el logro es resultado del esfuerzo conjunto, la capacidad técnica y la coordinación entre las diversas áreas que integran Mindugar.

Con este reconocimiento, la empresa refuerza su visión de continuar liderando iniciativas aplicadas a la innovación logística en Chile, impulsando tecnologías que contribuyan a elevar los estándares operacionales del sector.

DANCO ASEGURA SUMINISTRO RENOVABLE Y COMPETITIVO, GRACIAS A ALIANZA ESTRATÉGICA CON NEXTVOLT

Danco, empresa desarrolladora de centros logísticos y bodegas, dio un paso decisivo en su estrategia de crecimiento sostenible al firmar un acuerdo de suministro energético (PPA) con NextVolt, comercializadora especializada en compra y venta de energía. La alianza permitirá abastecer con energía renovable, estable y competitiva a su principal centro logístico, Danco Noviciado, reforzando su compromiso con una operación más eficiente y responsable.



Para Danco, la búsqueda de un socio energético era parte central de su plan de expansión. "Necesitábamos un proveedor flexible, confiable y con la capacidad técnica para acompañar nuestro crecimiento. NextVolt supo responder con una solución adaptada a nuestras necesidades reales", destaca David Furman, Director Ejecutivo de Empresas Danco.

El acuerdo permitirá a Danco operar con un modelo energético más predecible y competitivo, clave para enfrentar los desafíos actuales del sector logístico, donde la eficiencia y la resiliencia se han vuelto factores estratégicos.

"En NextVolt entendemos que cada empresa opera con realidades distintas, por eso nuestra fortaleza está en diseñar contratos que se ajustan exactamente a su perfil y necesidades. No ofrecemos soluciones estándar: construimos modelos energéticos flexibles, que permiten a nuestros clientes tener más control, eficiencia y estabilidad en su operación", afirma Mario Pavez Ovalle, CEO de NextVolt.



La alianza de Danco con NextVolt demuestra cómo la innovación contractual aplicada al suministro energético puede convertirse en una herramienta para impulsar operaciones más sostenibles y competitivas, en línea con las nuevas exigencias del mercado logístico e industrial.

FRIOSAN INCORPORA SERVICIO DE DISTRIBUCIÓN PUNTO A PUNTO GRACIAS A ALIANZA ESTRATÉGICA

Friosan, operador logístico especializado en almacenamiento en frío y soluciones para exportación, anunció la puesta en marcha de un nuevo servicio de distribución nacional punto a punto, que opera desde Arica a Puerto Montt. La iniciativa responde a una demanda creciente de empresas que buscan eficiencia, seguridad y rapidez en sus cadenas de suministro entre las distintas regiones del país.

El servicio -que comenzó a operar en agosto de este año- está enfocado en transporte B2B directo entre puntos logísticos y fue especialmente desarrollado pensando en los clientes que requieren mantener condiciones ambientales estables durante todo el proceso logístico, ya sea en el transporte de alimentos perecibles, productos farmacéuticos u otros bienes sensibles.



La implementación de este servicio fue posible gracias a un Joint Venture con una importante empresa del rubro del transporte y la distribución. Una alianza

estratégica que permite a Friosan combinar su experiencia en almacenamiento especializado con la cobertura y capacidades de transporte de su socio, generando sinergias operativas que permiten entregar una solución integral a sus clientes.

Con el servicio de distribución punto a punto, Friosan refuerza su propuesta como socio logístico integral, uniendo almacenamiento con control de temperatura, trazabilidad y ahora distribución nacional B2B, a partir del nuevo Joint Venture.

CEVA LOGISTICS ESTABLECE UN NUEVO ESTÁNDAR EN SEGURIDAD OPERACIONAL

CEVA LOGISTICS Chile ha sido distinguida con el premio Excelencia en Seguridad otorgado por la Mutual de Seguridad de Chile, marcando un precedente significativo en el sector logístico. Por primera vez en su tipo, este reconocimiento se otorga a una empresa del rubro de Servicios Logísticos, destacando la madurez de su gestión en seguridad y salud ocupacional (QHSE & CSR).

Este logro es un testimonio del compromiso y dedicación del equipo de Chile en integrar la seguridad como un valor intrínseco de sus operaciones. La implementación de protocolos y sobre todo poner la CULTURA de Seguridad ha permitido a la compañía alcanzar los más altos niveles de desempeño en la prevención de riesgos laborales y de la salud de las personas.



El liderazgo de las áreas de Prevención (Chile y de la Región) y Operaciones han sido clave, han impulsado activamente estrategias para fortalecer la cultura preventiva, demostrando cómo la inversión en SSO optimiza la eficiencia operativa y la continuidad operacional de los negocios.

La Excelencia en Seguridad obtenida es un indicador de la eficacia con la que CEVA Logistics aborda los desafíos logísticos, manteniendo la seguridad de cada colaborador como una prioridad estratégica. Al ser pioneros en este galardón, la empresa sienta un nuevo punto de referencia para las mejores prácticas en el manejo de riesgos en el sector logístico y de operaciones del país.

Este reconocimiento subraya que la seguridad y la eficiencia son factores culturales que se alimentan día a día desde todos las áreas y responsables.

SAMEX SE RENUEVA: NUEVOS PUNTOS DE VENTA PARA ESTAR MÁS CERCA DE SUS CLIENTES

Samex busca estar cada vez más cerca de sus clientes, a través de las ubicaciones estratégicas de sus instalaciones que fortalezcan las relaciones comerciales, la eficiencia operativa y entreguen un servicio de excelencia. En ese camino, la compañía abrió dos nuevos puntos estratégicos en Quilicura: el Centro de Distribución Quilicura y el Punto de Venta Princesa Trade Center.

El nuevo Centro de Distribución Quilicura concentra las operaciones que antes se realizaban en el CD de Estación Central y en la sucursal de Lampa, en un espacio moderno y sostenible, diseñado para responder con mayor agilidad a las necesidades de los clientes y proveedores.



Junto a este cambio, Samex inauguró un nuevo punto de venta en el moderno complejo Princesa Trade Center, también en Quilicura. Este espacio fue concebido para fortalecer la atención directa y personalizada, en un entorno cómodo, moderno y con fácil acceso.

En general, el 2025 fue un ciclo de expansión. A las nuevas instalaciones se suma además la remodelación de las sucursales de Concepción y Los Ángeles, la apertura de una nueva sucursal en Curicó y la inauguración de nuevas ubicaciones en Iquique, La Serena y Osorno. Estos cambios forman parte de un proceso de crecimiento y modernización que busca acompañar el desarrollo de la empresa y el dinamismo de la industria logística B2B.

NEXTCCHAIN 2025; FERIA DE LOGÍSTICA Y MANUFACTURA EN LA RM

Con una alta convocatoria y el sello de la colaboración público-privada concluyó Next Chain Expo 2025, evento de logística y manufactura efectuado el 3 y 4 de diciembre en la comuna de Renca, con el objetivo de acercar la innovación a las empresas y actores del sector.

El encuentro fue organizado por Corfo Metropolitano, la Municipalidad de Renca, el Centro de Negocios Sercotec Quilicura-Renca y la Agencia de Desarrollo e Inteligencia Territorial Gedes. Convocó a pymes, grandes empresas, instituciones públicas, emprendedores y organizaciones del ecosistema durante dos jornadas.

Durante la cita, los participantes asistieron a paneles de expertos, charlas, talleres y ruedas de negocios. Los ejes temáticos clave incluyeron la adopción de Inteligencia Artificial en procesos productivos, la innovación circular, la valorización de residuos industriales y el uso de nuevas herramientas de automatización en la zona norponiente de Santiago.

"Con NextChain Expo, la comuna consolida su transformación económica y demuestra por qué es un polo estratégico de la logística y la manufactura en la Región Metropolitana. Aquí no solo se instalan industrias, sino que construimos un ecosistema donde las empresas, las instituciones, las pymes y los emprendedores hacen negocios en el territorio y, al mismo tiempo, generan valor compartido con nuestras vecinas y vecinos", afirmó el alcalde de Renca, Claudio Castro.



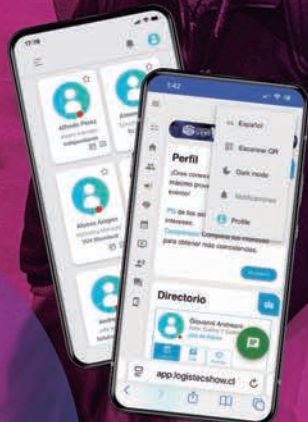
La jornada contó también con la participación de autoridades, especialistas en innovación y ejecutivos del sector privado como Coca Cola Andina, Grupo Patio, Laboratorios Saval y Fundes, entre otras.

PARTICIPAR EN LOGISTEC SHOW ES UNA DECISION ESTRATEGICA BASADA EN DATOS Y EN UN ECOSISTEMA DISEÑADO PARA GENERAR NEGOCIOS

Año tras año hemos visto cómo los expositores, incluso los que están por primera vez, se sorprenden al ver cuántas conversaciones relevantes son capaces de generar en solo dos días. No se trata de "ver quién pasa por el stand". Se trata de que la misma plataforma te muestra qué asistentes buscan servicios como el tuyo, cuáles son sus intereses y qué cargo ocupan dentro de su empresa.

+10.000 **+100** **EXPOSITORES**
ASISTENTES DURANTE LOS 2 DÍAS

El evento más importante del país en supply chain, transporte, distribución, tecnología, automatización y equipamiento.



SITIO WEB
Información actualizada de sus actividades, programa de contenidos, lanzamientos, registro en línea.



MAIL DIRECTO
Como parte de su campaña de convocatoria, se envían credenciales personalizadas a más de 4000 importantes lectores VIP de Logistec.



REDES SOCIALES
Una intensiva campaña de publicaciones en nuestras redes sociales, potenciando el Branding y lo que el visitante encontrará.



PUBLICIDAD
Con una base de datos de más de 20.000 contactos a los cuales estaremos constantemente comunicando las actividades y novedades de LogistecShow.



EMAIL MARKETING
Invitaciones digitales a una base de más de 20 mil contactos para que se registren como asistentes.



GOOGLE ADS
Inversión para posicionar la actividad y aumentar con ello la cantidad de visitantes calificados.

Acceso exclusivo a herramientas como matchmaking, agenda de reuniones y campañas de visibilidad digital.



LOGISTEC SHOW 2026
MAYO 13/14
www.logisticshow.cl

ESPACIO RIESCO
SANTIAGO - CHILE

Powered by Revista Logistec





30 AÑOS | Dando
Espacio

Desde 1995 hemos recorrido un camino de crecimiento y transformación, siempre con un objetivo claro: ***ser el mejor aliado de nuestros clientes.*** Cumplimos **30 años** y lanzamos una nueva identidad corporativa mas fresca, cercana y profesional, que reafirma nuestro rol como ***socio estratégico en soluciones de almacenamiento.***



+1.900.000 m²
SUPERFICIE ARRENDABLE

+35 centros
DE ANTOFAGASTA A PUERTO MONTT

"Damos espacio para que puedas dedicarte **con tranquilidad a construir el futuro**"

 megacentro.com

 +562 2712 8510

 [megacentrocl](https://www.instagram.com/megacentrocl)

 [megacentro](https://www.linkedin.com/company/megacentro)

anton

BY JUNGHEINRICH

Made to rely on.



JUNGHEINRICH

Entérate de más en:
www.jungheinrich.cl