

Marketing Partner

Logistec

www.revistalogistec.com



25 AÑOS

DE LA BODEGA AL CD Y DE LO MANUAL A LA AUTOMATIZACIÓN



DESCARGA LA APP
Y MANTÉN TU BIBLIOTECA
ACTUALIZADA



SUPPLY CHAIN: CÓMO SE LLEGA A LOS RINCONES MÁS REMOTOS DE CHILE
ECOMMERCE: ¿QUÉ HACE EXITOSO A UN E-COMMERCE FRENTE A OTRO?
TECNOLOGÍA: CIBERATAQUES ¿QUÉ TAN PREPARADA ESTÁ LA LOGÍSTICA?
TRANSPORTE: LOGÍSTICA: LA RUTA DEL AUTOMÓVIL EN CHILE

LOGISTEC
EDICIÓN
150
OCT/NOV 2025

#revistalogistec

in f y t



Más rápido. Más preciso. Más conectado.

La evolución del picking llegó con STG: Transforma tus procesos con sistemas por voz y luces que mejoran la productividad, reducen tiempos y aumentan la trazabilidad.



Voice Picking

Aumenta la precisión hasta un 99.99% y mejora tu productividad un 30%, con una tecnología flexible, adaptable y escalable a tu operación.



Pick-to-light

Reduce errores en la preparación de pedidos con una exactitud del 99.5%. Tecnología ágil, fácil de integrar y totalmente escalable.

Optimiza tu operación hoy.

Solicita una demostración y descubre cómo nuestras soluciones de picking mejoran la eficiencia de tu almacén.



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

EL LUGAR PRECISO PARA MOSTRAR LOS TALENTOS

"Tengo 25 años".

La frase de Alexis Sánchez, dicha con una sonrisa tras un gran partido, podría parecer anecdótica. Pero encierra algo mucho más profundo: la convicción de que siempre es posible volver a empezar, reinventarse y encontrar un nuevo impulso cuando se está en el lugar adecuado.

A sus 37 años, Alexis volvió a brillar en Sevilla después de un periodo complejo, en el que muchos lo daban por terminado. Lo que cambió no fue su talento que siempre estuvo ahí, sino el entorno.

Llegó a un equipo que creyó en él, que entendió su experiencia como un activo y le devolvió la confianza. El resultado: un renacer profesional.

En el mundo empresarial y logístico, las historias de reinención no son tan distintas. Cada día, miles de personas y equipos enfrentan desafíos, cambios de estrategia o transformaciones tecnológicas.

Y, al igual que en el deporte, el desempeño no depende solo de la capacidad individual, sino del entorno que los rodea.

Las empresas que logran sacar lo mejor de su gente son aquellas que entienden que el talento necesita el contexto correcto: liderazgo inspirador, comunicación clara, metas compartidas y una cultura que valore la colaboración.

Porque en supply chain, donde la precisión, la coordinación y la confianza son esenciales, los equipos no solo mueven productos: mueven el futuro.

En Logistec celebramos nuestras 150 ediciones reconociendo precisamente eso: el valor de las personas detrás de cada proceso, de los equipos que conectan puntos, resuelven desafíos y sostienen el flujo que mantiene al país en movimiento.

Estar en el lugar preciso, en una empresa que impulsa, en un equipo que inspira y en una industria que evoluciona marca la diferencia entre simplemente trabajar y realmente trascender.

Porque cuando cada persona encuentra su lugar, la logística fluye, la innovación ocurre y los sueños, como los de Alexis, se mantienen vivos.



10
25 AÑOS: DE LA BODEGA AL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN Y DE LO MANUAL A LA AUTOMATIZACIÓN



28
PERMISOS EN PAUSA: LA BUROCRACIA QUE PONE EN JAQUE EL DESARROLLO LOGÍSTICO EN CHILE



56
CIBERATAQUES ¿QUÉ TAN PREPARADA ESTÁ LA LOGÍSTICA?



60
LOGÍSTICA: LA RUTA DEL AUTOMÓVIL EN CHILE

64
ELECTROMOVILIDAD PESADA: ¿REALIDAD CERCANA O PROMESA LEJANA EN CHILE Y LATAM?

76
LOGISTEC: 25 AÑOS APORTANDO AL DESARROLLO LOGÍSTICO

80
PYMES AL LÍMITE: LA TORMENTA PERFECTA QUE CHILE NO PUEDE IGNORAR



LA REVISTA #1 para los Logísticos de Chile

Esta edición es auspiciada por:



Southern Technology Group

stglatam.com | C1



megacentro.cl | C2



jungheinrich.cl | C3



campos-chile.cl | 1



westorage.cl | 5



logisticsshow.cl | 7



espaciobodegas.cl | 9



bsf.cl | 13



apllogistics.com | 15



cevalogistics.com/es | 19



mindugar.cl | 21



bodenorflexcenter.cl | 23



scharfstein.cl | 25



trgsolutions.lat | 27



friosan.cl | 31



danco.cl | 35



samex.cl | 37



ar-racking.com | 39



esnova.cl | 45



calycochile.cl | 47



patio.cl | 49



centralbodegas.cl | 59



evolog.cl | 63



tds.cl | 65



intersystems.cl | 67



egakat.cl | 69



silo-logistica.cl | 73



emotrans.com | 75



tg-go.cl | 77



techfy.cl | 81



gpschile.com | 83



id-logistics.com/cl | 87



sligroup.cl | 95



knapp.com | 96

AÑO 25 EDICION 150

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.



4

CÓMO LAS ZONAS FRANCAS SE ESTÁN TRANSFORMANDO EN UN DISRUPTOR COMPETITIVO PARA LATINOAMÉRICA

EN UN CONTEXTO GLOBAL MARCADO POR TENSIONES COMERCIALES, LAS ZONAS FRANCAS DE LA REGIÓN ESTÁN EMERGIENDO COMO ESPACIOS DE ESTABILIDAD Y ATRACCIÓN DE INVERSIÓN, REDEFINIENDO LA FORMA EN QUE LAS EMPRESAS PLANIFICAN SUS CADENAS DE SUMINISTRO.



Por: **Diego Rodríguez Páez**,
Director de Logística e
Industrias en Americas
Market Intelligence

En medio de un panorama económico global cada vez más volátil —donde los aranceles se convierten en herramientas geopolíticas y la previsibilidad se vuelve un activo escaso—, las Zonas Francas están recuperando protagonismo en América Latina. Más que un mecanismo fiscal, se han convertido en un refugio estratégico para las empresas.

Al momento de escribir esta nota, Brasil enfrenta aranceles del 50% en muchos productos importados a EE. UU. Aranceles del 25 % se aplican a productos importados a ese país desde México si no están incluidos en el acuerdo M-TEC.

A pesar del tratado de libre comercio que data de 2012 entre EE. UU. y Colombia, actualmente se aplican aranceles del 10 % en muchos productos



OPERADOR LOGÍSTICO 3PL

Terceriza tu logística con nosotros



Recepción
de inventario



Almacenamiento
eficiente



Procesamiento
de pedidos



Control de
calidad



Envío rápido
y seguro

westorage.cl | info@westorage.cl | +569 6687 6735



exportados a Estados Unidos. En el caso de República Dominicana, un arancel del 10 % se ha aplicado a sus productos desde abril de 2025 si los insumos utilizados en el proceso de maquila no provienen de Estados Unidos.

Dada la incertidumbre en términos de aranceles globales, las zonas francas han empezado a generar un mayor interés para las empresas internacionales en lo corrido del año para optimizar sus cadenas de suministro. El examen comparativo de Chile, Colombia, México, Panamá y República Dominicana revela que cada país ha configurado su régimen de Zonas Francas para explotar ventajas propias:

- Chile ofrece tres zonas francas con ubicaciones clave, instalaciones modernas como el Centro Logístico Zofri, su manejo de transacciones con más de 100 países y su enfoque en sustentabilidad.
- Colombia ofrece costos competitivos, aunque enfrenta riesgos políticos y de seguridad.
- México combina cercanía al mercado estadounidense con incentivos regionales.
- Panamá se posiciona como un hub logístico de alcance global.
- República Dominicana avanza en digitalización y crecimiento acelerado.

Con su ubicación estratégica y economías en expansión, América Latina sigue siendo un terreno fértil para aprovechar el potencial de las Zonas Francas.

A continuación ofreceremos un desglose de las características clave de las Zonas Francas (ZF) en Chile, Colombia, México, Panamá y República Dominicana con el fin de identificar las ventajas que ofrecen para brindar mayor estabilidad económica y oportunidades de crecimiento a pesar de la incertidumbre arancelaria.

1. Incentivos fiscales y operativos: un panorama variado

PAÍS	BENEFICIOS TRIBUTARIOS PRINCIPALES	VENTAJAS LOGÍSTICAS/OPERATIVAS
 Chile	Exención de Impuesto a la Renta de Primera Categoría; exención de IVA en operaciones internas dentro de la zona franca; exención de IVA y derechos aduaneros para bienes consumidos en la zona de extensión; exención de Impuestos por traslado de residentes	Presunción de extraterritorialidad aduanera (mercancías tratadas como si estuvieran fuera del país, sin derechos ni impuestos aduaneros); posibilidad de depositar, transformar, comercializar y reexportar bienes sin restricciones; ubicación estratégica cerca de puertos y aeropuertos (Iquique y Punta Arenas)
 Colombia	IVA y aranceles exentos en materias primas e insumos; tarifa única de impuesto de renta	Sin límite de permanencia de mercancías; posibilidad de procesar fuera de la ZF por hasta 6 meses; trámites simplificados
 México	IVA reducido (8%) e ISR (20%) en ZLFN; IMMEX: exención o diferimiento de impuestos y cuotas; depreciación acelerada; CIIT: exención total de ISR 3 años, prórroga al 90%, IVA exento 4 años	Conectividad interoceánica y estímulos regionales; exención temporal de TIP para vehículos en ZLFN
 Panamá	Exención total de impuestos directos e indirectos, exoneración de ITBMS, exportaciones y renta por arrendamiento; impuesto reducido a dividendos (5%) y capital (1% hasta \$50K); arancel solo sobre materia prima extranjera que ingrese al país	Servicios aduaneros 24/7 en Colón, permisos migratorios preferenciales para inversionistas y personal clave
 República Dominicana	Exención del 100% en impuestos municipales, nacionales y aduaneros; IVA exento sobre materias primas nacionales; libertad cambiaria y libre repatriación de capitales	Mayor énfasis en libertades financieras, menos desarrollo en conectividad logística específica

En la región, el patrón común es el fuerte estímulo tributario, sobre todo en IVA, aranceles y gravámenes nacionales sobre insumos y maquinaria. Las diferencias aparecen en la sofisticación del marco normativo: Panamá y México combinan incentivos fiscales con beneficios adicionales como depreciación acelerada o integración con regímenes especiales; Chile ofrece estabilidad regulatoria e instalaciones modernas en ubicaciones clave para distribuir productos; Colombia ofrece costos atractivos pero menor desarrollo logístico; Re-

pública Dominicana enfatiza la libertad financiera y la repatriación de utilidades.

México lidera por volumen y consolidación, con más de 45 millones de m² y una baja tasa de vacancia. Panamá ofrece un conjunto más especializado de opciones, ideal para sectores con necesidades específicas como refrigeración. Colombia crece en diversidad y cobertura regional, mientras que República Dominicana asegura modularidad y adaptabilidad con el respaldo de operadores logísticos globales. Por su parte,

2. Capacidad de almacenamiento: escala y especialización

PAÍS	SUPERFICIE DISPONIBLE	CARACTERÍSTICAS
 Chile	1.558.524 m ²	3 zonas francas activas, patios, bodegas; Arica cuenta con un terminal multimodal de 100.000 m ² y Punta Arenas tiene capacidad para 365 toneladas en cámaras frías
 Colombia	10-12 millones m ²	124 zonas francas activas, con potencial de expansión en regiones como Barranquilla, Brisa, Bogotá y La Cayenna
 México	> 45 millones m ² Clase A (2 millones m ² disponibles)	Red nacional consolidada, baja vacancia, grandes parques industriales
 República Dominicana	> 3 millones m ² (592.660 m ² en parques industriales identificados)	Operadores como DP World y Schad Logistics ofrecen espacios modulares multisectoriales

Chile ofrece la gran ventaja de tratados de libre comercio con más de 60 países, ubicaciones estratégicas para la rápida distribución de productos y un enfoque en diversificación (servicios, manufactura ligera, energías renovables y más).

Los precios reflejan la madurez del mercado y la ubicación: México registra las tarifas más altas, seguido por Panamá; Chile, Colombia y República Dominicana resultan más accesibles, ofreciendo opciones diversas para distintos sectores.

3. Costos de alquiler: competencia y segmentación

PAÍS	PRECIO (USD/M ²)	NOTAS
 Chile	\$5.90-\$7	Los costos varían según el tipo de galpón/bodega, ubicación y estado de la infraestructura; valores superiores suelen corresponder a espacios premium de ubicación estratégica
 Colombia	\$6.00 - \$8.00	Costos bajos y flexibilidad en tamaño y ubicación
 México	\$10.00 - \$15.00	Precios más altos en CDMX y zonas estratégicas; mantenimiento extra
 Panamá	\$8.00 - \$11.00	Tarifas diferenciadas para terrenos, oficinas y bodegas; mantenimiento adicional
 República Dominicana	\$6.50 - \$10.50	Rangos para bodegas estándar y construidas a la medida



**SER VISIBLE
ES FÁCIL. SER
RECORDADO Y
RELEVANTE, ES
ESTRATÉGICO.**

La participación en Logistec Show se amplifica gracias a la red de medios Logistec: revista, sitio web, entrevistas, videos, redes sociales, newsletter y actividades anuales. Una vitrina permanente para tu marca.



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

**ASEGURA
TU STAND**



4. Tiempos de despacho aduanero: agilidad vs. cuellos de botella

PAÍS	IMPORTACIÓN/ EXPORTACIÓN	TIEMPO PROMEDIO	OBSERVACIONES
 Chile	Ambas	1,4 a 1,5 días	Ha mejorado bastante gracias a procesos digitales y el uso del despacho anticipado
 Colombia	Ambas	2,9-8,6 días	Mejoras recientes, pero sigue siendo el más lento
 México	Ambas	1 a 3 días	Alta eficiencia sin inspección, pero crisis portuaria afecta confiabilidad
 Panamá	Ambas	< 6 horas	Operación continua 24/7, sistema electrónico eficiente
 República Dominicana	Importación	1,3 días	Alta digitalización, 76,8% de pymes despachan en 24 horas

Chile resulta muy competitivo en cuanto a su tiempo de despacho aduanero, mientras que México se enfrenta a retrasos críticos en puertos como Manzanillo debido a huelgas, escasez de personal y militarización de la aduana. En tanto, Panamá y República Dominicana destacan por su estabilidad y consistencia; Colombia aún lidia con plazos prolongados.

CONCLUSIONES: MÁS QUE INCENTIVOS, ESTABILIDAD

La competencia por atraer inversión vía Zonas Francas deja claro que no basta con ofrecer beneficios fiscales: la confiabilidad operativa y la estabilidad institucional pesan tanto o más.

Chile se destaca de los otros cuatro países tratados en esta nota. Según el Índice Global de Complejidad Empresarial (GBCI) de 2025 elaborado por TMF Group, Chile se encuentra en el puesto 20 en cuanto a complejidad empresarial, pero salió mejor que México (n.º 3) y Colombia (n.º 5). De hecho, Chile se conoce por la transparencia de sus sistemas legales y

regulatorios, además de fuertes instituciones y eficaces agencias regulatorias. México, a pesar de su discurso pro-nearshoring, ve afectada su competitividad por la congestión portuaria y la gestión militarizada de aduanas.

LAS EMPRESAS BUSCAN ENTORNOS DONDE PUEDAN OPERAR CON AGILIDAD, SEGURIDAD Y PREVISIBILIDAD. EN UN ESCENARIO GLOBAL CADA VEZ MÁS VOLÁTIL, LA COMBINACIÓN DE EFICIENCIA LOGÍSTICA, ESTABILIDAD REGULATORIA Y FORTALEZA INSTITUCIONAL SE HA CONVERTIDO EN EL VERDADERO DIFERENCIADOR COMPETITIVO DE LAS ZONAS FRANCAS LATINOAMERICANAS.

Panamá y República Dominicana, con menos protagonismo mediático, consolidan ecosistemas estables y previsibles. Colombia, aunque competitiva en costos, arrastra incertidumbre política, riesgos de seguridad y procesos lentos.

En definitiva, la eficiencia logística con reglas claras y sin sorpresas regulatorias es fundamental para elegir una Zona Franca. Las empresas que participan en nuestros estudios identificaron cinco aspectos clave para elegir un país por encima de otro considerando incentivos

fiscales, tiempos ágiles de despacho, saturación portuaria, calidad de proveedores y percepción de seguridad.

En este sentido, las empresas destacan que los incentivos fiscales son relevantes solo cuando van acompañados de entornos operativos eficientes. Los tiempos de despacho, por ejemplo, se han convertido en un criterio decisivo para evitar interrupciones en la cadena de suministro, mientras que la saturación portuaria limita la confiabilidad logística en mercados de alto volumen.

La calidad de los proveedores locales determina la capacidad de respuesta ante contingencias o incrementos de demanda, y la percepción de seguridad, tanto institucional como física, sigue siendo clave al momento de decidir una inversión.

En conjunto, estos factores confirman que la estabilidad regulatoria, la eficiencia aduanera y la fortaleza del ecosistema logístico pesan tanto como los beneficios tributarios al evaluar la competitividad de una zona franca.

Por tanto, la nueva competencia entre países latinoamericanos no se libra solo en los niveles de exención tributaria, sino en la capacidad de ofrecer entornos logísticos predecibles, con infraestructura moderna, procesos aduaneros expeditos y marcos regulatorios confiables.

En un entorno global donde el riesgo político y comercial es la nueva norma, las Zonas Francas que logren combinar incentivos con estabilidad serán las que marquen la pauta del crecimiento industrial y logístico de la próxima década. ■

**espacio
bodega**

MINI - LA LAGUNA

MINIBODEGAS SEGURAS Y ACCESIBLES EN CHICUREO

Bodegas disponibles entre **2 m²** y **22 m²**

Ideales para almacenar productos, insumos o herramientas.



Acceso controlado



**Estacionamiento
gratuito**



Seguridad permanente



Excelente ubicación
Av. Colina Sur 14.600, Colina
(al interior del mall Espacio Urbano La Laguna)

Cotiza aquí



espaciobodegas.cl

25 AÑOS: DE LA BODEGA AL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN Y DE LO MANUAL A LA AUTOMATIZACIÓN

EN EL MARCO DEL 25° ANIVERSARIO DE REVISTA LOGISTEC, ESTE ARTÍCULO RECORRE LA EVOLUCIÓN DE LA LOGÍSTICA CHILENA: DESDE OPERACIONES MANUALES EN BODEGAS HASTA CENTROS DE DISTRIBUCIÓN AUTOMATIZADOS, PASANDO POR EL AUKE DEL E-COMMERCE, LA ÚLTIMA MILLA EFICIENTE Y SOLUCIONES SOSTENIBLES QUE HOY DEFINEN LA COMPETITIVIDAD DEL PAÍS.

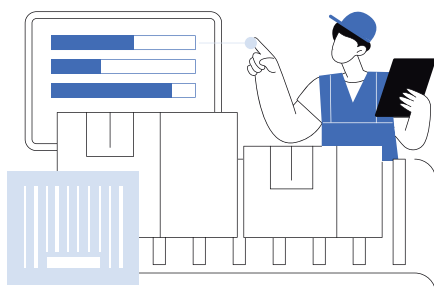


Hace 25 años, la logística chilena era, en gran medida, invisible. Operaba detrás de bambalinas, en un mundo de camiones, planillas en papel y comunicación por radio. Las bodegas eran depósitos físicos más que centros de distribución, y la eficiencia dependía más de la experiencia y el conocimiento empírico de los operarios que de la tecnología o los datos. El transporte era el corazón de la operación, y la palabra “supply chain” era prácticamente desconocida fuera de los círculos académicos.

Un cuarto de siglo después, esa realidad parece lejana. Hoy la logística es una disciplina estratégica, altamente tecnicizada, conectada en tiempo real y con impacto directo en la competitividad del país. Su transformación ha sido tan profunda que ha redefinido el modo en que Chile produce, distribuye, exporta y consume.

Este artículo recorre esa evolución: los hitos, desafíos e innovaciones que marcaron el camino desde la logística operativa de los noventa hasta la cadena inteligente, sostenible y digital de 2025.

LA LOGÍSTICA HECHA A MANOS



A fines de los noventa, Chile vivía una etapa de expansión económica impulsada por las exportaciones, el auge del retail y la apertura comercial. Sin embargo, la logística aún no tenía el protagonismo que hoy ostenta. Era una función de apoyo, centrada en mover productos y controlar inventarios, sin un enfoque estratégico de integración ni una visión de punta a punta.

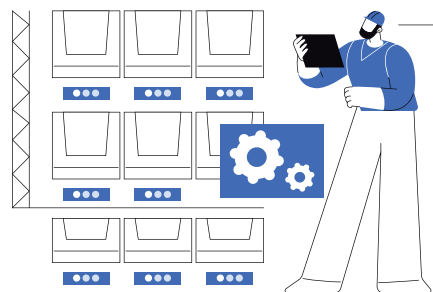
Las operaciones eran altamente manuales. El uso de planillas Excel comenzaba a reemplazar los registros en papel, los códigos de barra recién se implementaban en los centros de distribución más avanzados, y la trazabilidad era todavía una aspiración. Las decisiones se tomaban “por experiencia”, y los imprevistos se resolvían en terreno.

El transporte era el gran protagonista: flotas privadas o subcontratadas, controladas a través de llamadas telefónicas o radios VHF. Las empresas buscaban eficiencia a través del costo, no de la visibilidad. Las rutas se planificaban de memoria, y los tiempos dependían tanto de la congestión como de la habilidad del conductor.

A nivel macro, Chile comenzaba a modernizar su infraestructura portuaria con concesiones que marcaron un punto de inflexión. Los puertos de San Antonio y Valparaíso, por ejemplo, se transformaron en plataformas clave para el comercio exterior, y la cadena de frío ganaba relevancia gracias al impulso de las exportaciones frutícolas, pesqueras y agroindustriales.

La logística del frío fue, de hecho, uno de los primeros segmentos en incorporar estándares internacionales, impulsando prácticas que luego se extenderían a toda la industria.

LOS 2000: PROFESIONALIZACIÓN



La primera década del 2000 trajo consigo un cambio de paradigma. Chile consolidó su posición como economía abierta, y el crecimiento del retail -liderado por cade-

nas como Falabella, Cencosud y Walmart pusieron en el centro del negocio la necesidad de planificar, controlar y distribuir con eficiencia.

La logística dejó de ser un área táctica para convertirse en un proceso que requería planificación, tecnología y conocimiento especializado. Las empresas comenzaron a invertir en sistemas ERP y en los primeros software de gestión de bodegas (WMS) y transporte (TMS). Estos avances marcaron el inicio de la digitalización, aunque todavía coexistían con prácticas manuales y procesos híbridos.

Fue también la época del nacimiento de nuevos operadores logísticos. Empresas que antes se dedicaban solo al transporte comenzaron a ofrecer servicios integrales de almacenamiento, picking y distribución. Se instaló el concepto de operador logístico 3PL, y más adelante, el de 4PL, que incorporaba gestión y coordinación estratégica.

El lenguaje técnico empezó a cambiar: se hablaba de “cadena de suministro”, “última milla”, “gestión de inventarios”, “eficiencia operacional”. Las universidades crearon carreras y diplomados especializados, y surgieron asociaciones y otras instancias de encuentro y expansión para la industria.

En paralelo, las empresas exportadoras adoptaron certificaciones como ISO 9001 o HACCP, especialmente en alimentos y farmacéutica, lo que elevó los estándares de trazabilidad y control. El país comenzaba a entender que una logística moderna no era un lujo, sino una condición para competir globalmente.



REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA Y E-COMMERCE

La década siguiente fue decisiva (2010-2020). La expansión del comercio electrónico transformó el modelo logístico de manera radical. La irrupción de plataformas como Mercado Libre y el desarrollo del e-Commerce propio de los grandes retailers obligaron a rediseñar la cadena de distribución completa.

Los centros de distribución se automatizaron; surgieron los primeros sistemas de picking por voz, clasificación automatizada y monitoreo satelital de flotas. Los sistemas WMS y TMS se convirtieron en norma. La visibilidad en tiempo real pasó a ser una exigencia, no una opción.

LA CRISIS SOCIAL DE 2019 Y, POSTERIORMENTE, LA PANDEMIA DEL COVID-19, ACELERARON TENDENCIAS QUE YA ESTABAN EN CURSO. EL CONFINAMIENTO MASIVO LLEVÓ A UN CRECIMIENTO EXPONENCIAL DEL COMERCIO DIGITAL Y TENSIONÓ TODA LA CADENA LOGÍSTICA. EL PAÍS COMPRENDIÓ, QUIZÁ COMO NUNCA ANTES, QUE LA LOGÍSTICA ERA UN SERVICIO ESENCIAL.

El crecimiento del e-commerce trajo consigo una nueva protagonista: la última milla. Las empresas debieron adaptarse a una demanda más atomizada, rápida y personalizada. El consumidor cambió el eje: ya no bastaba con entregar; había que entregar bien, rápido y con trazabilidad.

La crisis social de 2019 y, posteriormente, la pandemia del COVID-19, aceleraron tendencias que ya estaban en curso. El confinamiento masivo llevó a un crecimiento exponencial del comercio digital y tensionó toda la cadena logística. El país comprendió, quizá como nunca antes, que la logística era un servicio esencial.

Los operadores se reinventaron en semanas: habilitaron nuevos centros, reforzaron flotas, digitalizaron procesos y fortalecieron la logística urbana. Las tecnologías cloud, los sistemas de trazabilidad en línea y las soluciones colaborativas entre

actores —retailers, operadores, pymes y startups— permitieron sostener el abastecimiento en medio de la crisis.

Esa resiliencia dejó una lección profunda: la importancia de planificar, diversificar proveedores, y fortalecer las capacidades locales. Desde entonces, la palabra clave en la logística chilena es resiliencia.



LA LOGÍSTICA CHILENA DE HOY

En 2025, la logística chilena es irreconocible respecto de la de 2000. Hoy, el país cuenta con una red de centros de distribución modernos, automatizados y gestionados con tecnologías avanzadas. Los sistemas de gestión están integrados en plataformas end to end, que permiten visibilidad total desde la planificación hasta la entrega.

Los gemelos digitales, la analítica predictiva y la inteligencia artificial comienzan a incorporarse en la toma de decisiones operativas. Los sensores IoT permiten monitorear temperatura, humedad o ubicación con precisión milimétrica, y los algoritmos optimizan rutas en tiempo real.

El transporte también vive su propia transformación. La electromovilidad ha dejado

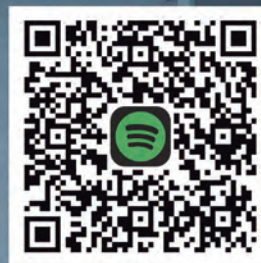


ESCUCHAR
COMPARTIR
CONECTAR

**ESCUCHA
NUESTRO PODCAST
Y TRANSFORMA
TU VISIÓN DEL
BODEGAJE**



@Bodegassanfrancisco

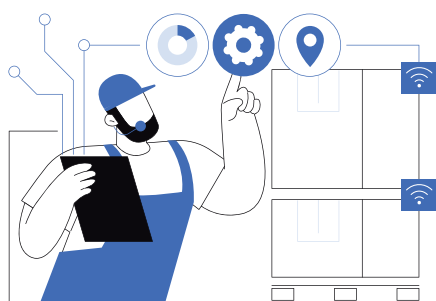


@bsfpodcast

de ser una promesa para convertirse en una realidad en crecimiento, especialmente en flotas urbanas y de distribución capilar. Empresas de transporte, operadores logísticos y fabricantes trabajan de forma colaborativa para reducir emisiones, optimizar energía y avanzar hacia una logística de bajas emisiones.

En los centros de distribución, la automatización alcanza niveles impensados hace una década. Robots móviles, sistemas de clasificación inteligente, almacenes verticales y soluciones de gestión basadas en datos definen la nueva normalidad. Pero lo más relevante es el cambio cultural: la logística dejó de ser reactiva para ser predictiva. Se planifica con base en datos, no en intuiciones; se mide en valor agregado, no solo en costo; y se diseña con foco en la experiencia del cliente y la sostenibilidad.

La colaboración entre actores es hoy un factor de competitividad. El concepto de “logística colaborativa”, compartir infraestructura, información y transporte avanza con fuerza, especialmente en sectores donde la eficiencia ambiental y operativa se entrelazan.



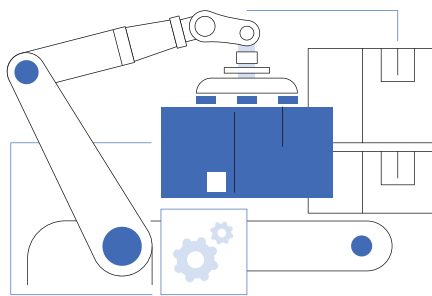
LOS DESAFÍOS QUE PERSISTEN

A pesar de los avances, los desafíos estructurales se mantienen. La infraestructura vial y portuaria enfrenta cuellos de botella que afectan la competitividad, especialmente en zonas urbanas y corredores logísticos. El transporte ferroviario, pese a su potencial, sigue siendo subutilizado, y la conectividad intermodal continúa siendo una deuda pendiente.

La escasez de conductores y técnicos especializados es otro problema recurrente. La profesionalización del sector ha avanzado, pero la oferta laboral no crece al ritmo de la demanda. A ello se suma la necesidad de atraer talento joven y diverso a una industria que, históricamente, se ha percibido como “tradicional”.

La sustentabilidad también plantea desafíos de fondo. Reducir emisiones, gestionar residuos, avanzar en economía circular y adoptar energías limpias requieren inversiones y colaboración público-privada. En este punto, la logística chilena avanza, pero aún de forma desigual.

Finalmente, la digitalización trae consigo nuevas amenazas: la ciberseguridad. Las cadenas conectadas son también vulnerables, y las empresas deben invertir en protección de datos, continuidad operativa y gestión de riesgos tecnológicos.



LO QUE ESTÁ POR VENIR

Los próximos 25 años se proyectan como una era de consolidación tecnológica y conciencia ambiental. La automatización total será una realidad: centros de distribución autónomos, flotas eléctricas o impulsadas por hidrógeno verde, algoritmos de predicción y coordinación en tiempo real.

Pero el cambio más profundo no será tecnológico, sino cultural. La logística del futuro será colaborativa, integrada y con propósito. No se medirá solo en eficiencia o costo, sino en su capacidad de crear valor sostenible, reducir impacto ambiental y aportar al bienestar social.

Chile tiene una ventaja: su escala, su conectividad portuaria y su madurez logística lo posicionan como referente regional. El desafío está en seguir innovando, integrar tecnología con talento humano y mantener una mirada de largo plazo, capaz de anticipar las transformaciones globales.

Porque si algo demuestra este cuarto de siglo, es que la logística nunca se detiene. Evoluciona, se adapta, se reinventa. Y en esa constante transformación está su mayor fortaleza: ser el motor invisible que hace posible el movimiento del país. ■

PRINCIPALES HITOS Y TRANSFORMACIONES (1998-2025)

1998-2005:

LA BASE DE LA MODERNIZACIÓN

- Reforma portuaria y apertura comercial: Ley de Modernización Portuaria (1997) y concesiones en San Antonio, Valparaíso y otros puertos, que mejoran eficiencia y capacidad de comercio exterior
- Nacimiento de operadores logísticos (3PL): empresas de transporte amplían su oferta hacia almacenamiento y distribución, profesionalizando la industria
- Primeros pasos hacia la digitalización: adopción inicial de ERP, WMS y TMS
- Expansión del parque de bodegas: desarrollo de centros de distribución en Santiago y regiones, sentando la base para operaciones más sofisticadas.

2006-2015:

PROFESIONALIZACIÓN Y EFICIENCIA

- Logística como disciplina estratégica: surge planificación end to end, y la cadena de suministro se integra al lenguaje empresarial
- Primera ola tecnológica: tracking, planificación de rutas y primeros dashboards de gestión operativa
- Outsourcing y última milla: consolidación de transporte subcontratado y distribución urbana, anticipando el boom del e-Commerce.

2016-2020:

LA REVOLUCIÓN DIGITAL (SHOCK Y ACELERACIÓN)

- Expansión del comercio electrónico: plataformas como Mercado Libre y e-Commerce propio de retailers redefinen la distribución
- Automatización operativa: incorporación de voice picking, conveyors, sorters y monitoreo en tiempo real; WMS y TMS se vuelven estándar
- La logística del cliente: la última milla se convierte en factor de fidelización y diferenciación
- Crisis y resiliencia: estallido social y pandemia ponen a prueba la cadena; los operadores reaccionan con rapidez y colaboración entre actores.

2021-2025:

INTELIGENCIA, SOSTENIBILIDAD Y COLABORACIÓN

- Digitalización end to end: integración de plataformas, trazabilidad total y analítica predictiva
- E-commerce maduro: consolidación del canal online como motor de inversión logística
- Automatización avanzada: robots móviles, almacenes verticales e IA para optimizar rutas y operaciones
- Electromovilidad y sostenibilidad: enfoque en eficiencia energética y reducción de emisiones
- Capital humano especializado: creciente demanda por perfiles técnicos, analíticos y de gestión de operaciones avanzadas.



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

LOGÍSTICA, AL FIN DEL MUNDO: CÓMO SE LLEGA A LOS RINCONES MÁS REMOTOS DE CHILE



de la logística en zonas remotas o de difícil acceso, tal como lo dejó de manifiesto en su presentación realizada en el pasado Logistec Show 2025. Desde esa perspectiva, recalca que el concepto de "territorio remoto" no solo hace referencia a la distancia física de un lugar, sino que también considera aspectos como las dificultades que impone la geografía para acceder; el aislamiento; la falta de infraestructura apropiada, la ausencia o baja calidad de comunicaciones y redes; los climas adversos e incluso las normativas y regulaciones que pueden complejizar el objetivo de llegar y abastecer a ciertas zonas.

"En nuestros hoteles de la Patagonia, tratamos de que nuestra oferta gastronómica esté lo más vinculada posible a los recursos naturales de la zona, pero no siempre se puede. Para solucionarlo, todas las semanas enviamos un camión desde Santiago que, en uno de los tramos, está obligado a entrar y salir de Argentina. Eso implica trámites, restricciones y, a veces, semanas de planificación para que todo esté donde debe estar. Además no podemos enviar ningún producto del mar por esta vía, así que hay que mandarlos por avión", cuenta, para graficar solo algunos de los desafíos que implica la logística en la zona.



Carlos Couto
Gerente Supply Chain
en Explora

En Isla de Pascua los desafíos son distintos, pero no por ello menores. "A pesar de ser un lugar muy fértil, hay muchos productos que no están disponibles, como la ganadería y ciertas frutas y verduras. Para este tipo de insumos dependes del continente y ahí nos enfrentamos a dos dificultades principales", comenta Couto y precisa:

"La primera es que toda la carga que viene de la Región Metropolitana viaja por avión y depende de una sola línea aérea, lo que hace que existan determinadas restricciones. Y la segunda es que los

No es solo distancia; en Chile, el desafío logístico también tiene que ver con marejadas que cierran bahías, carreteras que se interrumpen, climas extremos, terrenos escarpados y de difícil acceso o normas sanitarias que condicionan qué puede ingresar a una determinada zona. La geografía extrema y la dispersión de los asentamientos hacen que nuestro país sea, por definición, un territorio remoto.

Somos un país remoto. Si lo miramos globalmente, estamos lejos de los grandes centros de consumo y producción. Y si miramos hacia adentro, nuestras principales actividades productivas se desarrollan en lugares aislados: la minería en el desierto, la salmonicultura en los fiordos australes, la energía en Magallanes, el turismo en Torres del Paine o en Rapa

Nui. Todas son industrias que funcionan en entornos complejos y de difícil acceso", señala Carlos Couto, gerente de Supply Chain en Explora.

A cargo de dos hoteles ubicados en la Patagonia chilena, uno en Isla de Pascua y un cuarto en San Pedro de Atacama (además de otros tres en Sudamérica), Couto ha conocido de cerca los desafíos

productos químicos, artículos de limpieza y elementos de mayor tamaño no se pueden mandar por vía aérea, sino que hay que enviarlos por mar. Y en Rapa Nui, las condiciones portuarias son bastante rudimentarias. Puedes mandar una carga desde Valparaíso que demora 20 días de viaje y, si hay marejadas, el barco puede pasar otros 20 días más, esperando las condiciones para poder recalar”.

Margarita Amaya, directora de Gestión Corporativa en Conecta Logística, reconoce que lugares remotos como la Patagonia, Rapa Nui, el archipiélago Juan Fernández o las zonas altiplánicas del extremo norte deben enfrentar desafíos logísticos importantes, como una infraestructura limitada y dispersa, altos costos operacionales, dependencia de solo uno o dos modos de transporte y limitaciones en conectividad digital y trazabilidad. Estos factores, dice, “redundan en un mayor riesgo de desabastecimiento, lo que resulta especialmente crítico cuando se trata de bienes esenciales como alimentos, medicamentos y combustibles”.



Javier Salazar
Subgerente de
Territorialidad y
Continuidad Operativa
en CorreosChile

Recuerda, además, que en algunos sectores de la Patagonia predominan las rutas terrestres y marítimas fragmentadas, por lo que dependen del transporte aéreo. “Esto genera vulnerabilidad de la cadena de suministros ante cortes de ruta o fallas mecánicas. La intermodalidad es casi inexistente y los servicios marítimos o aéreos suelen ser esporádicos y costosos”, agrega.

A su juicio, aunque Chile ha avanzado en subsidios y en iniciativas públicas como el programa Barcazas para Chile, aún falta integrar la información y fortalecer la coordinación. “En un país remoto, la logística no puede improvisarse: necesita coordinación público-privada permanente. Un retraso en la planificación puede

significar semanas sin insumos básicos. Por eso hemos impulsado comunidades logísticas portuarias y observatorios que permitan tomar decisiones basadas en datos actualizados”.

En ese contexto, destaca acciones que abordan la logística en territorios aislados, como el proyecto de ley de cabotaje marítimo, que busca abrir la competencia en el transporte de carga entre puertos nacionales. Una medida que -asegura- podría mejorar significativamente la conectividad y eficiencia logística en zonas insulares y remotas.

Asimismo, destaca el programa de mejoras en Rapa Nui, impulsado por el Ministerio de Obras Públicas, que incluye la pavimentación de más de 40 km de caminos y la futura remodelación del aeropuerto Mataverí, que busca fortalecer la infraestructura crítica para el abastecimiento y movilidad en la isla. “Ambas acciones reflejan avances concretos hacia una logística más integrada y equitativa en el territorio nacional”, afirma.

LA ÚLTIMA MILLA AUSTRAL

Ubicada a más de 3.500 kilómetros de Santiago, Puerto Williams es considerada la ciudad más austral del mundo. El abastecimiento de carga más pesada-alimentos, vehículos, cilindros de gas y otros insumos- se realiza principalmente a través de un ferry que parte desde Punta Arenas, una vez a la semana.

Es un trayecto de casi mil kilómetros por canales subantárticos que tarda entre 30 y 40 horas, según la temporada y las condiciones del tiempo.

El ferry -que también transporta pasajeros- constituye la principal vía de abastecimiento de la ciudad. Su operación es subvencionada por el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT), en el marco del Programa de Conectividad para Zonas Aisladas. Este subsidio permite mantener el servicio durante todo el año,

incluso en temporadas de baja demanda o cuando las condiciones climáticas encarecen la operación.

Para traslados más rápidos y el transporte de encomiendas livianas o productos perecibles, la línea aérea DAP tiene vuelos regulares entre Punta Arenas y Puerto Williams, cuyo pequeño aeródromo permite operaciones durante todo el año, aunque sujetas al clima subantártico de la zona.

El único courier que llega a esta ciudad es CorreosChile. Desde Punta Arenas, el correo y las encomiendas se consolidan y se trasladan principalmente por vía aérea, aprovechando los vuelos regulares hacia Puerto Williams. Sin embargo, cuando las condiciones meteorológicas impiden operar o los cupos aéreos se saturan, parte de la carga se envía por ferry.



Margarita Amaya
Directora de Gestión
Corporativa
en Conecta Logística

“Puerto Williams exige una combinación de transporte aéreo y marítimo, donde muchas veces la coordinación con otros actores es fundamental”, señala Javier Salazar, subgerente de Territorialidad y Continuidad Operativa de CorreosChile. Para el ejecutivo, la existencia de una agencia en esta localidad grafica el propósito y el rol social de esta empresa pública: “llegar y conectar a todo el territorio nacional, sin importar cuán aislada pueda estar una localidad”.

Además de la distancia, también menciona el clima extremo y la fragilidad de la infraestructura como factores que complejizan la operación. “En Los Ríos, por ejemplo, derrumbes en el camino hacia Coñaripe pueden cortar la ruta durante días; en Corral, donde se requiere apoyo marítimo para poder llegar, las marejadas suelen dificultar el cruce; en Los Lagos, las intensas lluvias y nevazones afectan los accesos y encarecen la logística; localidades insulares como Melinka o Puerto

Aguirre dependen de barcasas, mientras que Caleta Tortel y Villa O'Higgins se alcanzan por caminos de la Carretera Austral. En todos estos lugares, los vientos, temporales y nevadas son frecuentes, además de los costos que implica a llegar a puntos tan aislados", sostiene.

Ante contingencias climáticas o interrupciones de conectividad -Salazar agrega- despliegan planes de coordinación alternativos que buscan dar continuidad al servicio. "En Palena, por ejemplo, se refuerza la planificación con vuelos y transporte combinado, mientras que en Aysén y Magallanes el equipo se organiza para reagendar despachos, redistribuir rutas y coordinar con operadores locales. El principio que guía estos planes es mantener a la comunidad conectada, incluso cuando las condiciones obligan a esperar o modificar la frecuencia de los envíos", apunta.

LA CONDICIÓN REMOTA COMO OPORTUNIDAD

Tal como señalábamos, Chile no es solo un país distante del resto del mundo, sino también es un lugar donde el aislamiento, la dispersión territorial y la dificultad en el acceso es parte de la vida diaria. Esa condición implica mayores costos y vulnerabilidades, pero también puede generar oportunidades e innovación.

En esa línea, han surgido iniciativas como el uso de drones para llegar a lugares distantes o difíciles de acceder. Bias Aeronautics fue la primera empresa en Chile en certificarse por la Dirección General de Aeronáutica para realizar traslado logístico con drones en la minería y hoy están trabajando para extenderse a otros rubros.

"Recientemente hicimos un transporte logístico de carga para el Cuerpo de Bomberos de Puerto Montt, en el que llevamos material de emergencia desde Puerto Montt a Isla Tenglo, un trayecto que en bote tarda 10 a 15 minutos y que nosotros cubrimos en tres. Estos minutos pueden

ser vitales cuando se trata de salvar vidas o detener catástrofes", sostiene Luis Silva, gerente de Operaciones de Bias Aeronautics. Aunque se trata de una tecnología en pleno desarrollo, todavía con algunas limitaciones de autonomía y carga útil, su uso abre nuevas opciones para complementar el trabajo de barcasas, aviones y camiones.

"En zonas aisladas cada minuto cuenta. Un dron puede llevar medicamentos urgentes, muestras médicas o piezas de repuesto sin depender de condiciones de mar o de caminos cortados. No reemplaza al transporte tradicional, pero sí puede resolver emergencias en la última milla extrema", enfatiza Silva.



Luis Silva
Gerente de Operaciones
en Bias Aeronautics

Otra iniciativa similar es la de Osiris Experience, una startup que ha realizado sus primeros vuelos de entrega en zonas rurales del Biobío, entregando medicamentos a familias que literalmente viajaban decenas de kilómetros por ellos. A fines del 2024 consiguieron que la DGAC les otorgara permisos especiales en fase experimental para operar drones comerciales con entrega de bienes esenciales.

Y aunque los drones podrían convertirse en una herramienta útil, capaz de saltar obstáculos logísticos tradicionales, como ríos, nieve o caminos interrumpidos, el camino no es sencillo. La normativa aeronáutica chilena aún impone importantes restricciones para el uso comercial de drones, que dificultan a estas empresas escalar sus servicios, especialmente en territorios rurales donde la conectividad aérea podría marcar una diferencia real.

"Más allá de la tecnología o el transporte, la innovación también pasa por estrechar lazos con las comunidades, para asegurar que los servicios lleguen a todos los rincones del país. Esto implica, entre otras

medidas, la coordinación entre empresas privadas, organismos públicos y comunidades", estima Javier Salazar.

Una visión que comparte Carlos Couto: "en lugares tan remotos, la planificación es un ejercicio obligatorio, pero muchas veces también terminas dependiendo de tu red de apoyo, de tu vecino o incluso de otra empresa del mismo rubro. Hay que generar redes de colaboración entre todos, de lo contrario, es más mucho más difícil subsistir".

Junto con la innovación y la colaboración, la sostenibilidad es otro elemento que toma valor en estas circunstancias. "Lograr una cadena de suministro sostenible y ética es un gran desafío en estos lugares. En nuestro caso particular, hemos impulsado varias iniciativas y acciones, como asociarnos con proveedores del sistema B, que apuntan a tener un triple impacto, ambiental, social y económico.

Eso sí, matiza, para que el abastecimiento sea sostenible, es fundamental "convencer a todos que eso que estás haciendo tiene un propósito. Porque si el personal de la limpieza sigue usando el producto concentrado de la misma forma en que usaba el anterior, nuestro costo se puede disparar tres veces. Esas conversaciones internas también representan también un desafío. Muchos no quieren salir de su zona de confort, prefieren quedarse en lo que les funciona, que no es necesariamente los más sustentable", explica.

Asimismo, han desarrollado proyectos junto a Corfo para fomentar el comercio y la producción local. "Es importante planificar con la mirada en el territorio, en este caso específico, tratando de conectar con lo que se produce localmente, no solo porque podemos acceder a un producto más fresco y endémico, sino también porque apoyamos y damos visibilidad a los pescadores o agricultores de la zona y así le damos más sentido a nuestra propuesta gastronómica y una experiencia completa a nuestros huéspedes que es lo que finalmente buscamos", apunta. ■

RESPONSIVE LOGISTICS FOR YOU



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



**¡Contáctenos hoy
para comenzar!**

La elección de proveedores siempre ha sido un terreno complejo para las empresas. Sin embargo, en un escenario logístico marcado por la incertidumbre, la presión de costos y la necesidad de responder con precisión al cliente, esta decisión se ha vuelto aún más crítica. La tentación de optar por el proveedor con la oferta más económica está presente en prácticamente todas las industrias, especialmente en áreas donde la logística representa un porcentaje significativo del costo operativo.

A primera vista, privilegiar el precio parece sensato: menos gasto en transporte, almacenaje o servicios de distribución equivale a un alivio inmediato en los balances. Pero lo que muchas veces se pasa por alto es que la logística no es una operación aislada, sino un eslabón central de la cadena de valor. Cuando ese eslabón falla, los costos de la “economía inicial” se multiplican: quiebres de stock, retrasos en la entrega, incumplimiento de normativas, accidentes laborales, multas contractuales, pérdida de clientes y daño reputacional.

“Es comprensible que, ante la presión económica, el primer instinto sea buscar el costo más bajo. Pero reducir la logística a una simple línea de gasto que hay que cortar, sin mirar el impacto integral, es un grave error estratégico”, afirma Ubaldo Uscanga, director de logística. “Un proveedor barato a menudo esconde costos indirectos enormes: riesgos de incumplimiento normativo, fallas en la integridad del producto, entregas tardías que erosionan la confianza del cliente. Es una falsa economía que te quita el sueño”, agrega.

Cada incumplimiento, por pequeño que parezca, genera un efecto dominó que puede escalar rápidamente. En sectores regulados como la industria farmacéutica, la alimentación o los productos peligrosos, un error en la temperatura, un transporte inadecuado o un retraso logístico puede traducirse en pérdidas millonarias y en cuestionamientos legales. En el retail y el e-Commerce, donde la promesa de entrega es la vara con la que se mide la

EL PROVEEDOR BARATO SALE MÁS CARO: EL ALTO COSTO DEL INCUMPLIMIENTO



Cuando lo barato se convierte en un riesgo estratégico no hay número que avale mantener una relación comercial que pone en jaque la esencia de toda compañía: responder a sus clientes. Esta idea es fundamental, pues deja en evidencia la importancia que tienen los proveedores en el éxito de una compañía, cobrando valor esa tradicional y masiva frase: “socio estratégico”.

experiencia del cliente, un proveedor barato, pero poco confiable, puede arruinar campañas comerciales completas y abrir espacio a la competencia.

“Los efectos son como un dominó cayendo, y son mucho más profundos que una simple multa o una entrega fallida”, agrega el ejecutivo. “El incumplimiento se traduce en sobrecostos: inventario de

seguridad extra, fletes premium de última hora, costos de reposición, y lo más grave, la pérdida de ventas. Y en sectores como farma o salud, si un 3PL no maneja correctamente la cadena de frío, la integridad del producto se pierde por completo”, afirma Ubaldo.

En otras palabras, la decisión de “ahorrar” en un proveedor sin considerar su histo-

rial de cumplimiento, sus certificaciones, su capacidad tecnológica y su resiliencia operacional, se transforma en un riesgo estratégico que puede comprometer mucho más que los estados financieros: puede afectar la continuidad del negocio.

“Es una verdad universal que he comprobado en múltiples roles y países: lo barato es una ilusión en el corto plazo. Es como tratar de llenar una cubeta con agua si el fondo tiene grietas. Ahorras unos pesos en el flete más barato, pero pierdes el triple al no poder contener el costo total del servicio”, apunta Uscanga.

Claro debe quedar que el costo de un incumplimiento siempre será mayor al ahorro inicial.

Muchas compañías se concentran en el precio, pero no dimensionan el valor de la confiabilidad. Cuando un cliente pierde la confianza, no hay descuento que lo recupere.

EL VERDADERO COSTO DEL INCUMPLIMIENTO

El problema central es que los costos de un proveedor barato rara vez se limitan a su tarifa. El precio es solo la primera capa de una ecuación mucho más compleja. Detrás del incumplimiento aparecen costos ocultos que suelen superar con creces la diferencia entre elegir a un socio confiable y uno “económico”. **Entre los más relevantes se encuentran:**

Costos operacionales adicionales.

Cuando un proveedor incumple, la empresa debe activar planes de contingencia: contratar transporte de urgencia, pagar horas extra, reorganizar turnos o incluso subcontratar servicios adicionales. Todo esto eleva el gasto original.

Costos contractuales y legales. En sectores regulados, los incumplimientos pue-

den acarrear multas, sanciones o demandas. Incluso en industrias no reguladas, un contrato roto implica compensaciones, penalidades y la necesidad de rehacer negociaciones.

Costos reputacionales. En la era de las redes sociales y la transparencia radical, un retraso o una falla de servicio se traduce en daño directo a la imagen de la empresa. Los consumidores ya no solo exigen productos; exigen puntualidad, trazabilidad y compromiso.

Costos de oportunidad. Tal vez el más invisible, pero también el más crítico: cada vez que un proveedor falla, la empresa pierde la oportunidad de fidelizar a un cliente, de ejecutar una campaña sin fricciones o de aprovechar al máximo un peak de demanda.

El efecto se magnifica en entornos de alta competencia. Una empresa que pierde una venta por incumplimiento no solo



www.mindugar.cl



MULTIDIRECTIONAL SHUTTLE 4D

SISTEMA QUE REFUERZA TU OPERACIÓN

COTIZA CON NOSOTROS EN VENTAS@MINDUGAR.CL



PARA MÁS INFORMACIÓN
ESCANEA

AUTOMHA

deja de percibir ingresos: le abre la puerta a la competencia para ocupar su espacio.

En mi experiencia, el indicador clave siempre es el nivel de servicio”, sostiene Uscanga, quien añade que: “cuando un cliente pierde la confianza, no hay descuento que lo recupere”.

Cabe enfatizar, por tanto, que muchas veces lo que encarece realmente la operación no es el proveedor en sí, sino el tiempo perdido en recuperar el control cuando falla. Ese desorden genera ineficiencia interna, quiebres de inventario y decisiones apresuradas que golpean toda la cadena.

Aquí surge un concepto clave: la confiabilidad como inversión. Un proveedor que cumple no es simplemente un costo mayor; es un seguro de continuidad, una garantía de que la estrategia comercial no se verá interrumpida. En un mercado donde los consumidores no perdonan el incumplimiento, esa confiabilidad es un activo intangible que asegura crecimiento a largo plazo.

HACIA UNA CULTURA DE EVALUACIÓN INTEGRAL DE PROVEEDORES

Si el precio no debe ser el único criterio, ¿qué deben considerar las empresas al momento de seleccionar un proveedor logístico? La respuesta está en ampliar la mirada hacia una evaluación integral que incluya, al menos, cuatro dimensiones críticas:

CUANDO UNA COMPAÑÍA ENTIENDE QUE LA LOGÍSTICA NO ES UN COSTO, SINO UN HABILITADOR DE SU PROPUESTA DE VALOR, CAMBIA SU MANERA DE ELEGIR PROVEEDORES. NO SE BUSCA AL MÁS BARATO, SINO AL QUE GARANTIZA CUMPLIR CON EL CLIENTE EN CUALQUIER ESCENARIO.

Cumplimiento histórico. La trayectoria de un proveedor dice más que su tarifa. Analizar indicadores de puntualidad, sinistralidad, capacidad de respuesta y satisfacción de clientes anteriores es clave para anticipar su desempeño futuro.

Capacidad tecnológica. En un mundo gobernado por la trazabilidad y la visibilidad de punta a punta, un proveedor sin sistemas digitales, telemetría o herramientas de monitoreo en tiempo real representa un riesgo latente.

Certificaciones y normativas. Especialmente en industrias reguladas, los estándares de calidad, seguridad y sostenibilidad son más que requisitos formales: son garantías de que la operación no se transformará en un pasivo legal.

Escalabilidad y resiliencia. Los buenos proveedores son capaces de adaptarse a picos de demanda, a contingencias externas o a cambios en la estrategia comercial del cliente. La capacidad de reacción marca la diferencia en momentos críticos.

“Un buen proveedor es un socio estratégico y un agente de valor, no un simple ejecutor de tareas”, resume el director de logística. “Debe tener visión End-to-End y capacidad de innovación, garantizar cumplimiento e integridad con transparencia en datos, e invertir en el desarrollo de su gente. La excelencia operativa se logra con personas, y solo los proveedores con esa cultura colaborativa pueden estar a la altura”, agrega Ubaldo.

El desafío, entonces, es cultural. Significa dejar de pensar en el proveedor como un gasto que debe minimizarse y empezar a verlo como un real socio estratégico que resguarda la continuidad del negocio y darle finalmente un peso a esa frase tan usada y publicitada que en muchas empresas queda en el airé y no pasa de ser

costo, sino un habilitador de su propuesta de valor, cambia su manera de elegir proveedores. No se busca al más barato, sino al que garantiza cumplir con el cliente en cualquier escenario.

La conclusión es clara: en logística, lo barato casi nunca es realmente barato. Apostar por un proveedor que ofrece la tarifa más baja, pero que no garantiza cumplimiento, es exponer a la empresa a una cadena de costos ocultos que pueden ser devastadores. La inversión inteligente no está en pagar menos, sino en elegir bien. ■

PROVEEDORES LOGÍSTICOS EN CHILE

Las empresas chilenas ya no buscan solo transporte o almacenaje: esperan visibilidad total, trazabilidad en tiempo real, cumplimiento normativo y sostenibilidad, además de flexibilidad e innovación tecnológica. Estos atributos se han convertido en los principales criterios para elegir un proveedor logístico.

Según el Barómetro de Logística de Comercio Exterior 2024 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT), el nivel promedio de cumplimiento -entregas “a tiempo y en forma”- alcanza el 83%, mientras que el 96% de las empresas exportadoras e importadoras percibe una capacidad media o alta del mercado para satisfacer la demanda. Por su parte, el 99% de los operadores logísticos asegura haber respondido con éxito a las necesidades de sus clientes.

En materia tecnológica, el Barómetro Logístico del MTT 2023 revela que el 63% de las empresas del sector cuenta con sistemas de trazabilidad de cargas, aunque solo el 43% posee plataformas integradas con otros actores de la cadena, lo que refleja desafíos en interoperabilidad y cultura digital.

Desde la perspectiva ambiental, el Barómetro Logístico de ALOG Chile 2023 muestra avances: el 39 % de las empresas logísticas mide su huella de carbono y el 13 % cuenta con certificación ambiental vigente.

Pese a estos progresos, el desafío sigue siendo claro: mejorar la trazabilidad total, acelerar la interoperabilidad tecnológica y fortalecer la profesionalización del talento logístico, pilares clave para que los operadores se consoliden como socios estratégicos en un entorno cada vez más exigente.



Entrega 2026

¡Nuevo Parque Logístico Centro Norte!

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 BOOM DEL CONGELADO: CÓMO UN CAMBIO CULTURAL ESTÁ TRANSFORMANDO LA LOGÍSTICA DEL FRÍO



24

El congelado dejó de ser una opción de emergencia para transformarse en un símbolo de bienestar, innovación y experiencia. Impulsado por consumidores que buscan practicidad sin sacrificar calidad, este cambio cultural está redefiniendo la industria y exigiendo a la logística del frío nuevos niveles de precisión, sustentabilidad y tecnología para sostener un mercado en pleno auge.

Durante décadas, los productos congelados estuvieron asociados a la rapidez, a lo básico, a lo que resolvía la comida cuando no había tiempo ni ganas de cocinar. Pero esa imagen pertenece a otro tiempo. Hoy, el congelado representa innovación, bienestar y experiencia. Ya no es una solución de emergencia, sino una opción consciente, alineada con estilos de

vida modernos, donde la conveniencia y la calidad conviven.

La revolución del congelado se alimenta de múltiples factores: nuevos hábitos de consumo, avances tecnológicos, una revalorización del tiempo y una apertura cultural sin precedentes hacia los sabores del mundo. Las nuevas generaciones lideran esta transformación: buscan alimen-

tarse mejor, pero sin complicarse; exigen transparencia, valoran la sustentabilidad y quieren productos que equilibren sabor, salud y placer.

“El consumo de productos refrigerados y congelados ha crecido sostenidamente durante los últimos años en el país”, comenta Guillermo Palacios, gerente de Supply Chain de Minuto Verde. “Esto viene de la mano de un cambio en nuestros hábitos de alimentación, un ritmo de vida cada vez más vertiginoso y la búsqueda de simplicidad y rapidez al momento de consumir alimentos, tanto en nuestros hogares como fuera de ellos”, comenta.

A esa visión se suma Guillermo Muñoz, subgerente de Logística de Agrosuper, quien coincide en que el crecimiento ha sido acompañado por un fuerte desarrollo de infraestructura. “En los últimos años, el sector ha experimentado un aumento de capacidad logística de almacén sin precedentes. En Chile, las posiciones de operación de congelados pasaron de 450 mil en 2023 a 630 mil proyectadas para fines de 2025, un 40% más, principalmente en las zonas centro, Concepción y Puerto Montt”, destaca.



Guillermo Muñoz
Subgerente de Logística
en Agrosuper

Lo que está ocurriendo no es una simple alza en ventas, sino un cambio cultural. Las góndolas ya no exhiben solo vegetales o pizzas genéricas, sino platos de autor, postres saludables, proteínas premium y comidas internacionales listas para preparar. Según el estudio The Future of Frozen Food 2025, elaborado por Conagra Brands, la industria estadounidense de alimentos congelados alcanza los USD 91.300 millones, representando el 39% del mercado global.

Casi una de cada tres compras en supermercados incluye al menos un producto congelado, y cerca de la mitad de los ho-

gares en EE.UU. ya cuenta con un segundo freezer. Estas cifras reflejan una expansión que trasciende fronteras y que también se siente en Latinoamérica, donde la categoría gana terreno de forma sostenida.

CONSUMO INTELIGENTE Y TECNOLOGÍA AL SERVICIO DEL SABOR

La conveniencia sigue siendo el principal motor de compra, pero hoy es potenciada por la tecnología. Electrodomésticos como el air fryer, los microondas duales o los hornos inteligentes han abierto una nueva etapa para el segmento, al mejorar la textura, el sabor y la rapidez de cocción.

La popularidad de los air fryers ha crecido un 22%, impulsando la venta de productos especialmente diseñados para este tipo de preparación, una categoría que

supera los USD 6.100 millones en ventas globales, según Conagra Brands.

El consumidor actual ya no busca solo comida rápida: exige experiencias gastronómicas en casa. El estudio identifica un crecimiento notable de las llamadas Elevated In-Home Experiences, con un aumento de 25.6 mil millones de ocasiones de consumo en el hogar respecto de la era pre-pandemia. Las personas quieren recrear la experiencia de restaurante desde su cocina.



Guillermo Palacios
Gerente de Supply Chain
en Minuto Verde

Los Millennials y la Generación Z son protagonistas de este cambio. A medida que forman familia, incrementan su gasto en productos congelados en un 54%,

y muestran una preferencia marcada por comidas globales, saludables y sostenibles. Otro punto de desarrollo en el último tiempo ha sido el canal online, cual sigue – a juicio de Palacios – en desarrollo y constante adecuación a las necesidades de los clientes y consumidores. “Ya presenta una cantidad no menor de actores en el mercado, y sin duda seguirá creciendo, según el comportamiento del consumo interno”, explica Palacios.

Muñoz complementa esta visión desde el ámbito operativo: “El desarrollo del canal online generó un mayor volumen de venta y volvió más productivas las operaciones de almacén y transporte. Nos permitió acercarnos a los canales de venta de otra forma, no solo mediante visitas presenciales, sino con más agilidad y digitalización en los procesos”.

Este crecimiento del comercio electrónico también ha traído consigo nuevas exigencias logísticas. La cadena del frío, antes





Smartki:

El ecosistema de control de accesos diseñado para la exigencia logística

Seguridad, eficiencia y trazabilidad, con la confianza y soporte de Scharfstein.

- Alta resistencia
- Múltiples validaciones
- Integración con CCTV
- Encriptación avanzada
- Gestión en tiempo real
- Reconocimiento facial



ventas@scharfstein.cl [+56 2 2550 0000](tel:+56225500000) www.scharfstein.cl

limitada a supermercados y distribución mayorista, ahora debe extenderse hasta el consumidor final, con entregas rápidas, eficientes y en condiciones térmicas precisas.

UNA LOGÍSTICA QUE NO PUEDE FALLAR

La evolución del consumo congelado ha puesto en primer plano la logística como pilar estratégico. No se trata solo de mover productos a temperatura controlada, sino de garantizar trazabilidad, inocuidad, eficiencia y disponibilidad en una cadena que no admite errores.

“La logística en condiciones de temperatura controlada ha jugado un rol clave en el desarrollo de estas categorías”, afirma Palacios. “Este tipo de productos exige de un resguardo permanente de las condiciones ambientales y de inocuidad alimentaria altamente desafiantes”, agrega.

Muñoz profundiza en los retos estructurales: “Uno de los principales desafíos es expandir la red logística hacia el norte del país, y no concentrarla solo en el centro y sur. Además, es clave contar con una distribución diversificada en tipo de camión, que permita cobertura a todos los canales de venta según su infraestructura”.

El desafío no termina en los centros de distribución. En países con geografías complejas, como Chile, la última milla se convierte en un reto logístico y financiero de gran envergadura. “Balancear un alto nivel de servicio a un costo competitivo cobra más sentido aquí que en ningún otro tipo de productos”, agrega Palacios. “Cada kilómetro recorrido tiene un alto costo, y si no se recibe el producto en el momento preciso, se rompe la cadena de frío y se pone en riesgo su inocuidad”.

Detrás de esa promesa de calidad y frescura, se esconde una ingeniería logística sofisticada. Las empresas del rubro invierten en tecnologías de monitoreo, trazabilidad y automatización, capaces de ofrecer control total sobre el trayecto del producto,

desde el origen hasta la góndola. “Estamos en una era donde la revolución tecnológica es muy dinámica. Quien entienda correctamente sus procesos y adopte herramientas como la automatización o la inteligencia artificial habrá dado un paso adelante respecto de sus competidores”, señala Palacios.

El ejecutivo de Agrosuper agrega: “Las torres de control y el seguimiento de temperatura en tiempo real se han convertido en herramientas clave para asegurar la cadena de frío. El cumplimiento normativo es la base, pero el desafío está en ser eficientes cumpliendo la norma, congelando más rápido o eliminando espacios que hacen perder frío”.

TECNOLOGÍA Y EFICIENCIA: EL NUEVO EQUILIBRIO

El crecimiento de la industria ha obligado a las empresas logísticas a repensar sus modelos. Los centros de distribución refrigerados evolucionan hacia la eficiencia energética, la digitalización y la sustentabilidad, mientras el transporte busca nuevas fórmulas para reducir emisiones y optimizar el uso de recursos.

Los principales desafíos logísticos -mantener temperatura, inocuidad y eficiencia- se combinan hoy con la necesidad de flexibilidad. La omnicanalidad y la expansión del canal online exigen redes más ágiles, escalables y conectadas. “Las tendencias logísticas actuales están enfocadas en capturar los beneficios de las nuevas tecnologías”, afirma Palacios. “La automatización, la optimización de capacidades de almacenamiento y la adaptación a escenarios de disrupción son claves para reducir los tiempos de entrega y asegurar disponibilidad al menor costo posible”.

El ejecutivo de Agrosuper coincide en que la evolución tecnológica será decisiva: “El futuro de la cadena del frío estará marcado por una logística diversificada, más cercana a los puntos de venta, capaz de manejar productos de baja vida útil con

alta frecuencia de distribución. Esa cercanía será clave para mantener fresca y eficiencia”. A nivel internacional, la innovación también redefine los procesos. Las soluciones de Internet de las Cosas (IoT) permiten monitorear temperatura y humedad en tiempo real; los algoritmos de predicción de demanda ajustan inventarios con precisión quirúrgica; y los vehículos eléctricos refrigerados comienzan a abrirse paso como respuesta a los objetivos de sostenibilidad corporativa.

El estudio de Conagra Brands anticipa cinco ejes que seguirán marcando el rumbo del congelado: **Salud funcional, con productos ricos en proteínas, fibra y beneficios digestivos** • **Indulgencia premium, basada en ingredientes gourmet y colaboraciones con chefs** • **Diversidad global, que lleva sabores del mundo al freezer del hogar** • **Practicidad y porciones controladas, adaptadas a hogares pequeños** • **Sabor intenso y experiencias sensoriales, como el auge del picante y las combinaciones étnicas.**

Cada una de estas tendencias no solo redefine lo que el consumidor busca, sino cómo la logística debe responder: mayor variedad, menores tiempos de entrega, precisión en la rotación de stock y una infraestructura que soporte el crecimiento sostenido de la categoría.

En tiempos en que la competitividad se mide en eficiencia, el desafío es combinar tecnología, cumplimiento normativo y sostenibilidad. “La adopción de nuevas tecnologías, junto con procesos operacionales robustos y eficientes, se convierte en un factor clave para combinar la eficiencia operacional con el cumplimiento de las normativas sanitarias”, señala Palacios.

Esta ecuación -eficiencia más control- ha dado lugar a una logística cada vez más inteligente. Sistemas automatizados de picking en cámaras de frío, software de ruteo inteligente, monitoreo satelital y digital twins permiten anticipar riesgos, reducir desperdicios y asegurar la continuidad operacional. ■



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

PERMISOS EN PAUSA: LA BUROCRACIA QUE PONE EN JAQUE EL DESARROLLO LOGÍSTICO EN CHILE

Un estudio de ALOG Chile y Cushman & Wakefield revela que los tiempos de tramitación municipal para proyectos industriales logísticos se han duplicado en los últimos 15 años, alcanzando en algunos casos más de 400 días. El fenómeno, catalogado como un obstáculo estructural para la inversión, amenaza la competitividad del sector, encarece los costos y pone en evidencia la urgencia de una modernización real en los procesos municipales.

Es un hecho ampliamente discutido, tanto en foros públicos como privados, que los tiempos de tramitación para obtener permisos de edificación y recepciones finales de obras industriales en Chile serían en un obstáculo estructural para la inversión; fenómeno que – para algunos – se ha posicionado como uno de los principales desafíos que enfrenta actualmente el sector de la construcción en Chile.

Por cierto, esta problemática también impacta al sector inmobiliario industrial logístico, un segmento que, en los últimos cinco años, ha visto con preocupación este fenómeno burocrático que frena el desarrollo de proyectos inmobiliarios clave para atender la demanda de superficie de almacenamiento logístico, en ascenso; una situación que no sólo genera incertidumbre tarifaria en el valor renta, sino también el eventual encarecimiento de los productos finales de cara al consumidor final.

La preocupación instalada entre los actores del mercado inmobiliario industrial y la necesidad de establecer la real dimensión del fenómeno descrito llevó a la Asociación Logística de Chile, entidad gremial que representa a diversas empresas del sector logístico

nacional, entre ellas a compañías del rubro de bodegaje logístico, a desarrollar en conjunto con la prestigiosa consultora Cushman & Wakefield el estudio “Tiempos de Tramitación Municipal de Centros Logísticos de Bodegaje”; un análisis inédito en el país que sistematiza por primera vez los plazos que enfrentan los proyectos inmobiliario industriales logísticos para obtener permisos de edificación y recepción final en la Región Metropolitana.

Cabe destacar que la investigación, iniciada en agosto de 2024, se elaboró con información proporcionada por los principales desarrolladores inmobiliarios industriales del país y consideró 11 comunas de la Región Metropolitana, sumando casi 3 millones de metros cuadrados (m²), equivalentes al 50% de la superficie total de bodegas catatrada por Cushman & Wakefield a fines de 2024; una muestra representativa que al ser analizada reportó resultados que ponen de manifiesto la necesidad de avanzar en procesos de tramitación municipal más ágiles y eficientes.

Una de las principales conclusiones del estudio es que se observa un deterioro sostenido en los plazos de tramitación municipal de permisos de edificación de proyectos inmobiliarios industria-

les logísticos. Las cifras son decidoras. Entre 2009 y 2011, el tiempo promedio para obtener la recepción final de un proyecto industrial era de solo 45 días con 10 trámites registrados. En cambio, entre 2018 y 2020 se alcanzaron 28 trámites y 100 días promedio, y en 2021-2023 la cifra llegó a 33 trámites con un plazo promedio de 124 días, lo que representa un alza del 175%. Finalmente, en 2024, el promedio llegó a 139 días, lo que equivale a un aumento de 208%, respecto al primer período analizado.

Además, el informe revela que los tiempos de tramitación municipal de este tipo de proyectos, que en teoría no deberían superar los 90 días, hoy se extienden en promedio a más de 100 días y, en casos extremos, han alcanzado hasta 483 días de tramitación en comunas como Pudahuel y Renca. Al respecto, el estudio indica que “al analizar la distribución de tiempos de trámite por tramos de 30 días, se identifica que un 58% tiene plazos de tramitación de hasta 90 días, estándar considerado esperable por parte de la industria. El otro 42% excede este tiempo, con casi la mitad de esa cifra excediendo los 180 días y con un 6,5% demorando más de 330 días (es decir, casi un año de tramitación)”.



En retrospectiva, a partir de las cifras proporcionadas por el estudio, se establece que el promedio de días tramitados de permisos de edificación municipal aumentó más del 200% entre 2009 y 2024.

Pero eso no es todo. El estudio de ALOG y Cushman & Wakefield también identificó cuatro áreas que concentran la mayor superficie en trámite: la Zona Industrial Molesta (ZIM) que atiende actividades de mayor impacto; la Zona de Urbanismo Condicionado (ZURC) que exige planes especiales; la Zona Industrial Inofensiva (ZII) de bajo impacto; y la Zona Silvoagropecuaria Mixta 2 (ISAM) de uso combinado rural y urbano. Así, de acuerdo con el estudio, algunas zonas presentan retrasos significativamente mayores, como la zona de urbanismo condicionado, donde los plazos superan en un 68% el tiempo estimado y la industrial molesta con un 26% adicional”.

Al respecto, Rosario Meneses, subgerente de Investigación de Mercado de Cushman & Wakefield, precisó que “la mayor demora en la tramitación de permisos en zonas de urbanismo condicionado se relaciona con el cumplimiento de una serie de exigencias adicionales que puede complejizar la revisión.

En tanto, la normativa más tramitada es la de uso industrial ‘molesto’, lo que explica que concentre también los mayores tiempos de demora. Esto se debe a que dicha calificación es la más utilizada para el desarrollo de centros logísticos”.

LOS EFECTOS DE LAS DEMORAS

A partir de los resultados obtenidos tras el análisis, Alexis Michea, gerente general de ALOG sostuvo que “los prolongados tiempos de tramitación crean

condiciones de incertidumbre y sobrecostos en la cadena, lo que a su vez puede dificultar la toma de decisiones de inversión, ralentizar actividad económica - incluyendo empleo- y en definitiva encarecer los productos finales”.

Además, Michea sostuvo que “en reuniones con distintas municipalidades nos destacaron que uno de los puntos que les dificulta cumplir con los tiempos de entrega de los permisos es la falta de personal de planta en la Dirección de Obras, el cual no se incrementó proporcionalmente con respecto al aumento de las solicitudes. A esto se suma la necesidad de contar con funcionarios con alto nivel de conocimiento técnico, ya que los proyectos se desarrollan en zonas con normativas de alta complejidad”.

En tanto, desde la mirada de los clientes, la preocupación ante la demora en los tiempos de tramitación también es

real. Al respecto, José Pakomio, presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC), la demora en la tramitación de proyectos logísticos impacta directamente al comercio, al frenar la expansión de la infraestructura que sostiene la distribución y el abastecimiento de bienes.

“El estudio de ALOG y Cushman & Wakefield confirma que los plazos superan ampliamente los 90 días legales, llegando en algunos casos a más de 400 días, lo que genera incertidumbre y encarece la inversión. Desde la CNC, en nuestro Catastro de Proyectos de Inversión Inmobiliaria, también evidenciamos la importancia que han adquirido los Centros de Distribución en los últimos años, pero, a la vez, hemos observado una menor entrada de iniciativas y una lenta materialización de proyectos en estudio, reflejo de estos cuellos de botella regulatorios. En un contexto donde la eficiencia logística es clave, por el crecimiento del comercio electrónico y las nuevas dinámicas del sector, estas demoras terminan elevando los costos operativos, afectando la competitividad del comercio formal y limitando su capacidad de respuesta frente a la demanda”.

Consultado respecto a cómo evalúan este fenómeno y su evolución, Pakomio sostuvo que “este tipo de retrasos refleja un problema estructural de tramitación en el país, procesos poco estandarizados, sobrerregulación y una limitada capacidad técnica en las direcciones de obras municipales. Más que una situación puntual, se trata de una falla institucional que termina afectando el desarrollo logístico y la inversión productiva”.

Así, en la mirada del representante de los actores del comercio nacional, el estudio pone en evidencia esta brecha, donde la falta de coordinación entre organismos y la discrecionalidad de criterios comunales amplían los tiempos y desincentivan proyectos que son es-

tratégicos para el comercio y la cadena de abastecimiento nacional.

En relación con los efectos que este tipo de retrasos tiene a nivel de consumo, los personeros gremiales coincidieron en que los consumidores también sufren los efectos de estas demoras. Al respecto, José Pakomio indicó que “el comercio depende de una red logística moderna y oportuna para mantener precios competitivos y garantizar el abastecimiento.

Cuando los proyectos se retrasan o no se concretan, aumenta el costo de almacenamiento y transporte, afectando tanto a las empresas como a los consumidores. Esto se traduce en mayores precios, demoras en entregas y menor disponibilidad de productos, especialmente en regiones. Las pymes son las más expuestas a estas rigideces, al enfrentar mayores barreras para acceder a servicios logísticos eficientes y espacios de bodegaje a costos razonables”.

Por su parte, Alexis Michea sostuvo que “la logística es una industria en que la oferta oportuna de infraestructura resulta clave, pues es lo que permite una sana competencia entre actores en beneficio de los consumidores finales”.

NUEVA LEY DE PERMISOLOGÍA. ¿UNA SOLUCIÓN INTEGRAL?

Considerando que la problemática de la demora en la tramitación es un hecho verificable; resulta relevante mencionar que el actual gobierno ha tenido entre sus prioridades la promulgación de un marco legal que permita agilizar estos procesos para revitalizar la inversión. En este sentido, el pasado 29 de septiembre, el Ministerio de Economía anunció la promulgación de la denominada Ley de Permisología que esta-

blece un nuevo marco regulatorio, que busca reducir entre un 30% y un 70% los tiempos de espera para la ejecución de iniciativas de inversión, y de un 50% para los correspondientes a proyectos inmobiliario industriales estratégicos.

Cabe destacar que la normativa incorpora principios como la tramitación paralela de autorizaciones, el uso de técnicas habilitantes alternativas, la implementación de una ventanilla única digital y la creación de una institucionalidad técnica especializada.

Ahora bien, entre los expertos del sector la efectividad de la norma dependerá de cómo se articule con las municipalidades, donde persisten los mayores cuellos de botella, ya que la ley no modifica directamente los procesos internos de las Direcciones de Obras Municipales, responsables de gran parte de los retrasos. Por ello, especialistas advierten que, sin un fortalecimiento institucional en el nivel local, la simplificación normativa podría quedarse corta frente a la realidad operativa.

Para José Pakomio la clave estará en la implementación: “la reciente legislación sobre permisología constituye un paso relevante, al buscar simplificar y digitalizar los procedimientos, establecer plazos claros y reducir la dispersión institucional. Pero su correcta aplicación será fundamental para destrabar proyectos logísticos y de infraestructura comercial”.

Finalmente, el presidente de CNC sostuvo que “proponemos transparentar los tiempos de tramitación mediante indicadores públicos de desempeño, que incentiven la eficiencia y visibilicen buenas prácticas. Agilizar estos procesos no solo favorece la inversión y el desarrollo logístico, sino que fortalece la competitividad del comercio formal y genera beneficios directos para los consumidores”. ■

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

¿QUÉ HACE EXITOSO A UN E-COMMERCE FRENTE A OTRO?

El éxito no se mide en clics, sino en la capacidad de cumplir con excelencia lo que se promete al cliente. Cuando la competencia es intensa y las expectativas del consumidor crecen cada día, marcar la diferencia exige mucho más que una buena plataforma o una estrategia de marketing efectiva. La verdadera distinción nace de la consistencia, la precisión y la calidad con que una marca ejecuta cada paso de su operación online.

El comercio electrónico vive un momento decisivo. En Chile y en la región, su crecimiento acelerado ha puesto a prueba la madurez de las empresas, evidenciando que el éxito en este canal no depende únicamente de tener una buena plataforma, sino de la solidez de todo el modelo que la respalda.

Tecnología, estrategia, operación y cumplimiento se entrelazan en una ecuación compleja donde cada variable cuenta, y donde la promesa hecha al cliente solo vale si logra cumplirse de principio a fin. A primera vista, todos los e-Commerce parecen similares: sitios modernos, atractivos visualmente, con promociones agresivas y tiempos de despacho prometedores. Pero cuando la operación se pone a prueba, durante un Cyber, en fechas festivas o en peaks de demanda, las diferencias afloran. Es ahí donde se revela quién tiene una estructura robusta y quién solo una buena vitrina digital.

“Lo que hace exitoso a un e-Commerce frente a otro es su capacidad de cumplir lo que promete, no solo venderlo. El e-Commerce exitoso no vive del clic, vive del cumplimiento. En Chile, la verdadera diferenciación no está en la web, sino en la operación invisible que

sostiene cada promesa: donde la data anticipa, la logística ejecuta y el cliente confía, porque la excelencia no se publica, se cumple”, afirma Wilhelm Willeke, experto global en e-Commerce y Supply Chain.

Por su parte, Mario Miranda, executive director Infracommerce Latam, complementa que hoy el éxito no solo se mide en cumplimiento, sino también en la capacidad de ofrecer una experiencia única: “La hiperpersonalización se ha convertido en un verdadero diferenciador competitivo.

Ya no basta con recomendar productos parecidos; el desafío es anticiparse, entender los deseos del cliente antes de que los exprese y ofrecerle soluciones relevantes en el momento justo para que el cliente sienta que la marca lo conoce y eso fomenta la lealtad a largo plazo”.

A ello se suma la mirada de Rodolfo Solís Movillo, distribution center manager de H&M Brasil, quien enfatiza que todo parte por una visión estratégica integral. “En un negocio de e-Commerce o en

cualquier canal de venta, el primer paso es alinear la estrategia de la cadena de suministro con la estrategia competitiva del negocio. Este alineamiento varía según el enfoque: liderazgo en costos o diferenciación.

Además, es fundamental cuestionarnos si la propuesta de valor realmente genera beneficios para el cliente, es decir, si está dispuesto a pagar por el producto o servicio. Con esta base, se deben revisar los incentivos a lo largo de la cadena

para garantizar que todos los actores contribuyan a la creación de valor”, agrega Rodolfo. La afirmación no es menor. Resume un cambio de paradigma: el éxito ya no se mide solo en conversiones o ventas, sino en la capacidad de cumplir

consistentemente la promesa de marca.

Cada paso -desde la actualización del inventario hasta la entrega final- se convierte en un momento de verdad. Y es justamente esa coherencia entre la experiencia digital y la física lo que construye confianza que es el verdadero activo del e-Commerce moderno.



Mario Miranda
Executive Director
Infracommerce Latam



LA OPERACIÓN INVISIBLE QUE MARCA LA DIFERENCIA

En el comercio electrónico, el valor no está solo en la venta, sino en la orquestación que ocurre después. Las marcas líderes son aquellas que entienden que la logística no es un costo, sino un habilitador estratégico. Invierten en trazabilidad, optimizan rutas, integran sistemas de gestión (OMS, WMS, TMS) y analizan datos en tiempo real para anticiparse a los peaks de demanda.

La eficiencia logística no se ve, pero se siente: se traduce en plazos cumplidos, devoluciones ágiles y comunicación proactiva. En este escenario, la última milla es mucho más que el tramo final del envío; es el punto donde la promesa se materializa o se desmorona.

Las empresas exitosas logran sincronizar la promesa comercial con la capacidad operativa. Cuando el marketing promete entrega en 48 horas, la operación debe tener respaldo logístico, stock real y visibilidad total de la cadena. Ese alineamiento, entre lo que se ofrece y lo que se puede cumplir, es una de las claves más complejas de alcanzar y, paradójicamente, una de las más subestimadas.

“Para ofrecer experiencias realmente personalizadas, las marcas necesitan integrar datos de todos los puntos de contacto: comportamiento de compra, historial de navegación, interacciones con el call center, incluso preferencias declaradas. La integración de toda esta información permite a las marcas construir un perfil completo del cliente, entendiendo sus deseos en cada momento”, sostiene Mario Miranda.

Desde su experiencia en retail, el ejecutivo de H&M Brasil refuerza el valor de una gestión integral en la experiencia del cliente digital. “En e-Commerce, la visión holística es clave. Cada iniciativa debe

considerar su impacto en todas las áreas, ya que el cliente digital es más exigente en niveles de servicio, tiempos de respuesta y atención. Además, la facilidad para comparar opciones a un clic eleva las expectativas.

La experiencia del cliente abarca múltiples aspectos: navegación del sitio, velocidad de carga, pasarelas de pago, promesa de entrega, seguimiento del pedido, servicio postventa y calidad en la entrega. Todo esto refuerza la importancia de una gestión integral”, detalla Solís.

TECNOLOGÍA Y DATA: EL CORAZÓN DEL MODELO

La tecnología ha democratizado el acceso al e-Commerce, pero también ha elevado el estándar de exigencia. Los consumidores esperan inmediatez, información en tiempo real y experiencias sin fricción.

Por eso, la integración tecnológica se ha vuelto un factor determinante: sistemas conectados que permiten gestionar inventarios, coordinar despachos, medir tiempos de entrega y, sobre todo, aprender del comportamiento del cliente.

Los modelos más avanzados ya no solo reaccionan a la demanda: la predicen. Herramientas de machine learning y analítica avanzada permiten identificar patrones de consumo, optimizar rutas logísticas y reducir tiempos de procesamiento.

El ejecutivo de Infracommerce profundiza: “La tecnología es el pilar de la hiperpersonalización. Permite construir un perfil completo del cliente, entendiendo qué busca, cómo interactúa y en qué canal lo hace.

Esa inteligencia aplicada correctamente es la que posibilita entregar una experiencia única, relevante y consistente en todo momento”. Sin embargo, los ejecu-

tivos advierten que la tecnología no reemplaza la estrategia. Son herramientas poderosas, pero lo que diferencia a un e-Commerce maduro es cómo las usa para sostener una cultura de cumplimiento. Un software sin procesos claros ni liderazgo operativo no genera valor.

La clave, entonces, está en convertir los datos en decisiones y en alinear la tecnología con la cultura organizacional. De poco sirve un sistema sofisticado si los equipos no están capacitados o si la empresa no ha definido indicadores claros de servicio.

EL FACTOR HUMANO Y LA CULTURA DEL CUMPLIMIENTO

Detrás de cada operación exitosa hay personas. La madurez del canal online no se mide solo en su nivel tecnológico, sino en su estructura humana: líderes que comprenden el negocio de punta a punta, equipos comprometidos con el cumplimiento y una cultura que prioriza la mejora continua.

El error es inevitable, pero la diferencia está en cómo se gestiona. Los canales electrónicos exitosos aprenden de los fallos, implementan mejoras, comunican con transparencia y asumen responsabilidad.

No prometen perfección, sino confiabilidad. Esa es la base de la reputación digital: no en la estética de la web, sino en la consistencia del servicio.

“La hiperpersonalización no es solo una estrategia de marketing; es una herramienta para construir una ventaja competitiva sostenible, sostenida en la IA. Cuando el cliente siente que la marca lo conoce, lo escucha y responde con relevancia, se genera una conexión emocional difícil de replicar.

Ese es el verdadero valor de largo plazo en el e-Commerce moderno”, concluye Mario Miranda. En definitiva, el e-Com-



Rodolfo Solís Movillo
Distribution Center Manager
en H&M Brasil

merce ganador no es el que más vende, sino el que más cumple y que mejor conoce a sus clientes. Porque en un mercado saturado de ofertas, la verdadera ventaja competitiva no está en el precio ni en la publicidad, sino en la confianza que se construye con cada entrega cumplida, cada reclamo bien resuelto y cada experiencia coherente de principio a fin.



Wilhelm Willeke
Experto Global en
e-Commerce y Supply Chain

optimizar recursos • Omnicanalidad real: ofrecer múltiples puntos de contacto y devolución aumenta la confianza del cliente • Cultura del cumplimiento: equipos orientados a la ejecución precisa, con liderazgo que valore la mejora continua • Sostenibilidad y eficiencia: optimizar rutas, empaques y tiempos no solo reduce costos, también mejora la experiencia.

EL ADN DE UN COMERCIO ELECTRÓNICO EXITOSO

- Integración tecnológica: sistemas conectados que alinean venta, inventario, despacho y atención al cliente en una misma plataforma
- Planificación logística anticipada: la operación debe estar diseñada para absorber peaks de demanda sin sacrificar el cumplimiento
- Gestión de datos: la analítica permite prever quiebres, detectar patrones de compra y

Desde la mirada logística, el e-Commerce exitoso es aquel que entiende la logística como el corazón de su promesa: si la bodega falla, todo el sistema colapsa.

La excelencia está en la coordinación entre el almacén, el transporte y la atención postventa; en la trazabilidad que permite visibilidad total; y en la comunicación que mantiene informado al cliente en cada etapa del proceso. ■

DECÁLOGO PARA UN CYBER SIN INCERTIDUMBRE

En fechas especiales como el Cyber Day o Cyber Monday, las empresas esperan millones de transacciones en unos pocos días, y es ahí, donde, según Felipe Miranda, Country Manager de Logisfashion Chile, donde no sólo se pone en jaque la logística, sino también cobra valor tener consumidores informados que sepan cómo maximizar sus probabilidades de recibir sus productos a tiempo y en perfectas condiciones.

ANTES DE COMPRAR

- Verifica la información de despacho desde el inicio
- Revisa los plazos de entrega reales
- Lee las políticas de devolución
- Prioriza tiendas con seguimiento en tiempo real.

DURANTE LA COMPRA

- Compra temprano
- Guarda comprobantes y números de seguimiento
- Activa las notificaciones de tu celular
- Después de comprar
- Mantén tu teléfono disponible
- Ten flexibilidad en horarios de recepción
- Reporta problemas inmediatamente.



ARRIENDO DE CENTROS
LOGÍSTICOS DE CLASE MUNDIAL

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

- 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

UBICACIÓN ESTRATÉGICA



Alto estándar
Seguridad



Desarrollo Proyectos
Build to Suit

CONTÁCTANOS +56 9 6441 0878 almacenaje@danco.cl www.danco.cl

EL NUEVO ROSTRO DEL ECOMMERCE: IA, ULTIMA MILLA Y SERVICIO AL CLIENTE

El futuro del comercio electrónico se perfila como un entramado de algoritmos, datos y relaciones humanas, donde cada interacción cuenta y cada experiencia construye reputación. Chile, con su liderazgo regional en adopción tecnológica, tiene la oportunidad de seguir marcando el camino hacia un e-Commerce más inteligente, humano y sustentable.

El comercio electrónico ha pasado de ser una alternativa a convertirse en un pilar central del consumo moderno. Pero lo que hoy está redefiniendo la competitividad de las empresas no es solo su capacidad de vender en línea, sino cómo integran la Inteligencia Artificial (IA) para optimizar los procesos de compra y conversión, las entregas de última milla y el servicio al cliente. Tres dimensiones que, combinadas, marcan el futuro del e-Commerce.

La pregunta que subyace, entonces, es cómo los líderes del ámbito pueden afrontar estos desafíos inminentes; donde lo primero a considerar es cómo el comercio electrónico ha evolucionado. Veamos algunas cifras.

De acuerdo con lo reportado por la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), el e-Commerce chileno alcanzó ventas por \$4,5 billones de pesos en el primer semestre de este año (US\$4.725 millones), consolidando así su recuperación tras dos años de ajuste post pandemia. La cifra representa un crecimiento interanual de 10,6% nominal respecto al mismo período de 2024, y se ubica muy cerca de los máximos históricos observados en 2021,

cuando el consumo se volcó masivamente hacia el canal digital. A este respecto, la entidad publicó que “el monto acumulado en la primera mitad del año más que cuadruplica los registros de 2019, lo que confirma que el canal digital ha alcanzado una nueva dimensión estructural en el comercio minorista chileno”.

La tendencia reflejada en las cifras expuestas se confirma con el recién pasado Cyber Monday, donde -según la CCS- se generaron 4,4 millones de transacciones, por un monto total de \$430 mil millones (equivalente a cerca de US\$ 450 millones), lo que representa un aumento nominal del 5% respecto a 2024 y la cifra más alta desde su inicio en 2011.

En tanto, de acuerdo con cifras publicadas por la plataforma Payments & Commerce Market Intelligence, las proyecciones indican que, en Chile, las transacciones por este canal de venta crecerán a una tasa del 9 %, llegando a los US\$46 mil millones en 2027. La misma plataforma, en su estudio “Radiografía del comercio electrónico en Chile”, publicado en enero de este año, estima que 9 de cada 10 adultos en el país (el 90%) compra en

línea y que -en los comercios- el 25 % de las ventas se realiza por medios digitales.

En medio de este panorama de crecimiento del canal online, podemos retomar los desafíos propuestos en un inicio para el canal online, teniendo como punto de partida el impacto de la adopción de la IA que permitiría mejoras concretas en áreas importantes, como la conversión de ventas, la eficiencia operativa y la reducción de costos.

IA: DEL ANÁLISIS DE DATOS A LA PERSONALIZACIÓN PREDICTIVA

Según cifras del Índice Latinoamericano de Inteligencia Artificial, elaborado por el Centro Nacional de Inteligencia Artificial (CENIA), las empresas en Chile lideran la implementación de esta tecnología en la región. Esta adopción se refleja especialmente en el comercio electrónico, explica Elías Zafe, DC Value Delivery Head de Infocommerce Latam, indicando que “somos testigos de una constante adaptación a esta innovadora era digital, con una diversidad de apli-

Nuevo centro de Distribución B2B, más moderno y sostenible de Chile.



www.samex.cl

SAMEX

caciones y aportes que incentivan esta modalidad de compra y venta”.

Así, tenemos que la IA ya no es un concepto de ciencia ficción ni una promesa futura; sino el motor silencioso detrás de cada recomendación, búsqueda o transacción en línea. Al respecto, según Zafe, “la Inteligencia Artificial se ha posicionado como una herramienta clave para optimizar diversos aspectos del comercio electrónico, desde el análisis de grandes volúmenes de datos hasta la personalización de la experiencia del cliente a la hora de recomendar productos cuando está a un paso de pagar”.

Al mismo tiempo, el experto ha indicado que este tipo de tecnologías permite anticipar comportamientos, ofrecer recomendaciones personalizadas y ajustar precios dinámicamente según la demanda o el perfil del consumidor. No obstante, aún hay un largo camino por recorrer para las empresas.

Ahora bien, las tecnologías no solo mejoran las tasas de venta, sino que redefinen la relación entre marcas y consumidores. Al respecto Zafe indicó que “las diversas aportaciones de la IA al e-Commerce dejan de ser una herramienta más y la convierten en un socio ideal para avanzar en un entorno de constante desarrollo digital”, al tiempo que enfatizó en que el verdadero valor de la IA radica en que permite que las empresas “se anticipen a las necesidades de sus clientes, ofreciendo experiencias de compra personalizadas y eficientes”.

El desafío es cultural y estratégico: “las empresas que sepan aprovechar el potencial de la IA estarán mejor posicionadas para prosperar en el dinámico entorno del e-Commerce”, asegura Zafe.

LA ÚLTIMA MILLA Y LA ATENCIÓN POSTVENTA

Siempre en torno a la adopción de la IA en los procesos clave del comercio electrónico es importante resaltar que la ex-

periencia de compra no termina cuando el cliente paga, sino cuando el producto llega a sus manos y más allá, cuando se siente satisfecho y escuchado. Por ello, la incorporación de la IA y otras tecnologías como el Machine Learning, en los procesos de la denominada “última milla” se posiciona como una herramienta clave para hacer más eficiente esta etapa crítica para la fidelización de los consumidores.

En esta línea, de acuerdo con un estudio de la compañía Invesp, al menos el 89% de las empresas ve la experiencia del cliente como un factor clave para impulsar la lealtad y retención de los consumidores. Y en torno a dicha experiencia, los procesos de entrega son determinantes. No sólo se trata de transporte, sino de percepción de valor.

En palabras del especialista Facundo Lena, DC Value Delivery Head en Infocommerce, “la última milla y la atención postventa no son solo pasos finales en el proceso de compra, también representan oportunidades clave para fortalecer la relación con los consumidores y así convertir cada transacción en una experiencia memorable”.

La rapidez, la trazabilidad de los envíos, las opciones de entrega flexibles y la atención postventa son hoy los indicadores que determinan si un cliente volverá a comprar o se irá con la competencia. Por eso, las empresas deberán apostar por la automatización y la inteligencia artificial como soporte de la experiencia postventa. Chatbots capaces de ofrecer soluciones inmediatas, notificaciones proactivas sobre el estado de la entrega y sistemas de predicción de incidencias son algunos ejemplos de este cambio, pero hay más.

En lo referido a lo meramente operativo, por ejemplo, es reconocido que la última milla supone el 40% del costo logístico de las empresas. De ahí que haga falta poder predecir cuándo y dónde se comprará un producto con una gran precisión espacio temporal. Conocer, por ejemplo, cuántas unidades de una determinada re-

ferencia se comprarán en un código postal concreto en los próximos 30 minutos es información invaluable y una muestra de cómo procesos complementarios a la distribución de última milla, como la previsión de la demanda - que puede maximizarse gracias a la IA o el Machine Learning- marcan la diferencia. Los líderes del ámbito logístico deben desarrollar una comprensión que evolucione y conozca las características, el comportamiento y las limitaciones vinculadas a cada cliente, ruta o vehículo.

SERVICIO AL CLIENTE: DE CENTRO DE RECLAMOS A FUENTE DE INTELIGENCIA

Cada vez con más fuerza, los comercios están comprendiendo que mantener la fidelidad más allá de la compra inicial requiere acciones concretas: programas de lealtad, encuestas de satisfacción, ofertas exclusivas y seguimiento personalizado, son “el desde” para los consumidores online.

Al mismo tiempo, el seguimiento personalizado y las recomendaciones de productos basadas en compras anteriores son vitales para crear una experiencia de compra más personalizada. Así, el e-Commerce moderno ya no se concibe sin un componente de postventa inteligente, donde la información obtenida del cliente se reinvierte en mejorar cada interacción.

A partir de lo expuesto, estamos ante una realidad clave: la atención al cliente atraviesa una transformación estructural. En una era donde las interacciones digitales multiplican los puntos de contacto, la calidad del servicio se ha convertido en un diferenciador estratégico, aunque también enfrenta una paradoja: mientras las empresas invierten más en tecnología, los clientes no perciben necesariamente una mejora.

Así lo señala Renzo Celis Noriega, director Asociado de Accenture Song Chile,

quien en su artículo: “Tres acciones clave para potenciar el servicio al cliente” cita un estudio global de Accenture que arroja un dato revelador: “solo 32% de los consumidores cree que la calidad del servicio ha mejorado en los últimos cinco años”.

Al respecto, Celis explica que esto ocurre porque “las empresas han priorizado invertir en tecnologías para reducir costos y mejorar la eficiencia operativa, con poco enfoque en la experiencia del cliente”.

Es decir, la digitalización no siempre va de la mano de la empatía. Así, para revertir esta tendencia, el experto propone tres acciones clave:

Personalizar cada interacción. “Para crear conversaciones de soporte verdaderamente personalizadas, los agentes humanos necesitan insights en tiempo real y recomendaciones inteligentes para poder guiar a los clientes de manera más efectiva”. Esto implica rediseñar los recorridos

del cliente y detectar los puntos donde la automatización falla en satisfacer necesidades reales.

Predecir y solucionar problemas proactivamente. Las herramientas impulsadas por IA pueden “identificar problemas de servicio de alto volumen y complejos que podrían ser predichos y resueltos antes de que se escalen”, automatizando intervenciones preventivas.

Convertir el servicio en un centro de inteligencia de negocio. Según Celis, “incluso en un mundo hiperconectado, el servicio al cliente a menudo sigue estando aislado, lo que lleva a procesos fragmentados, mensajes inconsistentes y brechas en el recorrido del consumidor”.

Su visión es clara: el servicio al cliente debe transformarse en un “Centro de Insights”, donde cada interacción no solo resuelva un problema, sino que genere información valiosa para toda la organi-

zación. Para ello, recomienda “establecer un Centro de Insights que centralice la información relevante del cliente en todos los puntos de contacto, con una vista compartida y en tiempo real en todas las plataformas”.

A partir de lo expuesto, queda en evidencia que el futuro del e-Commerce chileno se definirá por su capacidad de integrar las tres dimensiones del nuevo paradigma digital: La inteligencia artificial como cerebro analítico y predictivo; la última milla como punto de contacto físico y emocional y el servicio al cliente como núcleo de inteligencia relacional.

Esta sinergia entre tecnología, logística y experiencia humana está redibujando los límites del comercio electrónico. Ya no se trata solo de vender más rápido o entregar más barato, sino de crear relaciones sostenibles con los consumidores, a través de la información, la personalización y la confianza. ■



ENSAYOS REALIZADOS QUE CERTIFICAN EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA CHILENA DE RACKS

- INGENIERÍA DE CLASE MUNDIAL APLICADA EN CADA PROYECTO
- GRAN STOCK DISPONIBLE PARA ENTREGA INMEDIATA
- CUMPLIMIENTO 100% DE PLAZOS DE ENTREGA



info@ar-racking.com



SCAN QR O INGRESA A
BODENORFLEXCENTER.CL

BODENOR FLEXCENTER: 3 DÉCADAS LIDERANDO EL DESARROLLO DE PARQUES LOGÍSTICOS DE CLASE MUNDIAL

A LO LARGO DE SUS TRES DÉCADAS, BODENOR FLEXCENTER HA CONSTRUIDO CERCA DE 1 MILLÓN DE M2, EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DE SANTIAGO, CONSOLIDÁNDOSE COMO UNA EMPRESA REFERENTE EN PARQUES LOGÍSTICOS Y CENTROS DE DISTRIBUCIÓN DE CLASE MUNDIAL EN CHILE. SÓLIDA Y ALINEADA CON LAS EXIGENCIAS DEL MERCADO Y DEL ENTORNO, COMPROMETIDA CON LA SOSTENIBILIDAD Y LOS MÁS ALTOS ESTÁNDARES DE SEGURIDAD.

Desde sus inicios, Bodenor Flexcenter (BFC) ha sido pionero en infraestructura de alto estándar, soluciones flexibles para sus clientes y una visión de largo plazo anclada en la sostenibilidad y la seguridad. “En estos 30 años hemos evolucionado junto al mercado, anticipando sus necesidades y desarrollando espacios que responden a las más altas exigencias. Centro Norte es una nueva muestra de nuestro compromiso con Chile y con una industria que sigue creciendo”, afirma Fernando Ureta, Gerente General en Bodenor Flexcenter.

40

CENTRO NORTE: 33 HECTÁREAS DE DESARROLLO LOGÍSTICO

Ubicado a menos de un kilómetro del anillo Vespucio, el nuevo Parque Logístico Centro Norte consolida la presencia de Bodenor Flexcenter en Quilicura, una de las zonas logísticas más importantes del país. Con gran conectividad y alto estándar, este proyecto eleva la propuesta de valor de BFC para medianas y grandes empresas que buscan eficiencia, seguridad y sostenibilidad.

El desarrollo contempla más de 200.000 m² de bodegas clase A, en módulos flexi-

bles desde 2.500 hasta 40.000 m², con oficinas a la medida en uno o dos pisos.

Las bodegas cuentan con 12 metros de altura libre, pavimentos superplanos, aislación térmica de alta eficiencia, muro perimetral de hormigón y cumplimiento con normativa NFPA. Todo el conjunto contaría con certificación LEED Gold y elementos de diseño que optimizan el confort térmico y energético, como paneles solares y cubiertas blancas.

En seguridad, Centro Norte marca un nuevo estándar en la industria: vigilancia 24/7 conectada a central de monitoreo, acceso controlado con triple validación, porteras blindadas, pilonas hidráulicas, cañones de humo, detectores de humo y un completo sistema contra incendios con brigada y carro propio.

Además, incorpora áreas verdes, casino concesionado, multicancha, quincho y servicios para transportistas, reafirmando

la visión de BFC: desarrollar espacios logísticos integrales, sostenibles y de clase mundial.

30 AÑOS DE LIDERAZGO Y RECONOCIMIENTO

A lo largo de sus tres décadas de historia, Bodenor Flexcenter ha consolidado un liderazgo indiscutido en el desarrollo de parques logísticos de clase mundial, distinguiéndose no solo por su excelencia en infraestructura, sino también por su compromiso con las buenas prácticas corporativas.

Este 2025, ese compromiso ha sido nuevamente reconocido: la compañía fue distinguida como una de las Mejores Empresas Pagadoras de Chile, en la categoría Transporte, un reconocimiento que destaca su liderazgo en el pago oportuno a proveedores pyme y su rol activo en la construcción de relaciones justas, transparentes y sostenibles con sus socios estratégicos.

“Cumplir 30 años siendo un socio estratégico para nuestros clientes y proveedores es motivo de orgullo. Este reconocimiento viene a conmemorar una trayectoria de trabajo responsable, transparente y comprometido con las pymes.

Ser distinguidos por nuestras buenas prácticas financieras, especialmente en un año en que comenzamos la construcción de

nuestro decimotercer Parque Logístico Centro Norte, en Quilicura, reafirma que el crecimiento sostenible solo es posible cuando lo hacemos junto a nuestros aliados”, señala Fernando Ureta, Gerente General de Bodenor Flexcenter.

El premio, otorgado por la Bolsa de Productos de Chile y la Asociación de Emprendedores de Chile (ASECH), distingue a las compañías que mantienen una conducta ejemplar en sus prácticas de pago hacia las pymes, fortaleciendo el tejido empresarial y promoviendo una cultura de responsabi-

Fernando Ureta
Gerente General
Bodenor Flexcenter





lidad financiera. En un escenario donde la liquidez y la gestión eficiente del capital de trabajo son esenciales para la continuidad de las pequeñas y medianas empresas, Bodenor Flexcenter ha demostrado que la sostenibilidad no solo se construye con infraestructura, sino también con relaciones basadas en la confianza y la colaboración.

Gracias al compromiso transversal de todas las áreas de la compañía, Bodenor Flexcenter ha implementado medidas concretas para reducir los tiempos de pago y optimizar la experiencia de sus proveedores.

Entre ellas destacan la digitalización de procesos administrativos, el monitoreo activo del ciclo de pagos y una política ágil de apoyo financiero a proveedores, diseñada para garantizar una gestión eficiente y oportuna.

Estas acciones han permitido reducir el plazo promedio de pago desde 30 a 18 días, contados desde la emisión de la fac-

tura, una mejora significativa que refleja la madurez organizacional y el compromiso genuino con la mejora continua.

“Como parte de nuestro plan de sostenibilidad, buscamos ser un cliente confiable, ágil y comprometido con el desarrollo de nuestros proveedores. La digitalización ha sido clave para fortalecer la trazabilidad del proceso y mantener una gestión activa en la liberación de pagos, lo que nos ha permitido apoyar a nuestros socios estratégicos en su crecimiento y estabilidad”, destaca Ureta.

La meta hacia 2026 es seguir avanzando en esta misma línea, optimizando la gestión de los estados de pago provenientes de subcontratos asociados a la construcción de nuevos parques logísticos. Este enfoque refuerza una visión corporativa que entiende la sostenibilidad como un ecosistema de colaboración, donde cada aliado -grande o pequeño- aporta al desarrollo de una industria más sólida, ética y moderna.

Con esta distinción, Bodenor Flexcenter reafirma que su liderazgo no se mide solo en metros cuadrados construidos, sino en la solidez de las relaciones que sostiene con quienes hacen posible cada proyecto. Una empresa que, tras 30 años de historia, sigue demostrando que el crecimiento responsable comienza por cumplir con quienes confían en ella.

MIRANDO AL FUTURO

Bodenor Flexcenter es hoy una empresa madura, con visión estratégica, que ha sabido acompañar la evolución del e-commerce, la tecnología y la logística moderna.

Su mirada al futuro está enfocada en continuar desarrollando soluciones que impacten positivamente a sus clientes, al entorno y al país.



SCAN QR E INGRESA A
MTVLOG.CL

MULTITRANSPORTES (MTV): TECNOLOGÍA Y SEGURIDAD QUE BLINDA CADA KILÓMETRO DE LA CARGA

LA EMPRESA HA HECHO DE LA SEGURIDAD SU SELLO DISTINTIVO. CON UN ECOSISTEMA TECNOLÓGICO PIONERO EN CHILE QUE INCLUYE CANDADOS SATELITALES CON CÁMARA, ESCOLTAS HÍBRIDAS Y UN CENTRO DE MANDO Y MONITOREO, LA COMPAÑÍA REDEFINE LOS ESTÁNDARES DEL TRANSPORTE TERRESTRE. A ESTO SE SUMA MTVLOG, UNA INNOVADORA APLICACIÓN QUE ENTREGA A LOS CLIENTES RESPUESTA INMEDIATA Y CONTROL TOTAL SOBRE SUS OPERACIONES LOGÍSTICAS.

¿Dónde está mi carga? ¿Qué ocurrió durante el trayecto? Son preguntas que día a día marcan a la industria del transporte y que reflejan una de las principales preocupaciones de los clientes: la seguridad. Transportar mercancías ya no es solo mover productos de un punto a otro, sino también proteger el patrimonio de las empresas, la integridad de los conductores y la confianza que sostiene la relación comercial.

En Chile, este desafío es hoy más crítico que nunca: llegar a destino ya no basta, es indispensable llegar de manera segura. Una pérdida trasciende lo material y afecta la continuidad del negocio, así como la reputación de quienes dependen de la logística como un eslabón clave.

En este contexto, Multitransportes (MTV) ha definido su propuesta de valor: poner la seguridad en el centro de su propuesta de valor. Con más de 10 años de experiencia en servicios logísticos, la compañía entiende que la tecnología no es un

accesorio, sino la base de un modelo de transporte capaz de garantizar eficiencia, control y confianza. Herramientas como candados satelitales, torres de monitoreo, GPS y protocolos de emergencia no solo fortalecen la operación, sino que también establecen un estándar de seguridad que le ha permitido consolidarse como un referente en el mercado nacional.

“El enfoque nuestro es la seguridad de la carga de nuestros clientes. Si escogen nuestro servicio es porque buscan tranquilidad: garantizamos que la carga que sale del puerto llegue a destino sin problemas”, comenta Marco Retamales, líder del Centro de Mando y Control de Multitransportes.

Marco Retamales
Centro Mando y Control
Multitransportes



Esta mirada integral ha llevado a la compañía a ofrecer un abanico de soluciones que abarcan transporte de carga fija, suelta y general, con especialización en mercancías peligrosas bajo normativa IMO, así como en el movimiento de contenedores de 20 y 40 pies,

desconsolidación de carga, operaciones con grúa y almacenamiento en recintos vigilados las 24 horas.

La empresa responde así a las necesidades de transporte y logística de distintos segmentos industriales, entre ellos pinturas, repuestos automotrices, tecnología y cargas sobredimensionadas, incluso con operaciones en camiones ¾. Para garantizar continuidad y calidad, mantiene convenios estables con transportistas dedicados, construyendo relaciones de confianza que fortalecen el servicio y consolidan su posición como un socio estratégico para las empresas que exigen seguridad, eficiencia e innovación en cada trayecto.

UN ECOSISTEMA DE SEGURIDAD

Para MTV, la seguridad no es un complemento, sino la columna vertebral de toda su operación. Bajo esa premisa, la compañía ha diseñado un ecosistema tecnológico integral que permite blindar cada uno de los traslados, entregando confianza tanto a los clientes como a los conductores, anticipándose a los riesgos y dando respuesta inmediata frente a cualquier eventualidad.

En el corazón de este modelo se encuentra la torre de control, un centro de mando que opera con diversas plataformas GPS para garantizar trazabilidad completa, visibilidad constante y monitoreo en tiempo real de cada trayecto. Desde allí, un equipo especializado supervisa cada movimiento de la carga, detecta posibles desvíos, identifica situaciones críticas y activa protocolos de emergencia definidos previamente.

Uno de los grandes diferenciales de Multitransportes es la incorporación de tecnologías pioneras en Chile, como el candado satelital con cámara integrada. Este dispositivo no solo asegura físicamente la carga, sino que también registra imágenes y transmite información en línea durante el trayecto, generando alertas inmediatas ante intentos de apertura indebida y entregando evidencia visual de cada movi-

miento. Se trata de un “vigilante digital” que eleva los estándares de control y marca una diferencia concreta frente a lo que hoy existe en el mercado nacional.

“El candado GPS JT701 es una cerradura electrónica inteligente cuya función principal es el seguimiento del equipo para prevenir el robo de carga en contenedores, remolques, camiones refrigerados, etc. Dadas sus características de diseño, tecnologías y resistencia, el candado garantiza un control total de los activos y de la cadena logística”, afirma el ejecutivo.

El cliente tiene la posibilidad de supervisar el traslado en línea y, una vez que el vehículo llega a destino, abrir el candado de forma remota. El dispositivo incorpora comunicación 4G, doble tarjeta SIM, resistencia al agua, batería de larga duración (15000 mAh), diseño antirrobo y una fácil instalación.

“La plataforma de visualización no solo permite verificar la triangulación del dispositivo en tiempo real, sino que también entrega cartografía actualizada, informa el

estado de la cuerda, la batería disponible, la posición de los vehículos y la georreferenciación”, complementa Retamales.

A esta innovación se suma además un modelo de escolta híbrida, que combina vigilancia presencial con escolta digital. Mientras el acompañamiento físico refuerza la seguridad en ruta, la escolta digital permite un seguimiento remoto, notificando la ubicación de la carga mediante reportes periódicos en intervalos cortos y alertando cualquier situación anómala.

MTVLOG: RESPUESTA ÁGIL PARA EL MOVIMIENTO DE CARGA

Multitransportes ha dado un paso más en su compromiso con la seguridad y la eficiencia. La compañía lanzó recientemente MTVLOG, una aplicación diseñada para responder de manera inmediata a las necesidades de emergencia de los clientes en cuanto al movimiento de carga. Esta herramienta nace para complemen-

tar su propuesta de valor, entregando a los clientes un canal ágil y confiable que facilita la gestión y el seguimiento de sus operaciones, fortaleciendo la continuidad y la seguridad de los procesos logísticos. MTVLOG responde a una visión de innovación aplicada, donde seguridad y eficiencia son dos caras de una misma moneda.



Con el sistema “Mueve Tu Carga” usted podrá solicitar rápidamente el servicio de transporte de unidades de 20" y 40" del tipo Dry e Imo, hacia la región metropolitana y sus alrededores.



Con esta app, MTV no solo incorpora tecnología, sino que también redefine la relación con sus clientes, ofreciendo una herramienta digital que aporta tranquilidad, inmediatez y control en cada movimiento de carga.

Es, en definitiva, un paso firme hacia la construcción de una logística más conectada, transparente y segura en Chile.





FELIPE SANDOVAL
DIRECTOR SUPPLY CHAIN EN THE BLUE COMMERCE,
SOCIO SUPPLY CHAIN COUNCIL

HABILIDADES DIGITALES EN SUPPLY CHAIN: ESTADO ACTUAL Y BRECHAS EN LATINOAMÉRICA. AMÉRICA LATINA ENFRENTA UN PANORAMA CRÍTICO EN COMPETENCIAS DIGITALES PARA SUPPLY CHAIN Y LOGÍSTICA, CON DÉFICITS EN PROFESIONALES ESPECIALIZADOS Y 77% EN ANALYTICS E INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMPARADO CON REFERENTES INTERNACIONALES.

Este artículo busca generar una conversación sobre las brechas digitales para determinar la oportunidad de mejora con respecto a referentes como Estados Unidos, Europa y Asia Emergente. Para ello se ha recurrido a fuentes académicas, de gobiernos, de organismos y consultoras internacionales para estimar porcentajes de impacto.

Naturalmente, se espera una brecha por tamaño de economía y desarrollo. No obstante, se hace un llamado a la oportunidad para generar conversaciones público, privadas y academia que aprovechen la ventana de oportunidad que ofrece la digitalización y la IA.

El análisis en LATAM se realiza con algunas de las principales economías de LATAM: Chile, Argentina, Perú, Brasil, Colombia y México.

BRECHAS POR PAÍS

El diagnóstico regional revela disparidades entre las principales economías analizadas. Perú, Brasil y Argentina muestran los gaps mayores en profesionales especializados en supply chain y analytics e IA.

México, a pesar de su posición estratégica para nearshoring (oportunidad de USD 35,000 millones anuales), igualmente presenta gaps en estas áreas, aunque Chile emerge como líder regional con las menores brecha.

Estados Unidos mantiene ventaja competitiva sustancial con un alto número de empresas implementando partnerships efectivos industria-academia, comparado con América Latina. El MIT Center for Transportation & Logistics ejemplifica este modelo exitoso, educando profesionales desde 1998.

Europa se caracteriza por integración regional con alta presencia de partnerships industria-academia y liderazgo en sustainability integration (ESG) con 85% de implementación. Asia lidera en tecnologías

disruptivas con 92% de empresas implementando formación en IA y analytics, comparado con solo 28% en América Latina.

NECESIDADES EN NUESTRAS ORGANIZACIONES

Tomando el análisis realizado por McKinsey "Transforming supply chains: Do you have the skills to accelerate your capabilities?" de 2022, se obtiene una alta necesidad de skills digitales en supply chain. Las encuestas se llevaron a cabo a nivel global y nos pueden orientar donde están las oportunidades.

DESTACAMOS 3 TAKE AWAYS

Brecha de talento digital: Las empresas enfrentan dificultades para desarrollar las capacidades digitales necesarias en las cadenas de suministro modernas. El 99% de los encuestados necesita más talento interno en cadenas de suministro digitales.

Recapacitación y reasignación: Las organizaciones están enfocándose en recapacitar a su fuerza laboral (55%) y contratar nuevo talento (52%) para abordar las brechas de capacidades.

Desarrollo de habilidades digitales: El conocimiento sobre temas digitales tiene un promedio de 40%, inferior al de temas tradicionales de cadenas de suministro (46%). Los ejecutivos senior y líderes intermedios muestran mayor dominio de habilidades digitales en comparación con empleados junior.

ECOSISTEMA EDUCATIVO

Solo el 50.3% de la región cuenta con programas universitarios en supply chain management, siendo Chile el mejor posicionado. La Red MIT SCALE en América Latina, establecida en 2008, representa excelencia educativa pero limitada escala.

Las barreras sistémicas incluyen baja inversión en capacitación (45.7% regional), alta informalidad laboral (hasta 50% población trabajadora) e inversión limitada en I+D: Colombia 0.3%, México 0.5% y Brasil 1.2% del PIB.

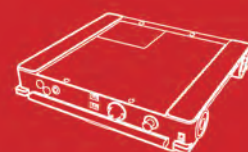
Las certificaciones profesionales emergen como estrategia más prioritaria, combinando alto impacto con menor complejidad de implementación. La implementación de cultura data-driven es fundamental para procesos de transformación digital y adopción de IA, más necesita inversión sistemática en analytics e IA.



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



DANIELA ZULETA
SOCIA DE WINS

REINVENTAR LA CADENA DE SUMINISTRO: RESILIENCIA, SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN EN TIEMPOS INCIERTOS. EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, LA CADENA DE SUMINISTRO GLOBAL HA ENFRENTADO DESAFÍOS SIN PRECEDENTES, QUE HAN PUESTO EN EVIDENCIA SU FRAGILIDAD Y LA NECESIDAD DE ADAPTACIÓN CADA VEZ MÁS RÁPIDA, LO QUE HA DESAFÍO A LAS EMPRESAS, GOBIERNOS Y PROFESIONALES A REINVENTAR SUS PROCESOS, ASÍ COMO SUS OPERACIONES, BUSCANDO SOLUCIONES ALTERNATIVAS.

En nuestro caso, Chile, como país abierto al comercio internacional y con una economía altamente dependiente de exportaciones, enfrentamos una convergencia de desafíos: desde factores globales como tensiones geopolíticas y crisis climática, hasta limitaciones locales en infraestructura, digitalización y dependencia de mercados. Aunque existen señales positivas de inversión y modernización, la transición hacia una cadena de suministro más ágil y resiliente aún debe acelerar.

Las múltiples dificultades que enfrentamos hoy requieren una mirada estratégica y colaborativa para superarlas, una inversión en infraestructura, la adopción de tecnologías digitales, la diversificación de mercados y la gestión sostenible del recurso hídrico son elementos clave.

El aumento de inventario ayuda, y quedó en evidencia al momento de afrontar eventos como la pandemia, pero con el incremento de los costos que eso significa que, si no somos capaces de regularlo, el impacto económico solo crecerá, así como las ineficiencias y pérdidas.

Vivir en la contingencia no puede ser el desde, no debe ser la forma de vivir la cadena de suministro. La pandemia nos enseñó a actuar con rapidez y adaptarnos a un mundo cambiante sin ninguna certeza, y esa habilidad no la podemos perder.

Además debemos sumar la sostenibilidad, y no solo con una mirada en los focos ambientales y sociales, sino también a integrar prácticas responsables económicamente para construir cadenas que sean resilientes, éticas y eficientes a largo plazo. Este foco económico si bien se centra en la eficiencia operacional, debe ser sin comprometer valores éticos, pero prepararnos para mitigar interrupciones en la cadena de suministros, ya sea

por desastres naturales, conflictos, cambios en las regulaciones o en la demanda por modificaciones en las necesidades de los consumidores, que además cada día valoran más la transparencia y el compromiso.

La propuesta para este punto es partir por diversificar proveedores que permita reducir riesgos de continuidad operacional, pero que también puede ser una oportunidad para identificar eficiencias. Además, se deben implementar procesos de innovación para adaptarse a los cambios, ya sean geopolíticos, económicos, regulatorios o ambientales; sin dejar de lado la gestión de inventarios para evitar sobreproducción, aumento en los costos, sobre inventarios, mermas y todo lo que esto implica.

Las claves para avanzar hacia una cadena sostenible, es medir la huella de cada etapa del proceso, optimizarla y repensarla frecuentemente. Seleccionar también proveedores responsables y construir con ellos relaciones a largo plazo, donde sean realmente socios estratégicos. Además, realizar inversiones en tecnología como IoT, IA, trazabilidad, entre otras, que permitan la gestión de data, así como tener elementos de análisis rápido y a la mano para la toma de decisiones. En esta línea, también es clave capacitar a los equipos en sostenibilidad y pensamiento sistémico, crítico e innovación, así como nuevas prácticas y procesos sostenibles para contar con procesos sustentables y perdurables, pero también para mirar los procesos como un ciclo continuo que nos permita pensar fuera de la caja y unir todo en un círculo virtuoso de economía y responsabilidad.

Hoy estamos más que nunca en un ambiente cambiante y altamente desafiante que nos lleva a pensar distinto más allá de las estructuras y los límites conocidos. La introducción de la IA debe impulsarnos a ir más allá de nuestras propias estructuras mentales, lo que hace fundamental conocer nuestros límites, nuestras barreras, así como nuestras fortalezas y la de nuestros equipos con una estructura que incentive el pensamiento creativo, pero también crítico.

Cuestionarse los estándares, los procesos, los procedimientos y las ideas, es más que nunca la clave para poder gestionar el cambio en un ambiente sin certezas, donde la clave es gestionar una cadena de suministro cada día más desafiante desde la innovación del pensamiento crítico.



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





JORGE HERNÁNDEZ
DIRECTOR MASTER EN SUPPLY CHAIN MANAGEMET UAI.

LA NUEVA REVOLUCIÓN EN LAS CADENAS DE SUMINISTRO: GESTIÓN ESTRATÉGICA EFICIENTE PARA ADAPTARSE A LAS EXIGENCIAS DEL MERCADO Y DOMINAR EL FUTURO. LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO HA EVOLUCIONADO RÁPIDAMENTE, CONVIRTIÉNDOSE EN UN ELEMENTO CRUCIAL PARA COMPETIR Y PROSPERAR EN UN MERCADO CADA VEZ MÁS EXIGENTE.

Las empresas líderes a nivel mundial como son: Amazon, DHL, UPS, Maersk, Coca-Cola, entre muchas más, están ya incorporando conceptos avanzados de Supply Chain Management, abarcando resiliencia, sostenibilidad y capacidad de adaptación a un entorno global en constante cambio. La geopolítica, las tensiones comerciales, conflictos y cambios regulatorios afectan profundamente la planificación de la cadena de suministro, generando incertidumbre y disrupciones.

Así, por ejemplo, la crisis del Canal de Suez en 2021 mostró cómo eventos imprevistos pueden detener cadenas completas, poniendo en evidencia la necesidad de innovar y fortalecer la resiliencia. Además, la dependencia de recursos energéticos como Petróleo y Gas, impacta en costos y competitividad. Adaptarse a estos desafíos es esencial para gestionar riesgos y aprovechar oportunidades en contextos impredecibles.

Es importante destacar que shocks recientes, como la pandemia global, la guerra en Ucrania y desastres naturales, han evidenciado la vulnerabilidad global de las cadenas de suministro. Por ejemplo, la pandemia provocó interrupciones en producción y transporte a niveles sin precedentes. Las guerras en todo el mundo limitan el acceso a materias primas y energía, y las crisis climáticas impactan con inundaciones, huracanes y sequías, lo que evidencia que el cambio climático se ha convertido en un eje central en la gestión de las cadenas de suministro.

Por lo tanto, ahora más que nunca, el concepto de resiliencia en la cadena de suministro resulta clave para la supervivencia y el éxito de las empresas, requiriendo estrategias flexibles y proactivas. La visión estratégica y el liderazgo visionario en la organización son fundamentales para fomentar culturas de anticipación y adaptación.

Para enfrentar estos retos, las compañías aplican diversas estrategias: diversificar proveedores

para reducir dependencia de zonas específicas, fortaleciendo su resiliencia. La colaboración estrecha con proveedores y clientes permite compartir información valiosa y optimizar procesos, fomentando la sostenibilidad.

La resiliencia en el diseño de la cadena ayuda a resistir y recuperarse rápidamente ante disrupciones. La analítica de datos, mediante inteligencia artificial y machine learning, prevé demandas, optimiza inventarios y mejora decisiones. La economía circular, basada en la reutilización, reparación y reciclaje, reduce residuos y extiende la vida útil de los productos. La trazabilidad, con tecnología blockchain, asegura la autenticidad y seguridad a lo largo de toda la cadena.

La capacidad de las cadenas de suministro para afrontar entornos dinámicos y disruptivos se ha convertido en un elemento estratégico. La fortaleza para adaptarse rápidamente a cambios bruscos y a desafíos imprevistos es fundamental. La habilidad de anticiparse, gestionar múltiples frentes disruptivos y mantener la continuidad operativa define la competencia de las cadenas modernas.

El aumento en la demanda de transparencia y sostenibilidad ha llevado a que las empresas refuercen sus capacidades de respuesta ante cualquier tipo de disrupción. La innovación tecnológica impulsa estas capacidades, permitiendo la rápida reconfiguración de cadenas, mejorando la eficiencia y protegiendo a los consumidores de errores y fraudes. La estrategia de las cadenas de suministro contribuye a fortalecer la reputación y la participación en el mercado, además de abrir nuevas oportunidades en productos y procesos ecológicos.

En retail, la optimización de distribución y control de inventarios mejora la experiencia del cliente y reduce costos. Los puertos avanzan en eficiencia logística para facilitar el comercio internacional. En alimentos, la trazabilidad garantiza calidad y seguridad alimentaria. La gestión responsable de recursos naturales en minería y forestería minimiza el impacto ambiental.

La innovación tecnológica impulsa tendencias y eficiencia, y en salud, una gestión avanzada de suministros salva vidas. Los líderes en estos sectores deben promover estas buenas prácticas en todos los niveles, priorizando sostenibilidad y resiliencia.

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



Escanear el
QR para más
información.



 **PATIO INDUSTRIAL**

Si necesitas asesorías comunícate con nosotros
contacto@patio.cl | +56 9 7722 4832 | www.patio.cl



SCAN QR O INGRESA A
FRIOSAN.CL

FRIOSAN: UN ALIADO ESTRATÉGICO QUE ELEVA EL ESTÁNDAR DE LA LOGÍSTICA DE FRÍO

CON TECNOLOGÍA DE PUNTA, PROCESOS AUTOMATIZADOS Y UN ENFOQUE SUSTENTABLE, FRIOSAN SE POSICIONA COMO UN OPERADOR CONFIABLE QUE PRIORIZA LA EFICIENCIA, LA PRECISIÓN Y LA GESTIÓN INTEGRAL DE LA CADENA DE FRÍO, DEMOSTRANDO QUE LA VERDADERA DIFERENCIACIÓN NO ESTÁ EN EL PRECIO, SINO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO.

En las últimas dos décadas, la industria de la logística en frío en Chile ha experimentado un dinamismo pocas veces visto: crecimiento acelerado del consumo de congelados, la llegada de nuevos actores internacionales, movimientos empresariales de gran escala e importantes apuestas tecnológicas. Sin embargo, este desarrollo ha estado acompañado de un fenómeno poco virtuoso: el “canibalismo” de precios que ha tensionado a todo el sector y ha puesto en riesgo la sostenibilidad de muchas operaciones.

En este escenario, FRIOSAN ha decidido seguir un camino diferente. Lejos de entrar en la guerra de tarifas, la compañía ha apostado por un modelo de negocio en el que la calidad de servicio, la eficiencia operativa y la innovación tecnológica son su verdadero sello diferenciador. La decisión ha tenido un efecto claro: sus clientes no los ven como un simple proveedor, sino como un aliado estratégico de sus operaciones.

“En FRIOSAN creemos que la logística de frío no se trata solo de almacenar productos congelados, sino de dar certeza y confianza a nuestros clientes. Lo que entra a nuestras cámaras será gestionado con control, precisión y eficiencia”,

asegura **Alan Denton Gana, Gerente General de FRIOSAN.**

SERVICIO, LA VERDADERA DIFERENCIA

En FRIOSAN, la eficiencia y la confianza de los clientes se logran ofreciendo un servicio integral de excelencia. La compañía ha consolidado su liderazgo gracias a un Centro de Distribución Automatizado, pionero en el país, que permite un control total de inventarios, optimización de stock, reducción de mermas y tiempos de respuesta más ágiles, asegurando que cada operación se realice con precisión y flexibilidad.

Además, la compañía combina esta eficiencia con un modelo sustentable: sistemas de refrigeración basados en CO₂, que reducen en más del 30% el consumo energético y la huella de carbono, y la certificación LEED que respalda su compromiso con la construcción sostenible.

“Nuestra palabra vale: los productos serán controlados y bien gestionados. Las certificaciones nos avalan y gracias a ello hoy somos un operador sustentable”, comenta Alan Denton.

Alan Denton G.
Gerente General
Friosan



De esta manera, la empresa confirma que lo barato puede salir caro: elegir un proveedor solo por precio puede generar pérdidas y errores operativos, mientras que optimizar inventarios, gestionar correctamente el stock y aprovechar la tecnología son las verdaderas formas de reducir costos y mejorar la operación logística.

CRECIMIENTO IMPULSADO POR LA CONFIANZA

El resultado de esta estrategia ha sido claro: mientras otros jugadores se desgastan compitiendo por precio, FRIOSAN ha construido relaciones sólidas con clientes que valoran un servicio confiable y de calidad.

Esa confianza ha sido la base para iniciar un plan de expansión que contempla la inclusión de servicios de transporte para los canales de Retail y Distribuidores para regiones (La Serena a Puerto Montt), contando con una flota (joint Venture) de una empresa de transporte con equipos multi temperaturas que lleva más de 20 años en el mercado.

De esta manera, FRIOSAN ofrece un servicio integral a sus clientes, logrando realizar la cadena de suministro desde que llegan al CD y se entrega al cliente (pasando por los distintos procesos de la gestión del SCM)

“Hoy crecemos porque nuestros clientes han entendido nuestra propuesta: no somos los más baratos, pero sí los más eficientes y confiables. Esto nos ha permitido diferenciarnos y proyectar el futuro con solidez. Damos la importancia a todos nuestros clientes, independiente del volumen que manejen, ya que esto en algunos operadores es un factor que ha propiciado la migración (de clientes) buscando mejorar el servicio”, comenta Alan.

Por tanto, lo que diferencia a FRIOSAN de otros operadores no es solo su infraestructura o tecnología, sino su enfoque colaborativo. La compañía trabaja codo



a codo con sus clientes para identificar oportunidades de mejora en sus procesos logísticos, optimizando el layout del CD, gestionando inventarios de manera más inteligente y reduciendo desperdicios y mermas.

INNOVACIÓN Y EFICIENCIA CON RESULTADOS

En un sector presionado por la reducción de tarifas, FRIOSAN ha demostrado que la rentabilidad y la eficiencia no dependen del precio, sino de un servicio de calidad, respaldado por tecnología avanzada y prácticas sustentables.

La compañía no solo almacena productos congelados: protege la operación de sus clientes, asegura su stock, optimiza la logística y acompaña su crecimiento. Gracias a los sistemas implementados, a su tecnología y capacidad de análisis, FRIOSAN ayuda a sus clientes a anticipar

riesgos, reducir errores operativos y tomar decisiones estratégicas que impactan directamente en su rentabilidad.

Este enfoque integral convierte a FRIOSAN en un aliado estratégico sólido en la logística de frío, asegurando operaciones óptimas y maximizando el valor de cada servicio y cada producto que pasa por sus instalaciones.

Detrás de cada operación está el compromiso de un equipo altamente especializado. Por ello, la compañía invierte de manera constante en la capacitación de su personal, promoviendo una cultura de seguridad, precisión y mejora continua.

La digitalización también es un pilar de su estrategia. Herramientas de análisis en tiempo real, sistemas de trazabilidad y plataformas de comunicación directa con clientes permiten una operación más transparente y colaborativa, en la que cada indicador es monitoreado y convertido en información útil para la toma de de-

cisiones. FRIOSAN no se limita a responder a las demandas actuales del mercado: trabaja anticipadamente en soluciones que eleven la competitividad de sus clientes en un entorno cada vez más exigente. Desde la incorporación de nuevas tecnologías de automatización, hasta el desarrollo de estrategias conjuntas de eficiencia energética y sustentabilidad, la empresa avanza con una mirada de largo plazo.

FRIOSAN demuestra que el verdadero liderazgo se construye sobre confianza, tecnología, personas y resultados medibles, marcando un estándar que redefine la logística en Chile y que inspira a toda la industria a evolucionar con visión estratégica.





SCAN QR E INGRESA A
HXGN.BIZ/REVTL

CINCO TENDENCIAS QUE ESTÁN REVOLUCIONANDO LA GESTIÓN DE FLOTAS EN LATINOAMÉRICA

LA LOGÍSTICA EN LATINOAMÉRICA ENFRENTA UNA TRANSFORMACIÓN MARCADA POR LA DIGITALIZACIÓN, LA EFICIENCIA Y LA SOSTENIBILIDAD. EN ESTE CONTEXTO, HEXAGON SE POSICIONA COMO UN IMPULSOR CLAVE DE LA NUEVA GESTIÓN DE FLOTAS, INTEGRANDO TECNOLOGÍA, DATOS Y VISIÓN ESTRATÉGICA PARA QUE LAS EMPRESAS DE LA REGIÓN ENFRENTEN CON ÉXITO LOS RETOS DEL TRANSPORTE MODERNO.

En el mundo actual, la logística se ha transformado en un eslabón estratégico para la competitividad de las empresas. Si antes era vista como un área operativa encargada de mover productos de un punto a otro, hoy ocupa un rol protagónico en la creación de valor, en la satisfacción de los clientes y en la sostenibilidad de los negocios. América Latina no es la excepción: con mercados cada vez más exigentes, cadenas de suministro complejas y consumidores hiperconectados, la región enfrenta un proceso de modernización acelerada que depende en gran medida de la capacidad de sus empresas para gestionar sus flotas con inteligencia y tecnología.

Los retos no son menores. La geografía extensa y diversa, los altos costos logísticos, la volatilidad de los precios del combustible, la necesidad de garantizar la seguridad en carretera y la creciente presión por reducir las emisiones hacen que la operación de transporte se enfrente a una complejidad inédita. A esto se suma un consumidor que exige rapidez, trazabilidad y transparencia, lo que obliga a las compañías a dar un salto hacia un modelo de gestión más avanzado.

En este escenario, la digitalización y la adopción de nuevas tecnologías marcan un antes y un después. Soluciones como la telemetría, el Internet de las Cosas (IoT),

la analítica de datos y las plataformas de gestión de activos empresariales (EAM) han dejado de ser opcionales para convertirse en el núcleo de una logística moderna, ágil y sostenible. Su aporte no se limita a mejorar la eficiencia: permiten anticipar problemas, tomar decisiones basadas en datos, extender la vida útil de los activos y optimizar recursos en tiempo real.

Pero la transformación tecnológica por sí sola no basta. "Las empresas requieren de un aliado estratégico que entienda el contexto de la región, que las guíe en la integración de soluciones y que convierta a la gestión de flotas en una verdadera palanca de competitividad.

Ese rol lo cumple Hexagon, compañía global que se ha posicionado como un referente en innovación para el transporte y la logística, impulsando a organizaciones de toda Latinoamérica a elevar sus estándares operativos y prepararse para los desafíos del futuro", afirma Nicolás Lüders, Industry Consultant de Hexagon

Con esta visión, la compañía identifica y acompaña a sus clientes en la adopción

de las tendencias que están marcando la diferencia en la región.

1. MANTENIMIENTO PREDICTIVO: ANTICIPARSE ES LA CLAVE

El mantenimiento correctivo, basado en reparar solo cuando ocurre la falla, genera pérdidas millonarias. Un vehículo detenido significa entregas retrasadas, clientes insatisfechos y costos inesperados. Por eso, el mantenimiento predictivo se ha convertido en una de las principales apuestas de la logística moderna. A través del análisis de datos históricos y en tiempo real, esta práctica permite programar intervenciones antes de que surja el problema, reduciendo tiempos de inactividad y costos asociados. Hexagon impulsa esta tendencia integrándola en la gestión global de activos, asegurando que cada unidad de la flota esté disponible cuando más se necesita.

2. TELEMÁTICA E IOT: CONECTIVIDAD PARA GANAR VISIBILIDAD

La conectividad ya no es un lujo, es un requisito. Gracias a la telemática y al Internet de las Cosas (IoT), cada vehículo se convierte en una fuente de información vital.

Nicolás Lüders
Industry Consultant
Hexagon



Localización en tiempo real, alertas de seguridad, rendimiento del motor, hábitos de conducción: todo puede medirse y gestionarse desde un sistema central.

"La propuesta de Hexagon integra estos datos dentro de un ecosistema de gestión que facilita decisiones rápidas, reduce riesgos en carretera, optimiza rutas y aumenta la seguridad de conductores y mercancías. En un entorno donde cada minuto cuenta, tener esta visibilidad marca la diferencia entre cumplir o no con la promesa al cliente", asegura Lüders.

3. ANALÍTICA AVANZADA: DE LOS DATOS A LAS DECISIONES

El transporte genera enormes volúmenes de información. Pero de nada sirve acumular datos si no se traducen en acciones concretas. Aquí entra en juego la analítica avanzada, que permite identificar anomalías, detectar patrones de consumo, evaluar desempeño y planificar inversiones con una visión estratégica.

Hexagon promueve el uso de reportes avanzados y herramientas de business intelligence que convierten la información en un activo tangible para la organización.

En un entorno de volatilidad, contar con esta claridad es fundamental para reducir riesgos, mejorar la resiliencia y fortalecer la competitividad.

4. GESTIÓN DE COMBUSTIBLE: EFICIENCIA Y SOSTENIBILIDAD

En la estructura de costos de una flota, el combustible representa uno de los rubros más significativos. Además, su impacto en la huella ambiental lo convierte en un tema estratégico para las compañías que buscan avanzar hacia operaciones más sostenibles.

Las soluciones de gestión avanzada de Hexagon permiten monitorear el consumo en detalle, comparar entre vehículos y conductores, gestionar inventarios y proyectar necesidades. Esto no solo se traduce en ahorros importantes, sino también en una operación más eficiente y alineada con los compromisos ambientales de la industria.

5. OPTIMIZACIÓN DE NEUMÁTICOS: SEGURIDAD Y AHORRO EN CADA KILÓMETRO

Aunque muchas veces se pasa por alto, los neumáticos representan un factor determinante en la seguridad, los costos y el rendimiento de una flota. Las prácticas modernas incluyen análisis de desgaste, gestión de recauchutados y benchmarking

entre marcas para maximizar su vida útil. La visión de Hexagon integra esta gestión dentro del ciclo de vida de los activos, ayudando a las empresas a tomar decisiones inteligentes sobre reemplazos y mantenimiento. El resultado: mayor seguridad en carretera, menores costos y operaciones más confiables.

La industria del transporte y la logística en Latinoamérica vive un momento decisivo. La presión por innovar y mantenerse competitiva exige dar un salto tecnológico que no siempre es sencillo. “No se trata solo de implementar herramientas, sino de integrarlas en una estrategia que abarque toda la operación y prepare a las empresas para un futuro de mayor complejidad”, comenta el ejecutivo.

Hexagon se posiciona como ese impulsor de la transformación, combinando soluciones tecnológicas de clase mundial con un acompañamiento cercano y una visión integral de la gestión de activos. Su propuesta va más allá de la digitalización: busca convertir a la logística en una ventaja estratégica para las organizaciones que apuestan por crecer de manera sostenible, segura y rentable.





SCAN QR O INGRESA A
ID-LOGISTICS.COM/CL

ID LOGISTICS Y EL NUEVO PULSO DEL CONSUMO MASIVO: LOGÍSTICA GLOBAL, SOLUCIONES LOCALES

CON OPERACIONES EN 19 PAÍSES Y UN ENFOQUE ÁGIL, SOSTENIBLE Y PERSONALIZADO, ESTE OPERADOR LOGÍSTICO SE CONSOLIDA COMO UN SOCIO ESTRATÉGICO PARA LAS MARCAS DE CONSUMO MASIVO, COMBINANDO EFICIENCIA GLOBAL CON SOLUCIONES LOCALES ADAPTADAS A CADA MERCADO, BASADAS EN LA INNOVACIÓN, LA CERCANÍA COMERCIAL, LAS TECNOLOGÍAS Y LA FLEXIBILIDAD.

En un rincón del mundo, una gran marca redefine su portafolio de productos para responder a consumidores cada vez más conscientes. A miles de kilómetros, esa misma empresa busca acelerar sus tiempos de entrega, reducir su huella de carbono y mantenerse competitiva en un mercado que exige velocidad y flexibilidad.

Entre ambos puntos está ID Logistics, un actor clave en el proceso de transformación del sector de consumo masivo (FMCG), gracias a su mirada global de las operaciones y la logística. Y en el centro de esa estrategia está Guillaume Delaval, FMCG & Industry Market director de la compañía, quien ha recorrido distintos mercados para entender, de primera fuente, cómo está cambiando la industria y cómo debe responder la logística para no quedarse atrás. “Desde el inicio, ID Logistics ha trabajado con grandes empresas de consumo, retail y e-Commerce.

Nuestra meta siempre ha sido replicar un mismo nivel de servicio en cada país donde operamos. Para las empresas FMCG, que suelen ser muy centralizadas, este modelo resulta especialmente relevante porque manejan los mismos procesos, productos y sistemas de gestión”, explica Delaval. Hoy, ID Logistics tiene operaciones en 19

países y colabora con marcas globales en múltiples puntos de su cadena logística. Esto les da una ventaja crucial:

“En cada país donde estamos, casi siempre trabajamos con empresas de gran consumo. Además, como también colaboramos con retailers, entendemos ambos lados del circuito: el fabricante y el canal. Eso nos da una capacidad muy completa para identificar oportunidades y anticiparnos a lo que viene”, agrega.

Esta visión cruzada ha permitido a ID Logistics convertirse no solo en un operador logístico, sino en un socio estratégico con capacidad para acompañar procesos de transformación, compartir mejores prácticas entre países y aportar innovación logística donde más se necesita.

No por nada, como explica el ejecutivo, “más de la mitad de nuestros clientes tienen operaciones en varios países con nosotros. Eso nos permite hablar con ellos a nivel regional, tomar lo que funciona, por ejemplo, en Brasil, España o Francia y adaptarlo rápidamente a mercados como Chile, Argentina u otro”.

LA AGILIDAD COMO NUEVA VENTAJA COMPETITIVA

En la última década, y especialmente desde la irrupción de la pandemia, el sector de consumo masivo ha experimentado una transformación profunda. Lo que antes era una industria dominada por el volumen y la eficiencia de escala, hoy está marcada por la necesidad de adaptarse rápidamente, gestionar múltiples canales de distribución y responder a un consumidor cada vez más impredecible.

Antes, el foco era tener grandes volúmenes y mantener precios. Ahora es un tema de agilidad: cómo adaptarse a los cambios del retail, del e-Commerce, a las nuevas formas de entrega. Es un desafío completamente distinto.

Según Guillaume, las empresas FMCG están navegando entre presiones múltiples y a veces contradictorias: por un lado, el aumento constante de los costos -materias primas, inversiones en sostenibilidad, nue-

vas tecnologías- y por otro, la exigencia de bajar precios por parte del retail que también enfrenta sus propias tensiones.

Y como si fuera poco, la sostenibilidad ha dejado de ser un valor agregado para convertirse en una obligación estratégica.

“Las marcas hoy hablan directamente con consumidores que exigen compromisos concretos. La sensibilidad frente a la sostenibilidad es tan alta que, si no ven coherencia, cambian de marca. Y eso obliga a las empresas a diferenciarse no solo por precio o calidad, sino por su huella ambiental”, dice Delaval con firmeza.

En este nuevo escenario, ID Logistics ha entendido que su propuesta de valor debe ser doble: por un lado, eficiencia y reduc-

Guillaume Delaval
FMCG & Industry Market
Director en ID Logistics





ción de costos mediante tecnología, automatización e innovación operativa. Por el otro, capacidad de adaptación, velocidad de respuesta y cercanía con el cliente. Para lograrlo, la compañía ha desarrollado herramientas internas como el Core Model, un sistema de estandarización que permite mantener altos estándares operativos y, al mismo tiempo, incorporar cambios con agilidad.

Pero más allá de las herramientas, lo que marca la diferencia es la filosofía de trabajo. ID Logistics apuesta por estar cerca del cliente, escucharlo, anticiparse. "Tenemos una figura clave: el "Contract Manager". Es la persona que gestiona la relación con el cliente de forma permanente, que entiende su negocio y traduce sus necesidades en soluciones logísticas concretas. Esa proximidad es lo que permite generar valor real", enfatiza.

CHILE COMO EJEMPLO DE DINAMISMO Y POTENCIAL

En la conversación, Guillaume Delaval dedica un espacio especial a hablar de Chile, país que considera clave dentro de la estrategia de ID Logistics en la región. "Hay mercados más maduros, como Europa, donde el crecimiento es más lento y estable. En Sudamérica todavía hay mucho por crecer, pero también por transformar e innovar", asegura.

En ese contexto, ID Logistics ha estructurado su operación local, combinando modelos dedicados con entornos multi-clientes, lo que permite ofrecer servicios avanzados incluso a empresas que no podrían costearlos por sí solas. "Podemos compartir recursos, especialistas y tecnologías. Eso permite que empresas de menor tamaño accedan a un nivel logístico que de otra manera no sería posible. Y eso es clave para aumentar la competitividad del mercado", señala.

Según el ejecutivo, las operaciones en Chile ya muestran un nivel interesante de calidad operativa. No obstante, aún hay

espacio para avanzar en digitalización y automatización, algo en lo que el Grupo ID Logistics ya se está trabajando.

En paralelo, las tendencias globales también llegan con fuerza. La necesidad de construir cadenas logísticas más verdes ha motivado a la compañía a explorar soluciones como flotas eléctricas, energías renovables o incluso transporte ferroviario en mercados más avanzados. Todo esto se adapta según las condiciones locales, pero siempre con una visión de largo plazo.

"Para algunos clientes, la prioridad es la sostenibilidad. Para otros, la eficiencia de costos. Otros nos piden acompañarlos en el crecimiento. Nuestro trabajo es entender esa necesidad y adaptar nuestros procesos para responder con precisión. No todos los clientes quieren lo mismo, pero todos quieren que los escuchen", concluye.

CIBERATAQUES ¿QUÉ TAN PREPARADA ESTÁ LA LOGÍSTICA?

CASI DOS MIL ATAQUES DIGITALES POR SEMANA RECIBE UNA ORGANIZACIÓN PROMEDIO EN CHILE, SUPERANDO LA MEDIA MUNDIAL. CON ESTAS CIFRAS, NUESTRO PAÍS YA FIGURA ENTRE LOS MÁS GOLPEADOS POR EL CIBERCRIMEN EN LATINOAMÉRICA Y LA INDUSTRIA LOGÍSTICA ENFRENTA UN ESCENARIO DE ESPECIAL VULNERABILIDAD, JUSTO CUANDO LA LEY MARCO DE CIBERSEGURIDAD COMIENZA A DESPLEGAR SUS EFECTOS.

Según el Reporte de Amenazas 2025 de Check Point Software, una empresa promedio en Chile es atacada digitalmente 1.995 veces por semana. Esta cifra no solo está por encima del promedio mundial (1.992 ataques), sino que refleja el lugar que ha comenzado a ocupar el país en el mapa de la ciberdelincuencia global: uno cada vez más atractivo para quienes buscan interrumpir operaciones, robar información o extorsionar mediante ransomware.

56

“Los ciberataques crecen exponencialmente -más de 50% año contra año- al punto que este 2025 se estima que tendrán un costo mundial de 10,5 billones de dólares”, explica Jonathan Fischbein, CISO Global de Check Point Software Technologies.

Los ataques se observan con claridad en el Mapa Mundial de Amenazas de la compañía, donde cada segundo se registran miles de intentos de intrusión, phishing y malware. América Latina concentra un promedio de 2.569 ataques semanales por organización, un 40% por encima de la media global.

Para Fischbein, entender a los atacantes es clave: “por un lado, están los Estados nación, que realizan ataques patrocinados con fines geopolíticos y



económicos. Por el otro, están las herramientas o vectores de ataque, donde los más críticos hoy son la exfiltración de datos, ransomware y los ataques a la cadena de suministro”.

Y si bien ninguna industria está a salvo, la logística podría volverse especialmente estratégica para los atacantes. Según el propio Fischbein, los ataques a la cadena de suministro están hoy entre los vectores más críticos utilizados por los ciberdelincuentes. En un sector donde la interrupción de flujos significa -por ejemplo- contenedores varados, retrasos en aduanas o clientes desabastecidos, la vulnerabilidad es evidente.

RANSOMWARE: LA EXTORSIÓN DIGITAL QUE PARALIZA NEGOCIOS

Si hay una amenaza que se ha vuelto el terror de las organizaciones en todo el mundo, ese es el ransomware. Se trata de ataques que secuestran información crítica y exigen un rescate para liberarla, a menudo en criptomonedas imposibles de rastrear.

Los costos globales son devastadores. Según Akamai, compañía global especializada en ciberseguridad y servicios en la nube, los daños derivados de este tipo de ataques alcanzan hoy los 109.000 dólares por minuto y se proyecta que escalarán a 525.000 dólares por minuto en 2031.



Jonathan Fischbein
CISO Global
en Check Point Software
Technologies

“La rápida transformación digital de Latinoamérica, unida a las vulnerabilidades de los sistemas cada vez más conectados, convierte a la región en un objetivo atractivo para los ataques de ransomware”, explica Oswaldo Palacios, experto en ci-

berseguridad de Akamai Latinoamérica. El panorama regional confirma sus palabras: un 29% de las empresas latinoamericanas denunció haber sufrido un ataque de ransomware en 2024 y la tendencia es al alza, especialmente en pequeñas y medianas compañías.

Y el impacto al negocio va mucho más allá del valor de rescate exigido. Según el mismo estudio, este pago representa apenas el 15% de los costos totales de un ataque. Lo más costoso es la paralización: en promedio, las empresas afectadas sufren 21 días de inactividad, lo que en logística puede equivaler a contenedores inmovilizados, cadenas rotas y clientes perdidos.

Entonces, ¿conviene ceder y pagar para recuperar los datos? La pregunta divide a las organizaciones que enfrentan un ataque. Para Palacios, la respuesta es clara: “Si bien el pago de un rescate puede parecer una solución inmediata frente al ransomware, en la práctica no ofrece garantías de recuperar los datos ni de evitar futuras amenazas. Además, fortalece el modelo criminal y genera dependencia”.



Oswaldo Palacios
Experto en ciberseguridad
en Akamai Latinoamérica

De hecho, los gobiernos de la región recomiendan no pagar, en un intento de cortar el incentivo a los atacantes. Y aunque cada vez más empresas rechazan ceder -el porcentaje de organizaciones que no pagaron subió del 50% en 2022 al 64% en 2024- la realidad es más compleja: la presión por mantener la continuidad operativa hace que muchas compañías, sobre todo las más críticas, terminen negociando con los ciberdelincuentes.

Palacios advierte que las extorsiones también se han vuelto más sofisticadas: ya no solo se trata de recuperar datos cifrados, sino que aparecen modalidades de doble, triple o incluso cuádruple extorsión, donde además de pedir dinero, los atacantes

amenazan con filtrar información sensible, contactar a clientes o volver a atacar si no se cumplen sus demandas.

Frente a este complejo panorama, ¿Cómo debieran actuar las empresas logísticas? Los expertos sostienen que entender los riesgos del negocio y disminuir vulnerabilidades es el paso previo e indispensable para avanzar hacia soluciones más robustas. En esta línea, recomiendan:

- Planes integrales de continuidad operativa, capaces de activar protocolos antes, durante y después de un ataque
- Copias de seguridad frecuentes y sistemas de recuperación rápida
- Segmentación de redes y modelo Zero Trust, que limite la propagación de malware en caso de intrusión
- Gestión de riesgos en la cadena de suministro, incluyendo controles sobre terceros y auditorías periódicas
- Estar al día sobre los alcances de la Ley 21.663, sobre todo teniendo en cuenta que esta normativa obliga a los actores críticos a notificar incidentes, implementar sistemas de gestión de ciberseguridad y someterse a auditorías. Para la logística, esto implica un cambio cultural y operativo profundo, que no se resuelve solo con tecnología, sino también con capacitación continua y colaboración.

PANORAMA EN CHILE

Chile se encuentra en una posición singular dentro de Latinoamérica respecto a ciberseguridad y logística. Por un lado, es pionero regional en digitalización de servicios esenciales, incluyendo puertos altamente tecnológicos y una penetración importante de comercio electrónico; por otro, esto lo ha convertido en un blanco atractivo para atacantes y, en diversos reportes ocupa los primeros lugares entre los países más atacados de la región.

De ahí que comprender las principales amenazas y sus impactos sea esencial para reforzar las defensas, sin frenar el progreso tecnológico.

Con el objetivo de establecer un marco común y obligatorio de ciberseguridad para organismos públicos y empresas esenciales, en enero de este año entró en vigencia la Ley 21.663, también conocida como Ley Marco de Ciberseguridad e Infraestructura Crítica de la Información. De acuerdo a sus impulsores, esta normativa busca impulsar un cambio cultural: que la seguridad de la información deje de ser solo tema del departamento de TI y pase a involucrar a todos los niveles, promoviendo la transparencia y prevención activa de incidentes.

A partir de esta ley se crea la Agencia Nacional de Ciberseguridad (ANCI), organismo encargado de regular, fiscalizar y sancionar a dichas entidades. Además, desde marzo de 2025, sectores críticos como telecomunicaciones, energía, transporte y salud deben implementar medidas mínimas de seguridad tecnológica, designar responsables de ciberseguridad y reportar incidentes graves en menos de 72 horas.

En tanto, en septiembre, la ANCI abrió una consulta pública para definir qué empresas privadas serían clasificadas como Operadores de Importancia Vital (OIV). Este proceso marca una etapa decisiva en la implementación de la normativa, ya que las compañías que ingresen a esa categoría deberán cumplir con exigencias reforzadas de monitoreo, continuidad operativa y reporte de incidentes.

De esta forma, Chile se suma a países y conglomerados que han actualizado sus marcos normativos en ciberseguridad. Entre ellos, destaca la directiva NIS2, implementada por la Unión Europea en 2024, que extiende obligaciones de ciberseguridad a medianas y grandes empresas de transporte, logística, energía, salud, etc., con exigencias de evaluación continua de riesgos, planes de respuesta a incidentes, garantía de resiliencia operativa y notificación de incidentes en 24 horas a las autoridades. El cumplimiento de la normativa NIS2 contempla sanciones severas en caso de negligencia, lo que está impulsando una rápida adecuación en las empresas europeas de logística.

Y es que, como vemos, un ciberataque está lejos de ser únicamente un problema de TI: puede detener la distribución de combustible, frenar exportaciones, dejar supermercados desabastecidos o comprometer datos sensibles de millones de clientes. Tomar conciencia a tiempo puede marcar la diferencia.

CIBERSEGURIDAD EN CADENA DE SUMINISTRO: UN VÍNCULO CRÍTICO

La acelerada transformación digital de la logística y las cadenas de suministro ha impulsado la eficiencia, pero también ha abierto la puerta a nuevos riesgos y potenciales vulnerabilidades. Empresas de transporte, puertos, aeropuertos y operadores logísticos dependen hoy de sistemas interconectados, IoT, plataformas en la nube y datos en tiempo real para gestionar inventarios y envíos.

Y dada la complejidad e interconexión de las cadenas modernas, un ataque en un solo eslabón puede tener gran impacto en toda la red logística. Un estudio global del 2024 del Data Breach Investigations Report, señaló que los incidentes de seguridad digital originados a partir de proveedores o terceros -es decir, ataques que aprovecharon la conexión de un socio tecnológico, un software externo o un servicio en la nube para llegar a la empresa- aumentaron un 68 % en 2023 respecto a 2022.

Además, la cadena logística moderna presenta una vulnerabilidad operativa única: no puede detenerse fácilmente ante una alerta de seguridad sin generar pérdidas.

Esta presión por mantener la continuidad la conocen muy bien en el sector marítimo; según un informe de CyberOwl (empresa tecnológica británica especializada en ciberseguridad para el sector marítimo y naval) la proporción de organizaciones que reconocen haber pagado rescate tras un ataque pasó de 3 % en 2022 a 14 % en 2023, lo que supone un aumento del

357 % en poco más de un año. Todos estos factores hacen que la ciberseguridad tenga una importancia crítica en el sector logístico y en supply chain. ■

PRINCIPALES AMENAZAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Entre las principales ciberamenazas que enfrentan las empresas de operaciones logísticas y de suministro podemos mencionar las siguientes:

Ransomware y malware disruptivo:

El ransomware se ha convertido en la amenaza más costosa y frecuente para la logística global. Según informes de la empresa Prey Project, una organización es atacada, en promedio, cada once segundos. En Chile, de acuerdo a este mismo estudio, un 55% de las organizaciones habría sufrido al menos un ataque de ransomware en 2023.

Ataques a proveedores y "supply chain attacks": Los ciberdelincuentes se infiltran en empresas a través del eslabón más débil de la cadena suministro digital, como algún proveedor o subcontratista.

Phishing y errores humanos: El phishing sigue siendo la puerta de entrada preferida en muchos ataques y la logística no es la excepción. Correos fraudulentos que aparentan provenir de socios o clientes buscan robar credenciales o instalar malware. En Chile, más de la mitad de las organizaciones identifica el phishing como su principal riesgo de ciberseguridad.

Vulnerabilidades en sistemas heredados y IoT: Algunos sectores empresariales que todavía se sienten más "lejanos" a los ciberataques suelen usar sistemas informativos antiguos, que no fueron desarrollados con seguridad integrada. Cuando estos sistemas se integran con nuevas plataformas, pueden presentarse brechas de seguridad. Por eso, si no se actualizan o aíslan, son objetivo fácil de ataques.

Ataques de Denegación de Servicio (DDoS): Aunque menos conocidos, los DDoS también pueden afectar la logística, saturando las redes de comunicaciones. Un ataque DDoS a una plataforma de gestión de embarques de un puerto o al sitio web de una naviera podría dejar a los clientes sin poder hacer sus reservas o el seguimiento de carga. Según reportes europeos, los ataques DDoS están en aumento y ya forman parte del arsenal contra infraestructuras críticas.

ARRIENDO DE BODEGAS INDUSTRIALES

BRINDANDO A NUESTROS CLIENTES
INNOVACIÓN, CERCANÍA Y EFICIENCIA



8 CENTROS EN SANTIAGO

LAMPA / MAIPÚ / PUDAHUEL / RENCA / SAN BERNARDO



**+15
AÑOS**

+225.000m²

DE SUPERFICIE
PARA ALMACENAJE



Paneles Solares*
*en centros Lo Boza
y La Vara II



**Seguridad
24/7**



**Red húmeda
y seca**



**Sistema de
Autogestión**



(2) 2608 2800



www.centralodegas.cl



contacto@centralbodegas.cl

LOGÍSTICA: LA RUTA DEL AUTOMÓVIL EN CHILE

60

¿Te has preguntado alguna vez cómo es el recorrido que hace un automóvil desde que sale de la planta de fabricación hasta que lo ves brillando en un concesionario de Santiago o regiones? Ese viaje está impulsado por una cadena logística que une fábricas, navieras, puertos, operadores y transportistas. Un engranaje esencial, pero muchas veces inadvertido para la mayoría de las personas.

La historia suele comenzar a miles de kilómetros de Chile, en plantas chinas, japonesas o coreanas que producen a gran escala; en fábricas brasileñas que abastecen a la región; en líneas de montaje en Estados Unidos, donde predominan las camionetas y SUV o incluso en Europa, con una larga tradición en autos compactos.

Desde allí, los vehículos son embarcados en grandes buques con un destino principal; San Antonio, el puerto que concentra

la mayor parte del ingreso automotor del país.

Pero el proceso comienza mucho antes de que un barco asome en la costa chilena. Así lo explica Bárbara Toro, subgerente de Operación Automotriz de Inchcape Américas: “como importadores y representantes de las marcas, nosotros traemos al país las cantidades, modelos y versiones según la estimación de demanda automotriz. Aquí hay que considerar todos los trámi-



tes y documentos asociados a la compra y el proceso de lifting de las unidades (retiro y traslado) que puede demorar entre 45 y 60 días, dependiendo de la procedencia. En Inchcape traemos vehículos desde distintas partes del mundo, pero principalmente de Asia”.



Daniel Eguillor
Gerente de Logística
en Kaufmann

Daniel Eguillor, gerente de Logística de Kaufmann, precisa que las responsabilidades de cada empresa en este proceso dependen también de los acuerdos co-

merciales previos, los “incoterms”. Los más utilizados, agrega, son FOB o Free On Board (Libre a Bordo), donde el vendedor (la fábrica) asume todos los costos y riesgos hasta que las unidades son cargadas en el buque del puerto de origen. Desde ese punto en adelante (transporte marítimo, seguro, descarga en destino, etc.), la responsabilidad pasa al comprador/importador, en este caso particular, a Kaufmann.



Curtis Doiron
CEO
en DP World Chile

“Ahí, nosotros tratamos con las navieras y hacemos toda la coordinación del movimiento internacional. Cuando llegan al puerto chileno se hacen las aduanas respectivas, se desconsolidan si es necesario, y se traen a nuestro centro logístico, que está en Lampa”, explica.

¿RO-RO O CONTENEDORES?

Hasta antes de la pandemia, los vehículos llegaban al país casi exclusivamente en grandes barcos llamados Ro-Ro, acrónimo del inglés roll-on/roll-off. Estos buques están especialmente diseñados para cargar y descargar vehículos rodando, sin necesidad de grúas ni contenedores.

Su funcionamiento permite un flujo logístico rápido y eficaz: los autos suben por sus propias ruedas o mediante plataformas elevadoras, se almacenan en cubiertas similares a un parking flotante y se desembarcan igual de rápido en destino.

Sin embargo, durante la pandemia, la escasez de naves ro-ro y los cuellos de botella en las rutas marítimas obligaron a muchos importadores a buscar alternativas de transporte marítimo. A partir de entonces comenzaron a verse autos transportados en barcos contenedores, sobre todo desde China. “Si bien la pandemia generó un estrés importante en la cade-

na de distribución, también nos impulsó a buscar otras alternativas que permitieron mejorar nuestra competitividad logística y de distribución. Así fue, por ejemplo, como comenzamos a utilizar otros puertos, como Lirquén y Talcahuano y a usar barcos portacontenedores -además de los ro-ro- para traer automóviles. No solo nosotros, si no que toda la industria automotriz aprendió a ser más ágil en la distribución”, indica Juan Pablo Arroyo, subgerente de Operaciones de Inchcape Américas.

Lenin Schiappacasse, gerente general de STLI, uno de los operador logístico automotriz más importante del país, señala que “las cargas que llegan de Estados Unidos y Europa, por lo general, lo hacen en barcos ro-ro. Desde China cada vez están llegando más en contenedor, también por un tema de costos. Pero eso lo decide cada marca”.



Lenin Schiappacasse
Gerente General
en STLI

En Kaufmann, Daniel Eguillor también fue testigo de este cambio en la logística automotriz. “Desde la pandemia o postpandemia, hay menos disponibilidad de barcos a Sudamérica y las navieras se concentraron en surtir a los mercados europeos o a los de Asia. Además, han ocurrido varias situaciones globales que elevaron los precios de las navieras.

Por eso también se empezó a trabajar con barcos contenedores, que son mucho más frecuentes y tienen una tarifa más baja, pero también tienen sus complejidades, porque los espacios son más pequeños, los vehículos están más cerca unos de otros y eso genera más posibilidades de daño. Por lo tanto, cuando llegan hay que hacer un mayor control de calidad. Cualquier rayón pequeño impacta en los tiempos y en las unidades, entonces eso obviamente hace que tengamos que ser más precisos”.

Antes de comenzar el proceso de descarga en puerto, el buque debe haber obtenido la Libre Plática, es decir, la autorización de la autoridad marítima y sanitaria para iniciar operaciones. Aquí entra en acción DP World San Antonio, empresa que gestiona casi el 90% de los automóviles que entran al país. “Toda la coordinación de estas labores se lleva a cabo con diversas entidades públicas, como Aduanas, SAG y la autoridad marítima, y con entidades privadas como navieras, transportistas, importadores y empresas de logística, entre otras”, explica Curtis Doiron, CEO de DP World Chile.



Barbara Toro
Subgerente de Operación
Automotriz
en Inchcape Americas

Esta coordinación -agrega- “nos permite monitorear la situación climática, optimizar los tiempos de levante de las unidades y mantener una fluidez constante en las descargas, con total seguridad”.

Para manejar estos embarques utilizan equipos especializados como los roll trailers (Mafis), plataformas rodantes con capacidad para 100 toneladas, que permiten manejar piezas y bultos sobredimensionados; TugMaster para mover mafis en el terminal; GoJak para movilizar vehículos que no pueden desplazarse por sus medios; además de taxis de porteo y camionetas de asistencia mecánica.

Con el objetivo de optimizar la eficiencia de estos procesos, Doiron cuenta que en el último tiempo han implementado algunas innovaciones, como nuevos layouts en sus sitios de operación, que han mejorado el ordenamiento y el acopio de las unidades. “Además, asignamos zonas específicas de carga para camiones cigüeñas, renovamos completamente la flota de taxis de traslado de conductores y la camioneta de asistencia mecánica. Con este tipo de medidas buscamos que DP World San Antonio sea un referente de eficiencia, seguridad y servicio en el país”.

Si los vehículos vienen en ro-ro, se descargan directamente en el puerto y se suben a los camiones que los llevarán a los centros logísticos. En cambio, si llegan en contenedores, deben pasar por desconsolidación. Esto implica abrir el contenedor, desmontar los bastidores/racks que permiten transportar varias unidades, retirar cada auto cuidadosamente, inspeccionarlo y recién entonces cargarlo al camión para continuar el traslado.

EL SIGUIENTE PASO: TRANSPORTE TERRESTRE

Ya en tierra, las unidades son revisadas por un surveyor o inspector de carga -usualmente coordinado por la importadora- que constata el estado físico, la correspondencia con la documentación (VIN/chasis, modelo, color) y deja registro de daños, si hubiera. Ese survey marca el traspaso de responsabilidades entre actores y da paso al retiro del puerto por el operador logístico.

En el caso de STLI, las unidades se trasladan a su planta en Camino a Lonquén, comuna de San Bernardo (RM) mediante camiones con rampas automovileras, también llamados camiones madrina o camiones “cigüeña”. “Estamos a 96 km del puerto por la Ruta 78 y a solo 5 de la Autopista Vespucio Sur, lo que permite una conexión rápida y directa con los principales puntos de venta de vehículos en la capital, optimizando aún más la operación logística”, precisa Schiappacasse.



Juan Pablo Arroyo
Subgerente de Operaciones
en Inchcape Americas

Al llegar a la planta, comienza la etapa de preparación para la venta, conocida como Pre-Delivery Inspection (PDI). Allí cada marca entrega su protocolo de revisión, que incluye una lista de chequeo específica. “Acá revisamos que el vehículo cumpla

con los estándares solicitados, controlamos niveles de aceite, líquidos, activamos sistemas eléctricos, retiramos los plásticos protectores y verificamos la instalación de accesorios. Además, los vehículos son cargados en nuestro VMS (Vehicle management system), lo que permite entregar a los clientes visibilidad y trazabilidad en tiempo real del stock, el estado de cada unidad, los daños registrados y en que etapa del proceso se encuentra”, explica Schiappacasse.

Si alguna unidad presenta daños menores, pasa al taller de reparación o pintura antes de volver a la línea. El proceso concluye con el lavado y terminación estética, de modo que en un plazo de 48 horas, la unidad ya está disponible para ser enviada al concesionario. Con la PDI terminada, se planifica la distribución. En STLI aproximadamente 60% va a la Región Metropolitana, 30% entre la IV y la VIII Región y 10% a zonas extremas.

EL ÚLTIMO ESLABÓN

El viaje concluye en manos del importador y su red de concesionarios. Solo entonces, tras haber recorrido miles de kilómetros por mar y tierra, el automóvil está listo para ser entregado a su nuevo dueño. “La logística de los vehículos es un tema fundamental en nuestro país. No se trata solo de traer los autos, sino de que lleguen a tiempo y en buenas condiciones a todo Chile. Ahí es donde entran en juego todos los actores que permiten dar continuidad a la cadena. Cada eslabón es fundamental para que finalmente el cliente reciba el producto en las condiciones esperadas”, apunta Daniel Eguillor.

Desde Inchcape, Bárbara y Juan Pablo agregan que “estamos viviendo un periodo de transición tecnológica muy importante, autos que incorporan tecnología tremendamente innovadora y que avanzan a lo sustentable. Por eso, nos llena de orgullo cuando vemos en la calle un auto que sabemos que estuvo en nuestra planta y que pasó por un proceso tan complejo y preciso para llegar a su dueño”. ■

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



AUNQUE LA ELECTROMOVILIDAD YA AVANZA EN BUSES Y VEHÍCULOS LIVIANOS, SU ADOPCIÓN EN EL TRANSPORTE DE CARGA PESADA SIGUE ENFRENTANDO GRANDES DESAFÍOS EN CHILE Y LATINOAMÉRICA. ALTOS COSTOS, FALTA DE INFRAESTRUCTURA Y LIMITACIONES TÉCNICAS RETRASAN UNA TRANSICIÓN QUE, SIN EMBARGO, PARECE INEVITABLE PARA CUMPLIR LOS COMPROMISOS DE CARBONO NEUTRALIDAD Y MANTENER LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR LOGÍSTICO.

64

ELECTROMOVILIDAD PESADA: ¿REALIDAD CERCANA O PROMESA LEJANA EN CHILE Y LATAM?

En carreteras que cruzan desiertos interminables, cordilleras imponentes y ciudades que nunca se detienen, miles de camiones de gran tonelaje avanzan cada

día cargando la economía de América Latina sobre sus ruedas. Son el motor invisible del comercio, pero también una de las mayores fuentes de contaminación de la

región: enormes máquinas que funcionan casi exclusivamente con diésel y que, a pesar de la urgencia climática, aún parecen estar lejos de sumarse masivamente a la revolución eléctrica.

El contraste es evidente. Mientras en Europa, Estados Unidos y, sobre todo en China, los camiones eléctricos comienzan a multiplicarse gracias a políticas públicas ambiciosas, infraestructura robusta y subsidios que equilibran la balanza, en Latinoamérica la realidad es distinta.

Aquí, las pruebas piloto son todavía tímidas, los altos costos de adquisición resultan prohibitivos para muchos y la falta de corredores de carga convierte la idea de un transporte pesado eléctrico en un escenario más aspiracional que concreto.



Lorenzo Reyes Bozo
Decano de la Universidad
de Las Américas

Pero el tiempo apremia. El transporte, de acuerdo con la Organización Latinoamericana de Energía (OLADE), es el mayor consumidor de energía en la región (40% del total) y genera el 43% de las emisiones de CO₂ del sector energético, además de ser uno de los segmentos menos eficientes debido a la dependencia de motores de combustión interna. En Chile, según recuerda el Decano Facultad de Ingeniería y Negocios Universidad de Las Américas, Lorenzo Reyes Bozo, “el transporte consume el 35% de la energía total del país, basado casi exclusivamente en combustibles fósiles importados. Y el transporte de carga por carretera representa un 22,6% de las emisiones de GEI, lo que convierte a este sector en una fuente crítica de contaminación”.

Si el transporte pesado no da un giro decisivo, la región corre el riesgo de quedar rezagada frente a un mundo que avanza con rapidez hacia tecnologías más limpias y eficientes. Y es ahí donde surge la pregunta de fondo: ¿está la electromovi-

lidad pesada destinada a convertirse en una realidad cercana en Chile y Latinoamérica o seguirá siendo, por varios años más, una promesa lejana en medio de discursos y planes estratégicos que no terminan de materializarse?

LA PESADA CARGA DE ELECTRIFICAR EL TRANSPORTE

Los camiones eléctricos no son ciencia ficción: ya existen y circulan en rutas urbanas y mineras de Chile, México, Brasil y Colombia. Modelos de 24 a 28 toneladas han demostrado ser viables en operaciones logísticas urbanas y en faenas mineras con trayectos predecibles. Casos como el de Maersk y Sotraser, que pusieron en marcha camiones eléctricos para transporte regional, o la alianza SQM-Enel X-Yutong, que presentó un modelo de 28 toneladas para minería, muestran que la tecnología está disponible.

Sin embargo, la brecha entre pilotos y masificación sigue siendo enorme. Los camiones de larga distancia enfrentan limitaciones de autonomía y tiempos de recarga que hoy los hacen poco competitivos frente al diésel. Un camión eléctrico puede ofrecer entre 200 y 400 km de autonomía efectiva, mientras que uno convencional supera fácilmente los 1.000 km con un estanque de combustible. Para rutas extensas, ese diferencial es crítico en una geografía extensa y fragmentada como la latinoamericana.

El peso también juega en contra. Las baterías que permiten mayores autonomías aumentan el peso del vehículo, restando capacidad útil de carga y chocando con regulaciones sobre pesos por eje. Esto obliga a repensar no solo la operación logística, sino también los marcos normativos del transporte en la región.

A esto se suma el costo inicial. Según consultoras especializadas, un camión

eléctrico pesado puede costar entre dos y tres veces más que uno diésel equivalente. Aunque el costo total de propiedad (TCO) empieza a inclinar la balanza a favor del eléctrico en operaciones urbanas intensivas, gracias al menor gasto en energía y mantenimiento, el desembolso inicial sigue siendo una barrera casi infranqueable, especialmente para las pymes de transporte, que constituyen la mayoría de los actores en Latinoamérica.



Juan Carlos Muñoz
Ministro de Transporte
y Telecomunicaciones

Desde el ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, reconocen que los altos costos constituyen una barra para la masificación de la electromovilidad pesada. "Para ir cerrando esa brecha económica entre vehículos convencionales



RESPALDA Y GARANTIZA



DATALOGIC
BIXOLON

KIT IMPULSA

Todo lo necesario para impulsar la logística de tu empresa al futuro:



Capturador
MEMOR 11



Impresora
BIXOLON
TX420

Sistema de
inventario
TDS INVENT

Invent Sistema
Toma
Inventario®

contacto@tds.cl

+562 2236 0727

Dr. Manuel Barros Borgoño 225, Providencia



y los impulsados por energía eléctrica, desde el MTT hemos realizado diferentes acciones, entre ellas, la obtención de tasas preferentes en la compra de vehículos eléctricos, a través de incentivos de las instituciones financieras que colaboran con CORFO; la exención del pago del impuesto verde para los vehículos eléctricos; y la rebaja del pago del permiso de circulación”, señala el ministro Juan Carlos Muñoz.

Reyes Bozo señala que “aunque Chile ha dado pasos importantes, posicionándose como líder en Latinoamérica en transporte pesado eléctrico, la transición enfrenta múltiples desafíos. Entre ellos, destacan el alto costo de estos camiones, su limitada autonomía para trayectos extensos y la falta de infraestructura de carga, que se concentra en su mayoría en la Región Metropolitana”.



Patricio Salvo
Gerente General en
CargoTrans Schiappacasse

En esa línea, Patricio Salvo, gerente general de CargoTrans Schiappacasse, coincide en que la electromovilidad dejó de ser un experimento y entró en una fase de implementación inicial. “Ya no se cuestiona la viabilidad de la electromovilidad, el desafío ahora es cómo seguir escalando.

“Primero, el desarrollo del transporte público eléctrico, donde Chile es pionero gracias a la subvención estatal. Luego, la adopción de equipos livianos en la última milla, con una distribución que ya muestra madurez. Y, finalmente, los pilotos de transporte pesado en minería, donde aún hay limitaciones en autonomía y en infraestructura de carga”.

La Estrategia Nacional de Electromovilidad (2021) impulsada por el Ministerio de Energía estableció entre sus metas que, para el 2045, el 100% de vehículos de transporte de carga y de buses interurbanos que se vendan sean cero emisiones. “En este ámbito, se está logrando avanzar en una mayor penetración a través de empresas privadas, que están realizando experiencias con camiones de carga eléctricos y que están operando para mineras y el retail”, apunta el titular del MTT.

Por otro lado -agrega- para mostrar las ventajas de la electromovilidad, se han realizado pilotos de electrologística en la Región Metropolitana y Concepción con camiones menores y pesados.

“A partir de estas experiencias se han desarrollado documentos como la guía para estacionamientos exclusivos y manejo de carga urbana, cuyos resultados muestran que el uso de camiones eléctricos puede generar un ahorro de un 70% en los costos de operación y reducir las emisiones de CO₂ hasta en un 84 %, cuando utilizan electricidad proveniente de fuentes reno-

ambiente y aporta a mejorar la calidad de vida de las personas”, precisa el ministro.

Asimismo, Muñoz destaca iniciativas como el piloto Electrologística, que en su tercera versión 2024-2025 incluyó camiones de carga pesado; el proyecto de ley (Boletín n°17.242-15) que permitirá la transformación de vehículos de motor a combustión a propulsión eléctrica y otras adaptaciones.

INFRAESTRUCTURA INVISIBLE

Uno de los mayores desafíos de la electromovilidad pesada es la infraestructura de carga. No basta con instalar electrolineras en ciudades: la operación de camiones exige un ecosistema mucho más complejo.

En primer lugar, están los patios de carga o depot charging, esenciales para que las flotas puedan recargar durante la noche con potencias altas y sistemas de gestión inteligente de energía. En segundo lugar, se requieren corredores de carga rápida a lo largo de las rutas interurbanas, con cargadores de 350 kW o más, ubicados estratégicamente para que los camiones puedan operar sin riesgo de quedarse varados.

Además, está el desafío de la red eléctrica misma. Incrementar la demanda energética para flotas de gran tonelaje implica fortalecer la capacidad de trans-

La Estrategia Nacional de Electromovilidad (2021) impulsada por el Ministerio de Energía estableció entre sus metas que, para el 2045, el 100% de vehículos de transporte de carga y de buses interurbanos que se vendan sean cero emisiones. “En este ámbito, se está logrando avanzar en una mayor penetración a través de empresas privadas, que están realizando experiencias con camiones de carga eléctricos y que están operando para mineras y el retail”, apunta el titular del MTT.

Pasamos de una etapa de marketing a una más sostenible, donde las empresas incorporan esta tecnología como parte de su estrategia”, sostiene.

Para el ejecutivo, el proceso chileno puede dividirse en tres grandes etapas:

vables. Además, los vehículos eléctricos son entre cinco y siete veces más eficientes que los de combustión interna, presentan menores costos de mantenimiento, y disminuyen los niveles de ruido y contaminación atmosférica, lo que es un claro aporte a la preservación del medio

misión, coordinar con energías renovables y diseñar tarifas diferenciadas que hagan atractiva la operación. Chile, con una matriz eléctrica cada vez más renovable, tiene la oportunidad de convertir la electromovilidad en una palanca de eficiencia climática, siempre y cuando se



CHILE

INTERSYSTEMS

Soluciones Logísticas

SOMOS LA MEJOR SOLUCIÓN EN SISTEMAS DE ALMACENAJE.



RACKS Y ESTANTERÍAS
METÁLICAS.



SISTEMAS DE
AUTOMATIZACIÓN.



PLANTA AUTOMATIZADA
Y GRAN CAPACIDAD
DE FABRICACIÓN.



NO DUDES EN CONTACTARNOS. TE ESPERAMOS



ÁGUA
SISTEMAS



(569) - 4281 6824



(56) - 2285 2409



Av. Lo Espejo 02124,
San Bernardo
Región Metropolitana



contacto@intersystems.cl



www.intersystems.cl

SÍGUENOS EN



logre articular esta coordinación público-privada.

“Hoy estamos a punto de generar prácticas correctas a nivel de subsidios e inversión en infraestructura”, sostiene Salvo. “La tecnología ya está preparada, pero la infraestructura debe avanzar. Sin subsidios o incentivos, es difícil que la adopción sea rápida, porque la velocidad de implementación depende directamente de los costos iniciales y de contar, por ejemplo, con corredores de carga, puntos de conexión rápida y acceso preferencial en zonas logísticas y puertos”, advierte.

En junio de 2025, el Ministerio de Energía y la Agencia de Sostenibilidad Energética lanzaron el Plan Maestro de Infraestructura de Carga Pública que tiene entre sus objetivos garantizar la existencia de un punto de carga eléctrica cada 100 kiló-

dos, disponer de talleres y repuestos, garantizar interoperabilidad en los sistemas de carga e, incluso, diseñar alternativas de segundo uso para baterías al final de su vida útil. Todos estos elementos son parte de la infraestructura “invisible” que sostiene la electromovilidad.

EL FUTURO PROMETE

Pese a las barreras, existen espacios donde la electromovilidad pesada ya muestra resultados. La minería y la logística urbana lideran la adopción temprana: operaciones con trayectos fijos y predecibles, donde la variable autonomía no representa un obstáculo insalvable y donde el costo de operación se vuelve competitivo. Para dar el salto a una escala más amplia, se necesita algo más que pilotos exitosos. “Para que este cambio tecno-

De acuerdo con el ejecutivo de Cargo-Trans Schiappacasse, el proceso se desarrollará en tres fases: una etapa inicial de prueba y adopción entre 2025 y 2027; un periodo de madurez entre 2027 y 2032; y una consolidación a partir de 2032, cuando “el transporte sustentable será algo cotidiano, no solo por regulaciones, sino porque el mercado lo exige”.

Para alcanzar ese futuro, Salvo sugiere un camino claro para las empresas: “Primero, ser conscientes del cambio; luego, desarrollar una estrategia de sostenibilidad basada en economía circular; tener una hoja de ruta definida y comenzar con pequeñas prácticas sustentables antes de abordar grandes proyectos”.

La electromovilidad pesada en Chile y Latinoamérica ya no es una utopía técnica. Hay pilotos en marcha, vehículos dispo-

“En la actualidad hay más de 1.000 puntos de carga públicos, de los cuales el 60% de ellos están ubicados en la Región Metropolitana. Sin embargo, sabemos que este plan de acción debe seguir robusteciéndose, ya que los camiones pesados requieren una potencia mayor (sobre 3.500 kw), lo que equivale a 10 veces más que la carga rápida de vehículos livianos”



metros de ruta, focalizándose inicialmente en la Macrozona Norte. “En la actualidad hay más de 1.000 puntos de carga públicos, de los cuales el 60% de ellos están ubicados en la Región Metropolitana.

Sin embargo, sabemos que este plan de acción debe seguir robusteciéndose, ya que los camiones pesados requieren una potencia mayor (sobre 3.500 kw), lo que equivale a 10 veces más que la carga rápida de vehículos livianos”, apunta el ministro Muñoz.

La OLADE enfatiza que, además de la infraestructura, hay barreras de información, formación y logística que deben abordarse: preparar técnicos especializa-

dos, disponer de talleres y repuestos, garantizar interoperabilidad en los sistemas de carga e, incluso, diseñar alternativas de segundo uso para baterías al final de su vida útil. Todos estos elementos son parte de la infraestructura “invisible” que sostiene la electromovilidad.

Salvo complementa esta visión con una mirada optimista, pero realista: “Nos queda avanzar en el traslado de carga pesada, pero Chile rompió la inercia y ahora hay que ver el crecimiento paso a paso. El camino de la electromovilidad ya no es una prueba: es el inicio de algo más sostenible y que no parará. La sustentabilidad es una realidad, pero hay que implementarla correctamente”.

nibles y redes de carga en construcción. Lo que falta es decisión, inversión y una estrategia regional coherente. La transición será más lenta que en buses urbanos o autos particulares, pero es inevitable.

Como concluye Patricio Salvo, “la electromovilidad entró en un camino sin retorno, impulsado por las metas país de carbono neutralidad al 2050 y por un mercado que exige una logística sustentable.

El transporte del futuro será eléctrico, no solo porque es más limpio, sino porque será más competitivo”.

Lo que está en juego no es solo reducir emisiones: es definir la competitividad futura del transporte en un continente que depende del camión como columna vertebral de su economía. ■

EGA • KAT



**DISEÑAMOS LA LOGÍSTICA
DE TU FUTURO, OPERAMOS
TU ÉXITO HOY**

TU LOGÍSTICA OPTIMIZADA, DE PRINCIPIO A FIN:



*Almacenamiento de
productos.*



Manejo de inventario.



Eficiencia en transporte.



Distribución estratégica.

¡CONTÁCTANOS!



✉ comunicaciones@egakat.cl

📍 Av. Boulevard Poniente #900 ENEA.
Pudahuel, Santiago de Chile.

AGENDA TU VISITA AQUÍ:
(+56) 9 3447 4733 / 9 5004 3102

SÍGUENOS

«« LLÁMANOS HOY Y DESCUBRE LO QUE PODEMOS HACER POR TI »»

**“LA RESILIENCIA
LOGÍSTICA ES CLAVE
PARA ENFRENTAR LOS
DESAFÍOS DEL SECTOR
FARMACÉUTICO”**

PABLO PLAZA

GERENTE DE LOGÍSTICA FARMACIAS AHUMADA

LA RESILIENCIA LOGÍSTICA ES FUNDAMENTAL PARA GARANTIZAR LA CONTINUIDAD EN EL ABASTECIMIENTO DE MEDICAMENTOS. ADAPTARSE RÁPIDAMENTE A LOS CAMBIOS, OPTIMIZAR PROCESOS Y MANTENER UNA CADENA DE SUMINISTRO ÁGIL Y EFICIENTE SON CLAVES PARA ENFRENTAR CRISIS COMO LA PANDEMIA Y OTROS EVENTOS DISRUPTIVOS, TODO MIENTRAS SE ASEGURA EL CUMPLIMIENTO DE ALTOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD.

Más de 20 años en áreas de Procesos, Compras y Gestión de Proyectos, le han otorgado a Pablo Plaza, Ingeniero Civil Industrial de la Universidad Diego Portales, una visión integral y estratégica sobre la cadena de suministro. En su rol actual en Farmacias Ahumada, Pablo lidera la operación logística de una de las principales cadenas farmacéuticas de Chile.

Desde que asumió este desafío hace un año y medio, ha sido clave en la implementación de soluciones innovadoras que han optimizado el abastecimiento y la distribución de medicamentos, un área que exige altísimos estándares de precisión, cumplimiento normativo y eficiencia operativa.

En esta entrevista, el ejecutivo comparte cómo la pandemia del Covid-19 cambió las reglas del juego en la planificación y la operación logística, cómo la digitalización y la inteligencia artificial están transformando la industria farmacéutica, y la importancia de la resiliencia para enfrentar cualquier desafío. Además, nos habla sobre la creciente relevancia de la sostenibilidad en las decisiones logísticas y cómo estas pueden contribuir a una cadena de suministro más verde y responsable.

Con un enfoque claro hacia la innovación y la mejora continua, Plaza refleja no solo la adaptabilidad de Farmacias Ahumada frente a un mercado en constante cambio, sino también su compromiso con un servicio de calidad que garantice la disponibilidad de medicamentos a los pacientes, en un sector crucial para la salud pública.

¿CÓMO DESCRIBIRÍAS EL ESTADO ACTUAL DE LA PLANIFICACIÓN DE LA DEMANDA EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA Y SU IMPACTO EN LA CADENA DE SUMINISTRO? La industria farmacéutica atraviesa momentos de grandes y variados desafíos dado el alto nivel que exhiben sus principales ac-

tores por un lado y la situación general de la economía, por el otro. Este escenario supone complicaciones en materia de planificación y forecasting, para lo cual nos hemos preparado adoptando tecnología y conocimiento suficiente, que, sumados a nuestra experiencia y data histórica, nos permiten el desarrollo de planes acordes a estas nuevas condiciones. Hoy contamos con un robusto sistema en nuestra cadena de suministro que minimiza impactos a través de oportunos ajustes de inventario y una mayor frecuencia de reposición, lo que garantiza la continuidad en el abastecimiento de medicamentos.

¿QUÉ FACTORES CONSIDERAS ESENCIALES PARA LOGRAR UN EQUILIBRIO ENTRE CUMPLIMIENTO NORMATIVO, EFICIENCIA Y AGILIDAD LOGÍSTICA? En un sector tan regulado, considero al menos tres elementos como esenciales para lograr el equilibrio indicado: capacitación constante, alto nivel de inversión en infraestructura y equipos y creatividad.

Quienes nos desempeñamos en esta industria debemos conocer al detalle el marco normativo legal que nos rige y buscar permanentemente la actualización tecnológica, más aún en un mundo que avanza cada vez más rápido, acelerando como nunca la obsolescencia de procesos y sistemas. Por último, la creatividad también juega un rol fundamental, ya que nos permite desarrollar nuevas y eficientes formas de mantener la agilidad.

LA RESILIENCIA SE HA VUELTO UNA PALABRA CLAVE. ¿QUÉ TAN PREPARADA ESTA LA CADENA DE SUMINISTRO FARMACÉUTICA EN LATINOAMÉRICA PARA ENFRENTAR ESCENARIOS DE INCERTIDUMBRE? Sin duda alguna que la resiliencia es un factor central en la gestión logística. Yo diría que post pandemia, la industria aprendió a mantenerse preparada en todo momento asumiendo que una situación similar a la vivida podría volver a repetirse. En este sentido, creo que el mayor desafío está en consolidar lo aprendido y cuidarnos de la tentación de bajar la guardia para no perder la capacidad y la flexibilidad que hoy nos permite responder con anticipación y eficacia.

¿QUÉ IMPORTANCIA LE DAS A LA RELACIÓN ENTRE LABORATORIOS, OPERADORES LOGÍSTICOS, DISTRIBUIDORES Y PUNTOS DE VENTA? En esta industria la buena comunicación entre todos es fundamental para garantizar la disponibilidad, trazabilidad, oportunidad e inocuidad de los medicamentos

que ponemos a disposición de las personas. Sin duda que la adopción de estándares como el GS1-128 han sido clave para avanzar en ese objetivo. Asimismo, mantener un buen fill rate con los proveedores resulta decisivo, ya que permite asegurar la continuidad del abastecimiento y, en definitiva, el cumplimiento hacia los pacientes.

¿QUÉ CAPACIDADES O COMPETENCIAS DEBERÍAN FORTALECER LOS EQUIPOS DE SUPPLY CHAIN? Deben fortalecer capacidades que les permitan responder con agilidad a un entorno cada vez más dinámico. La comunicación efectiva resulta clave para coordinar a todos los actores de la cadena. A su vez, la orientación al cliente asegura que cada decisión esté alineada con sus necesidades. Finalmente, el análisis de datos se vuelve una competencia esencial para anticipar tendencias, optimizar recursos y generar una logística más eficiente.

¿QUÉ AVANCES O SOLUCIONES CONSIDERAS MÁS RELEVANTES PARA ELEVAR LA EFICIENCIA DE LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y LA TRAZABILIDAD EN FARMA? La industria farmacéutica se distingue por requerir un abastecimiento muy al detalle y por mantener inventarios cada vez más ajustados en los locales. En este contexto, contar con los mayores niveles de automatización en los centros de distribución resulta fundamental para enfocar los equipos humanos en el picking de productos que requieren mayor atención.

Estas soluciones no solo aumentan la eficiencia operativa, sino que también fortalecen la trazabilidad de los productos, aportando ventajas competitivas, permite disminuir errores y, por ende, asegurar un abastecimiento más preciso y confiable.

A NIVEL PERSONAL, ¿QUÉ TE MOTIVA DE LIDERAR EN UN ÁREA TAN ESTRATÉGICA? Liderar en planificación de la demanda y gestión logística en la industria farmacéutica es un orgullo, porque nos permite aportar directamente al sistema de salud del país, más aún en una empresa como Farmacias Ahumada que se encuentra en plena ejecución de un robusto plan de expansión.

Hoy, como empresa, enfrentamos el desafío de dar el siguiente paso, y mi motivación es contribuir a que Farmacias Ahumada siga mejorando su posición en el mercado mediante atributos esenciales como eficiencia, innovación y compromiso con la salud de las personas.

A MEDIDA QUE LINKEDIN SE CONSOLIDA COMO LA RED PROFESIONAL MÁS INFLUYENTE DEL MUNDO, LAS EMPRESAS ENFRENTAN UN NUEVO DILEMA: CÓMO APROVECHAR LA VOZ DE SUS COLABORADORES COMO EMBAJADORES DE MARCA SIN PONER EN RIESGO LA COHERENCIA DE SU MENSAJE. EN OCASIONES, LA LÍNEA ENTRE LA OPORTUNIDAD Y LA EXPOSICIÓN PUEDE SER MÁS DELGADA DE LO QUE PARECE.

COLABORADORES EN RRSS CORPORATIVAS: ENTRE EL EMPODERAMIENTO Y EL RIESGO INSTITUCIONAL



“Los colaboradores son el motor de una marca y los mejores embajadores de lo que sucede dentro y fuera de las organizaciones”, afirma Natalia Zúñiga, directora de Marketing y Comunicaciones de Randstad Chile. En su visión, el valor de LinkedIn radica en su capacidad de humanizar las marcas y proyectar credibilidad en audiencias que ya desconfían de los mensajes corporativos tradicionales.

Esta tendencia, además, está respaldada por cifras. LinkedIn supera hoy los 1.100 millones de usuarios a nivel global, y estudios internacionales confirman que las publicaciones de empleados generan hasta 561 % más alcance y ocho veces más engagement que las corporativas.

En un contexto de sobreinformación, esa autenticidad resulta mucho más persuasiva que cualquier campaña planificada.

EL PODER DE LA VOZ INTERNA

Para Mackarena Gallardo, directora comercial de Rompecabeza Digital, esta dinámica refleja una necesidad genuina de conexión. “Las personas quieren conectar desde lo real. LinkedIn se ha transformado en un espacio donde los colaboradores se convierten en portavoces espontáneos de las marcas, y eso tiene un enorme potencial si se gestiona con confianza, guía y propósito”, señala.

Las motivaciones detrás de esta conducta son diversas, pero pueden resumirse en tres factores: orgullo de pertenencia, que impulsa a compartir los logros de la empresa; deseo de visibilidad profesional, que permite posicionarse como referente del sector y; búsqueda de reconocimiento social, donde la validación del entorno refuerza el compromiso con la marca.

Zúñiga añade que cuando el orgullo y la autenticidad guían la participación, “se genera un ciclo virtuoso de credibilidad y conexión con talento, clientes y comunidad”. Por eso, Randstad implementó un programa interno de contenido para colaboradores, con material curado y li-

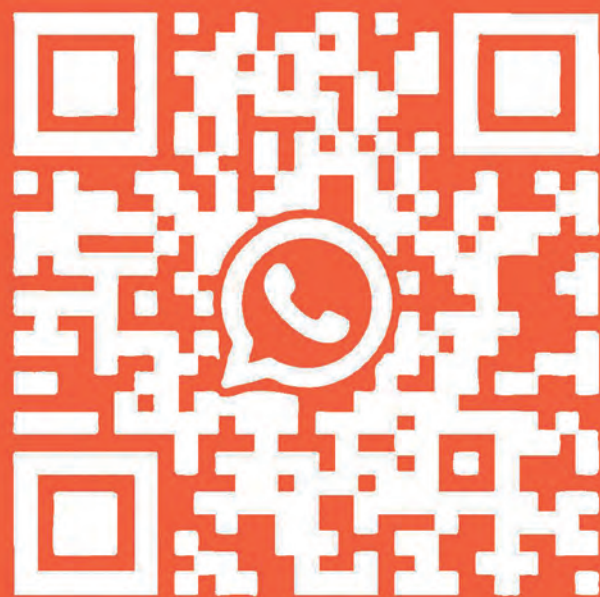
LinkedIn ha dejado de ser solo una plataforma para buscar u ofrecer empleo, convirtiéndose en un espacio donde las organizaciones construyen reputación y sus colabo-

radore -desde practicantes hasta altos ejecutivos- actúan como portavoces espontáneos. En ese entorno, cada publicación, comentario o interacción contribuye a modelar la percepción externa de la empresa.

**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



neamientos que han fortalecido su marca empleadora y visibilidad digital.

Gallardo coincide: “Hoy, las decisiones de postular a una empresa están fuertemente influenciadas por lo que dicen y muestran sus colaboradores en redes. Cuando hay coherencia entre el relato institucional y lo que comunican las personas, la reputación empleadora se multiplica”.

DE EMPLEADOS A EMBAJADORES

Este fenómeno ha ido transformando el modo en que las compañías piensan su comunicación corporativa. Ya no basta con una estrategia institucional bien diseñada: la verdadera influencia proviene de las personas.

Gallardo cita los casos de Mercado Libre y Banco BCI, donde la participación activa y orgánica de los equipos ha contribuido a amplificar la reputación de ambas marcas. “Son culturas donde el orgullo interno se traduce en contenido espontáneo y positivo, y esa autenticidad genera confianza dentro y fuera de la organización”, explica.



Natalia Zúñiga
Directora de Marketing y Comunicaciones
en Randstad Chile.

74

En esa misma línea, la especialista enfatiza que el desafío no está en controlar la narrativa, sino en facilitarla. Las empresas más efectivas no imponen cursos, sino que entregan herramientas y espacios de co-creación, reconociendo públicamente las buenas prácticas y promoviendo un liderazgo horizontal que inspira, no vigila.

Pese a estos beneficios, también es cierto que las redes pueden amplificar los riesgos y los especialistas coinciden en que las organizaciones deben actuar con previsión frente a este escenario.

“Uno de los principales desafíos es equilibrar la libertad de expresión con la protección de la reputación corporativa”, advierte Zúñiga. Entre los riesgos más frecuentes menciona la divulgación accidental de información sensible (sobre clientes, proyectos o estrategias); mensajes mal interpretados o descontextualizados, que pueden generar percepciones negativas y publicaciones inapropiadas o controvertidas, con impacto directo en la imagen corporativa.

Para prevenir estos escenarios, Randstad recomienda formalizar políticas de redes sociales dentro del Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad. Estas deben definir con claridad al menos tres aspectos clave: la confidencialidad y el tipo de información compartible; el uso de marca y coherencia en el tono comunicacional y; los canales de acompañamiento y la consulta previa a publicaciones.

Gallardo coincide en que el enfoque debe ser educativo, no punitivo: “Las empresas deben actuar con diálogo, no con sanción. Si un colaborador comete un error, la situación puede transformarse en una oportunidad para revisar protocolos y fortalecer la cultura digital interna”.

CONSTRUIR CONFIANZA

A partir de sus experiencias, ambas especialistas delinearán una hoja de ruta práctica para transformar el riesgo en oportunidad y que debiera considerar los siguientes elementos:

- **Capacitación permanente:** sensibilizar a los equipos sobre el uso responsable de las redes y los límites de la información sensible.
- **Kits digitales de contenido:** facilitar materiales listos para compartir (imágenes, hashtags, mensajes clave).
- **Reconocimiento interno:** destacar públicamente a quienes amplifican positivamente la marca.

• **Participación del liderazgo:** los ejecutivos deben dar el ejemplo y comunicar desde la autenticidad.

• **Retroalimentación y monitoreo:** mantener canales de contacto para resolver dudas antes de publicar.

• **Medición de impacto:** establecer métricas que midan alcance, engagement y atracción de talento.

De esta forma, el employee advocacy o “promoción de marca por parte de los colaboradores” deja de ser una práctica espontánea para transformarse en una estrategia planificada de comunicación corporativa, que equilibra confianza, formación y reputación.

EL FUTURO DEL EMPLOYEE ADVOCACY

Todo indica que esta tendencia seguirá creciendo. Los programas formales de embajadores ya son una realidad en muchas organizaciones globales: el 31% de las empresas de alto crecimiento los implementa y reporta un aumento del 25 % al 40 % en su engagement total, según el Employee Advocacy Benchmark Report 2025.



Mackarena Gallardo
Directora comercial
en Rompecabeza Digital

Además, el 83 % de los empleados declara sentirse más comprometido con su empresa cuando se incentiva la participación en redes, lo que refuerza la idea de que empoderar a los colaboradores no solo amplifica el mensaje externo, sino también la cultura interna. Zúñiga resume este cambio con una frase que sintetiza el nuevo paradigma: “un colaborador motivado y auténtico genera un impacto que ningún mensaje corporativo podría igualar.”

En esa línea, más que un riesgo, la participación de los colaboradores debe entenderse como una oportunidad estratégica de gestión de reputación y cultura.

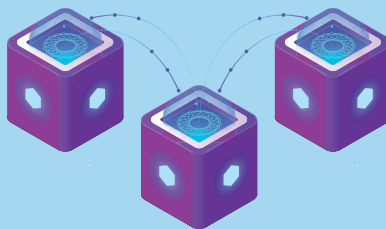
El desafío para las empresas es pasar del control a la confianza y del discurso impuesto al relato compartido. Porque cuando los trabajadores hablan con orgullo y autenticidad, la marca deja de ser una promesa y se convierte en una voz colectiva.

OPENAI Y SU PROYECTO DE RED SOCIAL LABORAL

Los buenos resultados de LinkedIn han motivado a otras empresas de tecnología a desarrollar sus propios espacios sociales. Recientemente se supo que OpenAI estaría trabajando en un prototipo de red con feed tipo "X" como parte de su ecosistema ChatGPT. El objetivo no es simplemente competir con gigantes como Meta o X, sino integrar experiencias sociales impulsadas por IA, aprovechando su base de usuarios existente y recogiendo interacciones para alimentar modelos más inteligentes.

Anteriormente, Microsoft también exploró en el desarrollo de redes sociales internas y hace un par de años transformó su plataforma Yammer en Viva Engage, posicionándolo como una red social interna dentro de Microsoft 365, con funciones de comunidad, feed de noticias y espacio para que colaboradores interactúen más allá del correo o chat.

Otras plataformas conocidas en este espacio son Workvivo, que combina integración con herramientas como Slack o SharePoint o soluciones como Staffbase e intranets con funciones sociales, que apuntan a convertir el flujo informativo interno en una red activa. En todos estos casos, el éxito depende en gran medida del diseño, la gestión y el acompañamiento; muchas iniciativas fallan si se quedan en una "intranet social" que nadie visita o son meramente ornamentales. ■



RANKING DE REPUTACIÓN DIGITAL DE LÍDERES EN CHILE (2025)

A principios de octubre se dio a conocer el "Estudio de Reputación Digital de los Líderes Empresariales", realizado por INC Consultores e Ipsos. El informe analizó 71.960 conversaciones digitales entre marzo y mayo de 2025 en plataformas como LinkedIn, medios digitales y redes sociales.

En ese estudio, Carolina García, fundadora de Fundación Comunidad Inclusiva, lidera el ranking con una nota de 5,71 sobre 7. Le siguen nombres como María Francisca Yáñez (Coca-Cola Andina), Gloria Maldonado (presidenta del directorio de ENAP) y Juan Pablo Swett (Multigremial Nacional).

El ranking mide tres dimensiones clave: notoriedad, gestión en LinkedIn y notabilidad en medios digitales.

"El ranking 2025 evidencia que, aunque los cargos relevantes siguen siendo importantes, hoy la reputación se sostiene también en la legitimidad que otorgan causas sociales, la sostenibilidad, la diversidad y, cada vez más, la valorización de capacidades técnicas y de gestión", señala Diego Fuentes, socio fundador de INC Consultores.

EMOTRANS
Customized Global Logistics

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 tw t v
@emotranschilesa

Hace un cuarto de siglo hablar de logística en Chile era casi un tema de nicho. Pocas empresas veían en este ámbito un área estratégica para su competitividad, y menos aún existían medios especializados que abordaran sus desafíos, tendencias y oportunidades. En ese contexto nació LOGISTEC, con la convicción de que la logística sería uno de los motores de crecimiento del país.



“Cuando partimos, no era fácil hablar de logística. No era un tema que estuviera en las agendas empresariales, ni en la conversación pública. Sin embargo, teníamos la certeza de que tarde o temprano se transformaría en un factor decisivo para el desarrollo de Chile”, recuerda Fernando Ríos, director ejecutivo de Logistec.

Hoy, 25 años después, la historia les ha dado la razón. La logística es reconocida como un pilar estratégico en la operación de las empresas, un habilitador del comercio internacional y un componente clave de la competitividad nacional. Y en ese camino, LOGISTEC ha estado presente como un actor de referencia, acompañando, difundiendo y proyectando el desarrollo de toda una industria.

LOS HITOS DE UNA HISTORIA DE PERSEVERANCIA Y VISIÓN

La trayectoria de la empresa no ha estado exenta de desafíos. Como todo proyecto

UNA HISTORIA QUE COMENZÓ CUANDO LA LOGÍSTICA AÚN NO ERA PROTAGONISTA, CON EL SUEÑO DE CREAR UN MEDIO ESPECIALIZADO. HOY, 25 AÑOS DESPUÉS, LOGISTEC ES UNA PLATAFORMA CONSOLIDADA QUE DA VOZ, VISIBILIDAD Y PROYECCIÓN A TODA UNA INDUSTRIA CLAVE PARA EL DESARROLLO NACIONAL, GRACIAS AL TALENTO Y COMPROMISO DEL EQUIPO DE PROFESIONALES QUE LO CONFORMAN.

LOGISTEC: 25 AÑOS APORTANDO AL DESARROLLO LOGÍSTICO

pionero, ha debido enfrentar momentos de incertidumbre, cambios de mercado, crisis económicas e incluso una pandemia que transformó radicalmente la forma de ver el mundo y a la cual, LOGISTEC se adaptó con flexibilidad, agilidad y también asumiendo riesgos, apuntando fuertemente al mundo online como una plataforma para vincularse con clientes y lectores.

25 años? Increíble. Sin duda han sido testigos del crecimiento de nuestra industria y, a la vez, la industria ha sido testigo de vuestro aporte, profesionalismo, desarrollo, tecnologización y más. Siempre se los he dicho: son geniales. Vaya mi saludo a todo el equipo por el excelente trabajo que desarrollan. Felicidades. Y que cumplan muchos años más.

Germán Flores Miranda, Director Comercial de Latinoamérica en AR Racking

A lo largo de esta historia, también ha cosechado grandes satisfacciones y reconocimientos que marcan un legado.

• **Nacimiento de la revista:** En 2000 se lanzó el primer número de LOGISTEC, una edición en papel que buscaba acercar la logística a empresarios, ejecutivos y especialistas. Era un medio disruptivo, que hablaba de un tema aún incipiente en Chile.

• **Consolidación editorial:** Durante la década de los 2000, la revista se posicionó como referente editorial, siendo testigo de los grandes cambios de la logística: la globalización, el auge de las cadenas

de suministro integradas, el impacto del e-Commerce y la incorporación de tecnologías digitales.

• **Diversificación de plataformas:** El crecimiento no se limitó al papel. LOGISTEC entendió que los tiempos demandaban nuevos formatos y canales. Así nacieron proyectos como Logistec TV, con contenidos audiovisuales, y las plataformas digitales que ampliaron la llegada de la marca a toda Latinoamérica.

• **La feria:** Uno de los grandes hitos ha sido la creación de Logistec Show, la feria internacional de la logística que este 2026 celebrará su décima versión. Un espacio que se consolidó como punto de encuentro de empresas, ejecutivos, proveedores y tomadores de decisiones, y que ha reunido durante más de una década a lo mejor de la industria local.

¡Bodas de Plata! La industria ha experimentado una metamorfosis en las últimas dos décadas y media, evolucionando desde un sector predominantemente manual y fragmentado hacia un ecosistema digital, interconectado y altamente eficiente. Logistec ha sido testigo y se ha convertido en líder de información, opinión y un pilar de conexión para los distintos actores.

Marcia Carrasco R.
Procurement Director en Precision

• **Expansión regional:** LOGISTEC ha proyectado su influencia más allá de Chile, convirtiéndose en un medio reconocido en América Latina y consolidando su rol como puente entre tendencias globales y



Tranquilidad

En TG Go ofrecemos un servicio premium de excelencia para **la logística de carga segura**. Sabemos que tu tranquilidad y seguridad no tiene precio, confía tu carga en nosotros.

WWW.TG-GO.CL 

 [tggo_chile](https://www.instagram.com/tggo_chile)  [TG Go](https://www.linkedin.com/company/tg-go)



realidades locales conformando una red de contacto de más de 30.000 lectores, de diversos países.



“Han sido años de mucho esfuerzo, de sobreponerse a escenarios difíciles, pero también de construir con pasión un espacio que la industria necesitaba. Hoy podemos mirar hacia atrás con orgullo, porque hemos contribuido a dar visibilidad y fortalecer un sector que es vital para el país”, afirma Paula Cortés, directora comercial.

LO QUE VIENE: FUTURO Y DESAFÍOS INMEDIATOS

Si en sus inicios LOGISTEC hablaba de un tema poco explorado, hoy enfrenta el desafío contrario: la logística está en el centro de la estrategia de negocios, es cada vez más compleja y vive transformaciones permanentes. Digitalización, inteligencia artificial, sustentabilidad, electromovilidad, ciberseguridad y resiliencia de las cadenas globales son solo algunos de los desafíos que marcarán el futuro.

Enviamos un afectuoso saludo a Logistec por su 25º aniversario. Destacamos su valioso trabajo como medio especializado, el cual ha permitido visibilizar el rol estratégico del sector logístico. Con ello, han contribuido a acercar y enriquecer el conocimiento del rubro logístico chileno entre distintas audiencias. ¡Felicitaciones!

Alexis Michea
Gerente General ALOG

“Lo que nos motiva es que la logística nunca se queda quieta. Cada año trae nuevas tendencias, nuevos aprendizajes y también nuevas exigencias. Ese dinamismo es el que nos impulsa a estar siempre atentos, generando contenidos y espacios que acompañen a la industria”, comenta Fernando.

Felices 25 años! Es impresionante ver cómo Logistec ha crecido y contribuido tanto al desarrollo logístico del país. Su trayectoria es un reflejo de trabajo serio, innovación y visión de futuro. Desde Mindugar les mandamos un tremendo abrazo y agradecimientos por todo lo que han hecho por la industria de la logística.

Sebastián García Saba
CEO, Mindugar

En este contexto, LOGISTEC se proyecta con la misma convicción que en su fundación: ser un aliado estratégico de la industria, anticipar tendencias, abrir espacios de discusión y dar visibilidad a quienes construyen el futuro logístico del país.

Celebrar 25 años no sólo es un aniversario, es el reflejo de una trayectoria comprometida con la excelencia y la visión de futuro. Revista Logistec ha sido testigo y protagonista de la evolución de la logística en Chile, contribuyendo a profesionalizar el sector y a construir una comunidad informada y conectada. ¡Felicitades por este nuevo capítulo de liderazgo y compromiso!

Mabel Leva
Directora Ejecutiva en Conecta Logística

Los próximos años estarán marcados por:

- La consolidación de LOGISTEC Show como hub regional, que conecte a Chile y Latinoamérica con la innovación y la tecnología global.



- La expansión de Logistec TV y plataformas digitales, con contenidos especializados y de alto valor para ejecutivos y empresas.

- El fortalecimiento de la comunidad logística, articulando redes de colaboración y conocimiento que impulsen el desarrollo sostenible y competitivo del sector.

MIRAR MÁS ALLÁ

El aniversario no solo invita a mirar lo recorrido, sino también a proyectar lo que viene. ¿Cómo será la logística dentro de otros 25 años? ¿Qué papel cumplirá en la vida de las personas y en la competitividad de los países?

En representación del SCCC, queremos saludar en este aniversario 25 a nuestro histórico partner Logistec. El Supply Chain Council de Chile, desde sus inicios ha encontrado en Logistec un socio en quién apoyarse y lograr amplificar las iniciativas y proyectos que realizamos, buscando en conjunto el desarrollo de esta linda y dura industria.

Tomás Cox
Presidente del Supply Chain Council de Chile

Las próximas décadas estarán marcadas por un nivel de integración total entre tecnología y operación, donde conceptos como automatización total, digital twins, inteligencia artificial aplicada a toda la cadena de suministro y cadenas de cero emisiones serán parte del día a día. Además, la logística jugará un rol decisivo en los objetivos de sustentabilidad, en la competitividad de los países y en la seguridad del abastecimiento global.

Felicidades a Logistec por sus 25 años de trayectoria, consolidándose como un referente en el ámbito de la logística. Su compromiso con la excelencia, la innovación y la difusión del conocimiento ha contribuido de manera invaluable al desarrollo y profesionalización del sector. ¡Felicitades por este importante aniversario y por seguir impulsando el liderazgo logístico!

Paola Espinoza
Directora & Founder en SCHGroup

En este escenario, LOGISTEC proyecta su misión: seguir siendo un referente regional que dé visibilidad a las transformaciones, impulse la conversación sobre el

futuro de la industria y conecte a los actores que harán posible una logística más humana, sostenible y competitiva.

Felicitemos a Revista Logistec por sus 25 años de trayectoria. En Megacentro valoramos su constante aporte al desarrollo del sector inmobiliario y logístico en Chile, así como su compromiso con la difusión de conocimiento y buenas prácticas. Su labor ha sido clave para fortalecer nuestra industria. Les deseamos mucho éxito en los nuevos desafíos que vienen.

Diego Castañeda
Country Manager en Megacentro

“Cumplir 25 años nos llena de orgullo, pero lo que realmente nos mueve es pensar en los próximos 25. La historia de la logística recién comienza, y nosotros queremos seguir siendo parte de ella”, concluye Fernando Ríos.

UNA HISTORIA COMPARTIDA

Los 25 años de LOGISTEC no solo son la historia de una revista, sino también de una comunidad. Empresas, profesionales, académicos, proveedores y clientes han sido parte de esta construcción. Cada edición, cada reportaje y cada feria han sido posibles gracias a la confianza y apoyo de una industria que entendió que la logística debía tener un espacio propio para crecer y proyectarse.

Quiero saludar cordialmente al equipo de Logistec y destacar el impacto que han tenido en la industria. Su trabajo ha aportado información clave y una mirada actualizada que ha sido de gran valor para todos los que impulsamos la innovación en el sector. Es un gusto ver como siguen creciendo y aportando.

Javier Bravo
CEO en Symple

En este aniversario, LOGISTEC extiende una invitación a todas las empresas y actores del sector a ser parte de esta comunidad. En nuestras páginas, ferias y plataformas encontrarán un espacio a su medida para mostrarse al mundo logístico, compartir su visión, visibilizar sus soluciones y conectar con quienes están construyendo el presente y el futuro de la industria. Porque LOGISTEC no solo

informa: también impulsa, articula y abre caminos para que cada compañía pueda potenciar su presencia y liderazgo en el ecosistema logístico.

Extendemos un reconocimiento a Revista Logistec por sus 25 años de destacada trayectoria al servicio de la logística nacional. A lo largo de los años, Logistec ha acompañado de manera constante a INACAP, compartiendo contenidos que fortalecen nuestros recursos académicos y fomentando vínculos con empresas y organizaciones del sector.

Miguel Valencia Herrera
Director Área Logística en INACAP

LOGISTEC mira hacia el futuro con el mismo espíritu pionero que marcó su origen. La experiencia adquirida en este camino de 25 años no solo respalda su trayectoria, sino que impulsa una nueva etapa de crecimiento, innovación y conexión con los protagonistas de la industria, a través de las distintas plataformas que la revista ha ido desarrollando.

¡Muchísimas felicidades en el 25º aniversario! Es un honor ver cómo han crecido y consolidado una presencia tan sólida en la industria. Como siempre, su dedicación y visión innovadora se reflejan en el enorme impacto que han tenido en la logística y el almacenaje. ¡Es un placer trabajar con ustedes y ser testigos del aporte que hacen al desarrollo del sector! Un gran abrazo.

Juan José Álvarez
Gerente de Ventas en Esnova Racks

Los desafíos son grandes, pero también lo son las oportunidades: seguir siendo una fuente de conocimiento, un espacio de encuentro y una voz activa en los temas que marcarán el rumbo del supply chain del futuro. Desde la transformación digital hasta la sostenibilidad, la revista reafirma su compromiso con la excelencia editorial y la creación de valor para toda la comunidad logística.

LOGISTEC es uno de los medios más importantes de Latin America, aportando información siempre actualizada de las soluciones más avanzada y la problemática de un sector tan icónico como es la Logística. Nuestras felicitaciones por estos 25 años de trayectoria!

Fabian Audisio
Vice Presidente de Ventas en TRG Latin America

En ese marco, LOGISTEC ya se prepara para su próxima gran cita: Logistec Show 2026, que se realizará los días 13 y 14 de mayo. Será una versión especial, que celebrará una década de la feria y reunirá en un mismo espacio a las empresas, profesionales y líderes que están definiendo la logística del mañana.

Desde sus inicios han sido un referente de los temas logísticos y nos han alimentado de información y tendencias de los principales actores de la industria Logística. Destaco su gran capacidad técnica y humana ayudando mucho al desarrollo y transmisión del conocimiento en nuestra industria.

Nelson Campos Rebolledo
Gerente General en Intersystems Chile

La invitación es a sumarse a este encuentro y ser testigo de la Innovación, la tecnología, la sustentabilidad y la colaboración que serán los ejes de un evento que promete marcar un nuevo punto de partida para la industria y para LOGISTEC, consolidando su papel como el principal referente de la logística en Chile y Latinoamérica.

Felicidades en estos 25 años de Logistec, una publicación referente en logística y supply chain en la región. Como director del máster en Supply Chain Management de la UAI, quiero expresar mi sincero reconocimiento por su apoyo constante y colaboración, que han sido fundamentales para potenciar la formación y el conocimiento en nuestro sector.

Dr. Jorge Hernández H.
Profesor Titular en Operations & SCM, UAI

Porque después de 25 años, el compromiso sigue intacto: seguir acompañando, inspirando y proyectando el desarrollo logístico... por los próximos 25 años y mucho más de nuevas historias. ■

Felicitaciones por sus 25 años de trayectoria. Han sido un referente clave en el desarrollo de la industria logística en Chile. Su labor ha impulsado el conocimiento, la innovación y la colaboración en el sector. Agradecemos su permanente contribución al crecimiento del ecosistema logístico.

Gerardo Zamora Lira
Gerente Comercial en SLI GROUP.

PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ENFRENTAN ALTOS COSTOS, REGULACIONES COMPLEJAS Y FALTA DE FINANCIAMIENTO, MIENTRAS LUCHAN POR CRECER Y GENERAR EMPLEO. SIN EMBARGO, LAS OPORTUNIDADES ESTÁN: INNOVACIÓN, DIGITALIZACIÓN Y COLABORACIÓN PUEDEN MARCAR LA DIFERENCIA. KATIA TRUSICH, DIRECTORA DE GRANDE PYME, HACE UN LLAMADO A PASAR DE LA RESILIENCIA A LA RELEVANCIA Y RECUERDA A LAS PYMES QUE NO ESTÁN SOLAS: “CHILE NO AVANZA SIN USTEDES”.

PYMES AL LÍMITE: LA TORMENTA PERFECTA QUE CHILE NO PUEDE IGNORAR



Detrás de cada producto, servicio e innovación de nuestro país, hay pequeñas y medianas empresas que luchan por crecer, generar empleo y marcar la diferencia.

Pero no siempre es fácil: muchas enfrentan incertidumbre, falta de recursos y desafíos estructurales que amenazan su desarrollo. Para visibilizar su aporte y abrir caminos de apoyo concreto, surge Gran de Pyme, una corporación impulsada por

Abastible, SURA, BCI y Entel, que articula la colaboración entre grandes empresas para fortalecer a las PYMES y construir un ecosistema más competitivo, formal y sostenible.

Según Katia Trusich, directa ejecutiva de Grande Pyme, las PYMES enfrentan una verdadera “tormenta perfecta”: alza del salario mínimo, Ley Karin, reducción de jornada laboral y alta carga regulatoria.

“Son medidas socialmente necesarias, pero las empresas pequeñas carecen de departamentos especializados y recursos para adaptarse como las grandes”, explica. Entre sus principales desafíos están la sobrecarga administrativa y tributaria, el financiamiento limitado —ya que la mayoría se autofinancia y dos de cada tres no supera los tres años de vida—, el déficit de capital humano y la informalidad, que alcanza al 21% de los empleos en PYMES y al 48% en microempresas.



Katia Trusich
Directora
en Grande Pyme

En esta entrevista, Katia Trusich nos cuenta cómo ve el momento que viven las PYMES, qué distingue a las que logran consolidarse y cuáles son las oportunidades para que Chile deje de crecer a medio motor.

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES PREOCUPACIONES DEL SECTOR?

Las PYMES enfrentan una verdadera “tormenta perfecta”: alza del salario mínimo, Ley Karin, reducción de jornada laboral y alta carga regulatoria. Son medidas socialmente necesarias, pero las empresas pequeñas carecen de departamentos especializados y recursos para adaptarse como las grandes. Sus principales dolores

son cuatro. **Primero**, la sobrecarga administrativa y tributaria: si para las grandes empresas ya es complejo navegar permisos, para una PYME con recursos limitados es aún más difícil. **Segundo**, el financiamiento: la mayoría se autofinancia y dos de cada tres no supera los tres años de vida. **Tercero**, el déficit de capital humano: un 18% de sus trabajadores tiene baja escolaridad, lo que limita productividad y expansión. Y **Cuarto**, la informalidad: el 21% de los empleos en PYMEs es informal, llegando al 48% en microempresas.

¿QUÉ DIFERENCIA A LAS EMPRESAS QUE SE CONSOLIDAN DE LAS QUE SOLO SOBREVIVEN?

Las cifras del Observatorio Grande Pyme permiten identificar un patrón claro. Las empresas que logran consolidarse son aquellas que se integran a cadenas de valor junto a grandes compañías, acceden a financiamiento competitivo y lo utilizan de forma estratégica, invierten en la formación continua de su capital humano y avanzan en procesos de digitalización con propósito, es decir, no solo incorporando herramientas, sino transformando la manera en que operan. Además, suelen formalizarse tempranamente, lo que les permite acceder a mayor protección y oportunidades de crecimiento.

En contraste, las empresas que solo sobreviven operan de manera aislada, concentrándose en la venta directa a consumidores finales —una realidad que alcanza al 52% de las microempresas frente al 21% en grandes compañías—, se autofinancian con muy poca capacidad de inversión y mantienen altos niveles de informalidad, llegando al 48% en el caso de las microempresas.

Esto se traduce también en brechas salariales importantes: mientras las grandes empresas pagan en promedio \$1.172 mil, las microempresas apenas alcanzan los

\$617 mil. Finalmente, la internacionalización es casi inexistente: solo un 2,7% de las PYMEs exporta, frente a un 22% de las grandes empresas. Finalmente hay una diferencia en la capacidad de proyección: las que se consolidan piensan en crecimiento; las que sobreviven, en el día a día.

¿QUÉ FALTA PARA QUE LAS PYMES ACCEDAN A FINANCIAMIENTO, INNOVACIÓN Y REDES COMERCIALES?

Lo que falta no son más programas aislados, sino un ecosistema robusto que permita a las PYMEs crecer. En financiamiento, se necesitan garantías estatales más accesibles, instrumentos diseñados para su realidad y educación financiera estructurada. En innovación, el desafío es

transferir tecnología desde grandes empresas, escalar programas de mentoría y ofrecer soluciones aplicables y accesibles, no solo de punta.

Y en redes comerciales, urge avanzar en compras públicas inclusivas, plataformas de encadenamiento productivo y apoyo real a la exportación, considerando que solo un 2,7% de las PYMEs llega a mercados internacionales. Por encima de todo, lo que más demandan es certeza regulatoria y simplificación normativa: una PYME no puede invertir si no sabe si podrá sostener sus operaciones frente a la burocracia.

¿DÓNDE ESTÁN LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA PARA EL CRECIMIENTO ESTABLE?

Las oportunidades están en cuatro frentes. **Primero**, una simplificación regulatoria



techfy Registered Reseller

Transformamos tu logística

Soluciones integrales combinando hardwares, software inteligente y servicios especializados.

Hardware	Software	Servicios
• Impresoras • Escáneres • Tablets Robustas	• Trazabilidad • Automatización • Control de Activos	• Soporte Técnico, • Implementación • Consultoría

Conéctate con nosotros y evoluciona tu operación logística.

www.techfy.cl

ria real: ventanilla única digital, permisos diferenciados por tamaño y fast tracks para formalización. **Segundo**, integración a cadenas de valor con programas de proveedores escalables, compras públicas inclusivas y certificaciones accesibles. **Tercero**, formación de capital humano mediante reconversión sectorial, capacitación continua subsidiada e incentivos a contratar talento calificado. Y **Cuarto**, financiamiento inclusivo con instrumentos adaptados a los ciclos de caja PYME, garantías estatales ágiles y educación financiera estructurada.

El modelo alemán del Mittelstand muestra el camino: PYMEs que representan más del 99% de las empresas, generan más de la mitad del empleo y son "hidden champions" globales gracias a innovación, sostenibilidad y visión de largo plazo.

¿QUÉ SECTORES VES CON MAYOR POTENCIAL DE EXPANSIÓN?

El mayor potencial está en cinco sectores. **Primero**, los servicios tecnológicos y digitales —software, ciberseguridad, marketing— por su bajo capital físico, alto valor agregado y capacidad exportadora. **Segundo**, la agroindustria y los alimentos procesados: Chile tiene ventajas comparativas y puede pasar de producción primaria a agregar valor para mercados internacionales. **Tercero**, los servicios

renovables y reutilización abren nichos crecientes con regulación favorable. Y **Quinto**, la logística y última milla, impulsada por el e-Commerce y la demanda de trazabilidad e integración con grandes plataformas.

El comercio seguirá siendo clave (17% del empleo PYME), pero el crecimiento sostenible vendrá de sectores que generen más valor y dependan menos de infraestructura física costosa.

¿QUÉ MENSAJE LE DARÍAS A LAS PYMES QUE ENFRENTAN INCERTIDUMBRE PERO BUSCAN REINVENTARSE?

No están solas. Sabemos lo difícil que es emprender y sostener una empresa, pero también que Chile no avanza sin ustedes y que las grandes compañías las necesitan. Desde Grande Pyme queremos visibilizar su rol y elevarlo. Mi mensaje es triple: **Primero**, pasen de la resiliencia a la relevancia: no basta con sobrevivir, es hora de prosperar con condiciones justas para invertir, innovar y exportar. **Segundo**, la reinención es colectiva: las PYMES aisladas sobreviven, las conectadas crecen. Las alianzas con grandes empresas y entre pares deben multiplicarse. Y **Tercero**, el conocimiento es la mejor inversión:

LA LOGÍSTICA Y ÚLTIMA MILLA, IMPULSADA POR EL E-COMMERCE Y LA DEMANDA DE TRAZABILIDAD E INTEGRACIÓN CON GRANDES PLATAFORMAS. EL COMERCIO SEGUIRÁ SIENDO CLAVE (17% DEL EMPLEO PYME), PERO EL CRECIMIENTO SOSTENIBLE VENDRÁ DE SECTORES QUE GENEREN MÁS VALOR Y DEPENDAN MENOS DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA COSTOSA.

profesionales especializados —consulta, diseño, ingeniería—, que gracias a la digitalización pueden escalar con mayor productividad que el comercio tradicional. **Cuarto**, la economía circular y la sostenibilidad, donde reciclaje, energías

con baja escolaridad y productividad limitada, cada peso en capacitación se traduce en más valor.

Chile no puede conformarse con muchas empresas pequeñas que pagan poco, ne-

cesita medianas que generen empleo de calidad. Esa transformación empieza hoy, y las PYMEs son protagonistas. ■



5 CLAVES PARA EL CRECIMIENTO DE LAS PYMES

- Romper el círculo vicioso de baja productividad - salarios bajos, poco talento, baja productividad - con educación, innovación y herramientas de crecimiento.
- Políticas de Estado estables y con continuidad, no programas de gobierno de corto plazo.
- Digitalización con propósito: transformar modelos de negocio, con capacitación masiva y conectividad accesible.
- Integración a mercados: dejar de depender del consumidor final e incorporarse a cadenas B2B y exportación.
- Formalización incentivada: reducir trabas, ofrecer beneficios claros y reglas simples frente a una informalidad que llega al 48% en microempresas.

"Si logramos integrar a las PYMEs a la modernización, Chile dejará de crecer a medio motor y lo hará de manera más rápida y justa", afirma Katia Trusich.



+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



NAVEGANDO UN MUNDO COMPLEJO: RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL SECTOR DE LA LOGÍSTICA Y TRANSPORTE EN 2025

A PESAR DE LOS MUCHOS DESAFÍOS, 2025 TAMBIÉN ESCONDE OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR DE LA LOGÍSTICA Y EL TRANSPORTE.



84

Transportar mercancías y personas alrededor del mundo siempre ha exigido un alto grado de resiliencia y flexibilidad para adaptarse a las complejidades propias del negocio y, la vez, la posibilidad de cambios disruptivos. En los últimos años, sin embargo, ambas circunstancias han sido llevadas al límite. Las nuevas regulaciones, las tensiones comerciales y la inestabilidad geopolítica preocupan cada vez más al sector de la logística y el transporte, tal como se desprende del informe Global Transportation and Logistics Risk de WTW, elaborado en base a la información proporcionada por 400 altos directivos de la industria.

Sin embargo, a pesar de los nubarrones en el horizonte, las empresas del sector

mantienen el optimismo y tienen claras las oportunidades de crecimiento que llegan de la mano del comercio, las infraestructuras y la tecnología.

LOS 5 RIESGOS PRINCIPALES DEL SECTOR

Más de la mitad de los directivos encuestados señalaron que los cambios regulatorios son uno de los mayores riesgos para el sector, reflejando la preocupación por el aumento de la carga burocrática y el cumplimiento normativo en áreas como la ciberseguridad o la protección medioambiental. Además, entre los grandes riesgos para la continuidad de la cadena de suministros, vista desde la perspectiva de

la logística, el 68% mencionó las disputas comerciales y el 62%, los desafíos geopolíticos. A nivel medioambiental, el 61% afirmó que la estrategia de sostenibilidad de la empresa es su mayor fuente de riesgos, junto al aumento de la presión para acelerar la descarbonización.

Estas preocupaciones coinciden en gran medida con las de nuestros analistas, que señalan que estos con los 5 riesgos que el sector debe seguir de cerca en estos tiempos:

1. CONFLICTOS E INESTABILIDAD POLÍTICA

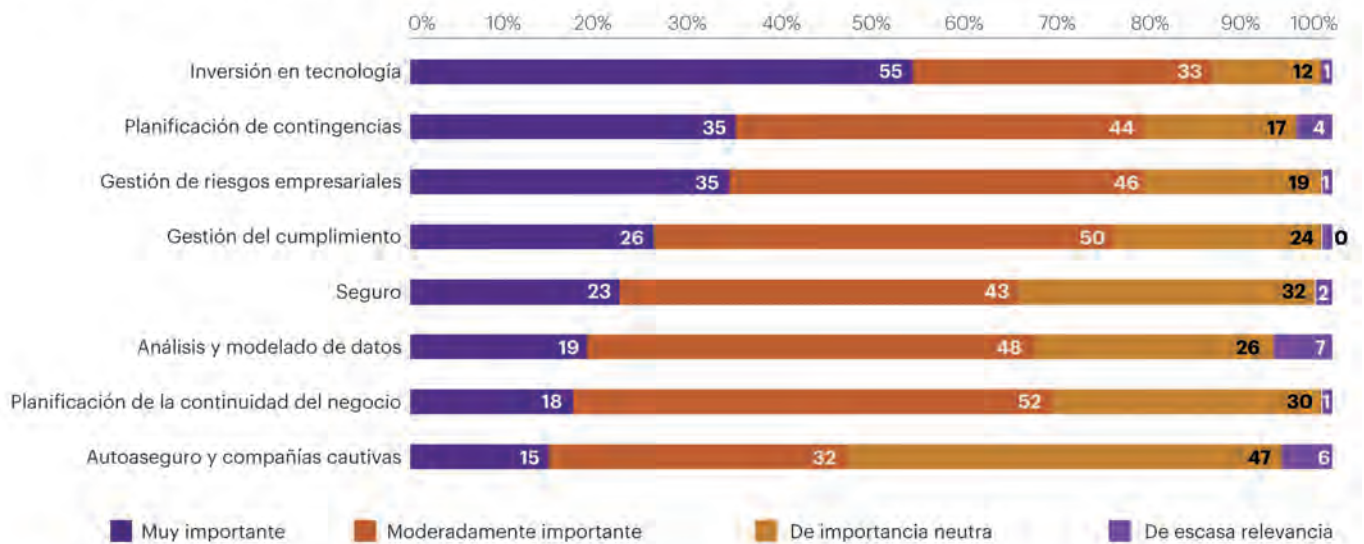
Los factores geopolíticos podrían interrumpir el transporte global en 2025. La inestabilidad política, los ataques, las guerras en curso y los posibles nuevos conflictos amenazan con generar retrasos y pérdidas para las empresas de transporte y logística.

En este sentido, a nivel del mercado de seguros, se observa un aumento en la contratación de coberturas adicionales de Guerra para transporte terrestre, de seguros de responsabilidad civil de fletadores, lo que se vislumbra como claras señales de un aumento de la preocupación.

2. DISRUPCIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Las posibles interrupciones causadas por guerras arancelarias, tensiones comerciales y retrasos de proveedores se verán intensificadas por la creciente interdependencia global de la cadena de suministro. Las empresas de transporte y logística deben supervisar y fortalecer las relaciones con sus socios clave, diversificar rutas y proveedores y mejorar el análisis de los riesgos de la cadena de suministro.

Estrategias importantes para mitigar el riesgo



Pregunta: ¿Qué tan importantes son estas estrategias para gestionar y mitigar sus riesgos? (Una respuesta por fila).

El diseño de nuevos productos hechos a la medida que buscan cubrir los riesgos de interrupción de negocio relacionados con lo anterior, pérdidas consecuenciales y gastos de fletes derivados de retrasos de carga son el foco de la discusión en el mercado asegurador.

3. FENÓMENOS METEOROLÓGICOS EXTREMOS

Los fenómenos meteorológicos extremos se están volviendo más frecuentes y severos, lo que multiplica los impactos en la infraestructura logística global y aumenta los retrasos, los costes y los desafíos operativos. Las empresas del sector deben identificar estrategias para mejorar su resiliencia y desarrollar planes de contingencia para mantener el buen funcionamiento de sus operaciones.

El mercado asegurador está cada vez más ávido de visualizar la capacidad de identificación y mitigación que se relacionan a estos riesgos para entender cuáles de estos y como se están transfiriendo.

4. CIBERCRIMINALES

La amenaza de los ataques cibernéticos perpetrados tanto por delincuentes como por estados hacia infraestructuras de

transporte críticas es una preocupación creciente.

La rápida digitalización de los sistemas y operaciones están ampliando la superficie expuesta a posibles ciberataques, por lo que las empresas deben trabajar de forma continua para evaluar sus vulnerabilidades y fortalecer sus controles de seguridad.

En este último tiempo se observa una rápida la evolución y sofisticación de los productos Ad-Hoc que cubren este tipo de riesgo a causa de los siniestros que han afectado a la industria. Por ejemplo, cobertura Cynav, Cyfly.

5. DESAFÍOS DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA

La mayoría de las empresas de transporte cuentan con flotas obsoletas. A pesar de la presión regulatoria para adoptar vehículos eléctricos y de hidrógeno, la transición es demasiado costosa para muchas de ellas y las infraestructuras de carga y almacenamiento.

El desafío de la industria aseguradora es adaptarse a estas nuevas tecnologías y riesgos derivados de esta, reconociendo las peculiaridades de esta tecnología en la

industria. A pesar de los muchos desafíos, 2025 también esconde oportunidades para el sector de la logística y el transporte.

El 57 % de los directivos encuestados cree que las mayores oportunidades estarán en las inversiones en las infraestructuras para completar la transición energética del sector.

Además, el 55 % señala que la inversión en tecnología conlleva oportunidades importantes asociadas a la gestión y a la mitigación de riesgos, así como a la automatización de las operaciones.

El transporte y la logística ocupan un lugar central en la economía global. El mercado asegurador debe trabajar en la búsqueda de soluciones a las nuevas necesidades que afectan a la industria.

La utilización de herramientas tecnológicas basados en técnicas de data y analytics, permitirán identificar de forma adecuada los riesgos y encontrar mecanismos para mitigarlo o soluciones. ■

Por Gustavo Toro
Head of Marine, WTW

MÁS MUJERES CONDUCTORAS EN LOGÍSTICA: UNA RESPUESTA ESTRATÉGICA A LA ESCASEZ DE CONDUCTORES



Gracias a la colaboración del sector público, financistas de becas, empresas operadoras, escuelas de conducción y gobiernos locales, la participación femenina en la conducción de buses del sistema RED pasó de un 0,24% en 2007 a un 13% en 2025.

Con la misma lógica transformadora y colaborativa surge la iniciativa “Más Mujeres Conductoras en Logística”, liderada por Conecta Logística, el Programa de Desarrollo Logístico del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones y Women in Supply Chain Chile, con el apoyo de OTIC SOFOFA, SENCE y la Ilustre Municipalidad de Renca.

Como acción pionera, la iniciativa se desarrolla en Renca, a partir del levantamiento de necesidades de contratación de nueve empresas del sector —CCU, Sotraser, Cargotrans Schiappacasse, Grupo Ahona, Walmart, CCTI, Enrique y Renzo Cavallieri y Cía. (NewTruck), Ortega Transportes y DHL Global Forwarding Chile—, que se comprometieron a incorporar conductoras en sus operaciones.

A partir de esa demanda, se articuló con OTIC SOFOFA 15 becas de formación para la licencia A5, mientras que el Municipio apoyó activamente en la convocatoria, que generó una respuesta muy positiva con más de 100 mujeres postulantes. Las actividades formativas comenzarán en octubre de 2025, dando inicio a un proceso estructurado de capacitación y empleabilidad femenina en el transporte de carga.

Aunque la participación femenina en la conducción de camiones sigue siendo baja, las señales de cambio ya son visibles. Conecta Logística, desde su rol articulador, está impulsando acciones concretas que abren nuevas oportunidades para las mujeres en el sector.

Cada beca, cada empresa comprometida y cada curso en marcha son pasos reales hacia un futuro más equitativo y competitivo para la logística en Chile.

Paula Boeri, Gestora Senior de Proyectos de Sostenibilidad en Conecta Logística.

Avanzar hacia equipos humanos con diversidad de género en logística no es solo una tendencia social, sino que es una estrategia clave para fortalecer la competitividad del sector y responder a desafíos estructurales como el déficit de conductores. Según el Banco Mundial, una mayor diversidad en el transporte mejora el desempeño de los sistemas al incorporar distintas miradas y capacidades en los roles operativos y de gestión.

Sin embargo, las mujeres siguen concentradas principalmente en funciones administrativas, mientras que los puestos más especializados, como la conducción de vehículos, continúan siendo mayoritariamente masculinos. En Estados Unidos, por ejemplo, el WIT Index 2024 reporta que las mujeres representan un 9,5% de quienes conducen camiones profesionales.

En Chile, la participación femenina en la conducción de vehículos de carga es aún más baja. Las licencias profesionales A4 y A5 son las que habilitan la operación de camiones de gran capacidad y articulados, esenciales para la cadena de suministro. Según información del INE, al 2023, las licencias A4,

otorgadas a mujeres corresponden a un 3%, mientras que en la A5 la cifra es solo 1,4%. Ahora bien, los números absolutos insinúan un punto de inflexión: entre 2018 y 2023, las mujeres que obtuvieron A4 pasaron de cerca de 1.500 a más de 3.000, y en A5 de unas 120 a más de 550. Por otro lado, la Encuesta Nacional de Demanda Laboral 2024 identifica la ocupación de conductores de camiones pesados y de alto tonelaje entre las que presentan mayores dificultades de contratación.

Frente a la escasez de conductores y el interés creciente de mujeres por incorporarse al rubro, surge la pregunta: ¿puede el sector logístico chileno transformar este desafío en una oportunidad para construir una industria más inclusiva y competitiva?

El transporte de pasajeros en Chile ofrece un ejemplo cercano de transformación en un entorno igualmente masculinizado, donde la coordinación entre instituciones públicas y privadas ha marcado la diferencia. La Dirección de Transporte Público Metropolitano demuestra que los cambios son posibles cuando existe un esfuerzo coordinado.

A cardboard box with the word 'FRAGIL' and two upward-pointing arrows is shown on a blue conveyor belt. The box is open, revealing some white material inside. 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

BODENOR FLEXCENTER POTENCIA SU SEGURIDAD LOGÍSTICA CON SMARTKI

Bodenor Flexcenter, líder en la administración y arriendo de centros de distribución de clase mundial, refuerza sus protocolos de seguridad mediante la incorporación de tecnología de alto estándar. Tras un riguroso proceso de evaluación, la compañía integró la solución SmartKi - desarrollada por Scharfstein- como parte de su estrategia de seguridad avanzada.

El Parque Logístico Lo Boza 422, ubicado en Pudahuel y reconocido como uno de los desarrollos más modernos y exigentes de la industria, fue el punto de partida de esta transformación, gracias a esta plataforma tecnológica integral, que eleva los estándares del sector con múltiples validaciones de ingreso y trazabilidad completa.



Para este proyecto se implementó **SmartKi Industria**, pensada para operaciones de gran escala. El sistema puede incorporar doble, triple y hasta múltiples validaciones, lo que abre la puerta a un acceso mucho más robusto y flexible. Además de reconocimiento facial de alta precisión, lectura automática de patentes y códigos QR dinámicos, SmartKi está preparado para añadir nuevas "llaves de acceso" en el futuro, como validación por aplicación móvil, biometría avanzada o integración con sistemas corporativos existentes.

Actualmente, en el parque de Pudahuel más de 4.000 usuarios ya utilizan diariamente SmartKi. La cifra seguirá aumentando a medida que las distintas zonas del complejo entren en operación, lo que convierte a Bodenor Flexcenter en un referente de innovación dentro del sector logístico. Para Bodenor Flexcenter, este cambio representa un salto cualitativo: la seguridad se convierte en un elemento que aporta eficiencia operativa y confianza en los procesos. Y para Scharfstein, significa validar que SmartKi cumple con su propósito: proteger sin frenar la actividad, combinando seguridad y continuidad operativa en un mismo sistema.

CEVA LOGISTICS ES PREMIADO NUEVAMENTE POR SU SISTEMA DE GESTIÓN DE INVENTARIOS CON IA Y USO DE DRONES

CEVA Logistics Chile fue reconocido en los NSTECH Logistics Advantage Awards 2025 en São Paulo, Brasil, en la categoría "Productividad y Eficiencia" por su innovador AI Inventory System, desarrollado en Chile por el equipo de Contract Logistics. Este galardón se suma a los premios obtenidos en la cena anual de ALOG Chile ("Mejor Proyecto de Innovación Logística 2024") y a los Innovation Awards de TANGRAM en Francia ("High Impact Innovation 2024" y "People's Choice 2024").

La solución ha optimizado notablemente la gestión de inventarios, mejorando el conteo, la identificación de discrepancias y la eficiencia en conteos cíclicos y W2W. Gracias al uso de drones DJI con cámaras de alta resolución, integrados con un sistema de inteligencia artificial, la productividad en inventarios en altura pasó de 30 posiciones por hora con equipos tradicionales a 800 posiciones por hora, eliminando la necesidad de medios elevadores. Este sistema también reduce riesgos operativos y mejora la seguridad al minimizar la intervención humana en zonas de difícil acceso.

Con estos reconocimientos, CEVA Logistics Chile reafirma su compromiso con la innovación tecnológica y la incorporación de IA para potenciar la eficiencia y competitividad de servicios logísticos 3PL para sus clientes.



DANCO APUESTA POR LOGÍSTICA VERDE Y FLEXIBLE CON EXPANSIÓN EN LAMPA

Empresas Danco refuerza su presencia en el mercado logístico chileno con la ampliación de su centro Danco Noviciado, en Lampa. La compañía proyecta construir 24.000 m² adicionales de bodegas para arriendo con entrega estimada en 2026, y una nueva etapa de 12.000 m² extra, incorporando conectividad estratégica, espacios modulares y tarifas competitivas.

Ubicado en una zona logística privilegiada, cerca del Aeropuerto de Santiago, la Ruta 68 y la futura autopista Lo Boza, el centro permite acceso directo a los principales corredores del país. Su terreno de 16 hectáreas ofrece patios exteriores amplios para vehículos, contenedores y carga sobredimensionada, ideal como alternativa flexible para operadores y grandes empresas que requieren almacenamiento seguro y versátil.

En línea con su compromiso sustentable, Danco Noviciado se abastecerá con energía 100 % renovable desde 2026, sumándose al modelo de Danco Miraflores. Esto permitirá a los arrendatarios reducir su huella de carbono y optar por certificación internacional IREC. Además, el centro combina infraestructura de estándar internacional con seguridad reforzada en un condominio industrial cerrado, doble control perimetral y características diseñadas para optimizar la operación.

"Buscamos aportar a la logística de nuestros clientes con soluciones modernas, seguras y sostenibles, manteniendo la mejor relación precio-calidad del mercado", expresa David Furman, Director Ejecutivo de Empresas Danco. Con esta expansión, la empresa afianza su apuesta por centros logísticos integrales capaces de operar, conectar y crecer junto a sus clientes en contextos urbanos estratégicos.

BOREAL TECHNOLOGIES INICIÓ NUEVA ETAPA COMO PARTE DE TRG SOLUTIONS

Tras más de 20 años acompañando a empresas latinoamericanas con soluciones de alta tecnología, automatización y movilidad, Boreal Technologies dio un giro estratégico en su historia: desde este año opera oficialmente bajo la marca TRG Solutions, uno de los principales jugadores globales del sector.

La transformación responde a la adquisición realizada por TRG en 2024, que incorporó los negocios de robótica y automatización de Boreal en la región. Este rebranding marcó la culminación del proceso e inauguró una etapa de expansión para los clientes que históricamente han confiado en Boreal.

Actualmente, el equipo local opera bajo una misma marca global, con acceso a más recursos, nuevas tecnologías y soporte ampliado, lo que permitirá ofrecer soluciones con impacto internacional. "El conocimiento del mercado local y la cercanía con nuestros clientes seguirán siendo nuestro sello. Lo que cambia es que hoy tenemos la posibilidad de respaldarnos en una marca con gran prestigio y acceso a tecnologías adicionales", explica Fabián Audisio, hoy vicepresidente de Ventas para Latinoamérica de TRG.

El ejecutivo destaca que los trabajadores de Boreal se integraron a TRG y que el equipo incluso creció un 10 % desde que comenzó la fusión. La continuidad operativa se mantiene, pero con una propuesta de valor ampliada: más cobertura geográfica, soporte integral, consultoría y servicios en campo, junto con la tradicional especialización en logística y automatización que distinguen a Boreal.

"Para nuestros clientes nada cambia en lo esencial: seguimos siendo el mismo equipo y con la misma cercanía, pero sumando la fortaleza de una organización global, diez veces más grande, con cobertura en múltiples países y en varios idiomas", apunta.

Un aspecto destacado es la expansión de proyectos de automatización avanzada en la región. En esa línea, Audisio comenta que la compañía está implementando en Chile una de las soluciones de robótica de almacenes más grandes del mundo, con un centro multinivel prácticamente 100% automatizado. Una experiencia similar está en marcha en Argentina, lo que refleja la proyección regional de TRG.

EL RETO DE LA CIRCULARIDAD EN LA LOGÍSTICA MODERNA

La sostenibilidad dejó de ser un concepto aspiracional para convertirse en una exigencia estratégica en la gestión logística. Frente al modelo lineal tradicional de “producir–usar–desechar”, la economía circular plantea un ciclo virtuoso de reducción, reutilización, reciclaje y recuperación. En este marco, la logística circular surge como herramienta clave para reducir residuos, optimizar recursos y generar valor económico y social.

Cada año se producen más de 1.900 millones de toneladas de basura en el mundo, de las cuales apenas un 19% se recicla. Plásticos de un solo uso, residuos industriales y desperdicios de cadenas globales evidencian la urgencia de transformar el modelo. La circularidad propone que los materiales, tras su vida útil, puedan reincorporarse como insumos de segundo orden, soportando múltiples ciclos de reciclaje hasta que, agotadas sus propiedades, puedan volver a la naturaleza con un impacto mínimo.

La cadena de suministro, entendida en cuatro fases (aprovisionamiento, producción, comercialización e internacional), debe añadir ahora una quinta: la logística inversa, encargada de recolectar y reinsertar materiales recuperados. Esto exige pensar en “circularidad general”, que involucra todo el ciclo, y “circularidad específica”, aplicada a los desechos en cada eslabón. Así, lo que antes era considerado basura se convierte en el inicio de un nuevo negocio y fuente de rentabilidad sostenible.

Implementar la circularidad requiere superar barreras.

Entre las más relevantes destacan:

- Gubernamentales, como la ausencia de políticas efectivas de reciclaje o estándares internacionales de evaluación.
- Económicas, relacionadas con costos de implementación y retorno a largo plazo.
- Tecnológicas, vinculadas al diseño de productos duraderos y la gestión de materiales reciclados.
- Culturales y sociales, donde persiste la preferencia por productos nuevos y cierta desconfianza hacia lo reacondicionado.

Pero también existen facilitadores: el avance de regulaciones ambientales, la presión de consumidores conscientes, la oportunidad de generar empleo verde y los incentivos derivados de un uso más eficiente de energía y materiales.

Un aspecto crítico para el éxito de la logística circular es la gestión de indicadores (KPI). No basta con medir fases aisladas; se debe evaluar la cadena completa bajo criterios de longevidad y retención de materiales.

Entre los indicadores propuestos destacan: proporción de insumos regenerativos, porcentaje de materiales técnicos recuperados, calidad y vida útil planificada de los productos, valor de las ventas circulares frente al total y el uso de energía renovable en la cadena.

El Circular Performance Indicator (CPI), por ejemplo, mide el beneficio real de un material reciclado frente al ideal, comparando cuánto reemplaza efectivamente al material virgen.

Estos estándares, junto con marcos globales como la Global Reporting Initiative (GRI) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, permiten alinear la sostenibilidad empresarial con métricas objetivas y comparables.

La circularidad, además, abre nuevas oportunidades de negocio. Surgen actores especializados en logística inversa, reciclaje y regeneración, generando eslabones adicionales en la cadena de valor. La innovación ya no se limita a productos, sino también a procesos capaces de capturar valor donde antes había pérdidas.

En este sentido, las empresas deben comprender que la circularidad no es un añadido, sino un rediseño integral de la logística. Implica colaboración con proveedores y clientes, inversión en investigación de materiales, incorporación de tecnología para trazabilidad y, sobre todo, un cambio cultural en la forma de concebir los residuos.

Recomendaciones clave para las empresas

1. Concebir la cadena de suministro como un sistema integral que incluye fases inversas y circulares.

2. Identificar, en cada eslabón, oportunidades para reciclar y restaurar, transformando residuos en nuevos negocios.

3. Mapear facilitadores y barreras locales para adaptar la circularidad a cada mercado.

4. Implementar paneles de control con indicadores claros de circularidad.

5. Comunicar los logros de sostenibilidad, no como estrategia reputacional, sino como ventaja competitiva real.

En conclusión, la logística circular es una respuesta concreta al desafío ambiental y una oportunidad estratégica para las empresas. Quien logre integrar circularidad en toda la cadena de suministro no solo reducirá impactos negativos, sino que estará mejor preparado para competir en un mercado que exige responsabilidad, innovación y resiliencia.



Gonzalo Ignacio Ferrer, Board Advisor
Consultora Eleva Expertos

WINS CHILE: MUJERES EN RUTA, PAÍS EN MOVIMIENTO

Nuestra asociación Wins Chile ha vivido un año extraordinario. Lo que comenzó como el sueño de un grupo pequeño de mujeres decididas a abrir espacio en un rubro históricamente masculinizado, se ha convertido en un movimiento poderoso que está transformando la logística en Chile.

En menos de un año, pasamos de 30 a más de 100 socias, y no solo crecimos en número: crecimos en propósito, en alcance, en confianza. Hoy somos una red viva, comprometida, que impulsa el liderazgo femenino desde las carreteras del norte hasta los puertos del sur, demostrando que la logística también puede tener rostro de mujer, de valentía y de colaboración.

El año pasado fue desafiante. Nos enfrentamos a la incredulidad de quienes aún piensan que los camiones, las grúas y las cadenas de suministro son terreno exclusivo de los hombres. Pero Wins Chile demostró que el liderazgo no tiene género.

Con esfuerzo, profesionalismo y una enorme dosis de sororidad, nos posicionamos dentro del vertiginoso mundo logístico como una asociación sólida, con una misión clara: apoyar a las mujeres a convertirse en protagonistas del cambio.

Este año, ese propósito se expandió. Nuestro crecimiento no ha sido casual; ha sido el resultado de una energía colectiva que se alimenta del deseo de transformar estructuras, de desafiar prejuicios y de abrir caminos para las que vendrán.

Cada mujer que se une a Wins Chile trae consigo una historia distinta, pero todas comparten una misma fuerza. Algunas son ingenieras, abogadas, otras transportistas, ejecutivas o emprendedoras, pero todas tienen en común una pasión profunda por mover Chile, por hacerlo mejor, más inclusivo y más humano.

Nuestra red se ha convertido en un espacio de aprendizaje mutuo, donde la experiencia de una se transforma en el impulso de otra. No hay jerarquías ni barreras, solo un objetivo común: avanzar juntas.

Este año organizamos mentorías, masterclass, visitas técnicas, charlas inspiradoras e incluso aventuras colectivas que nos permitieron conocernos más allá de los roles profesionales. En cada encuentro, la energía era palpable. Las risas, las historias compartidas,

los desafíos enfrentados y superados. Las mentorías, en particular, han sido un espacio transformador: ver a mujeres con décadas de experiencia guiando a otras que recién comienzan, compartiendo herramientas y confianza, demuestra que el liderazgo colaborativo es la clave del futuro. Y ese futuro ya comenzó.

Uno de los hitos más emocionantes será nuestra participación en el Congreso Wins Internacional en Lima, donde representaremos a Chile con orgullo. No participa solamente una delegación, se trata de una declaración: las mujeres chilenas están presentes, están preparadas y están liderando.

En cada intervención, mostramos que nuestra industria puede y debe abrirse a la diversidad, porque una logística más inclusiva no solo es más justa, también es más eficiente, más innovadora y más sostenible.

Entre nuestras iniciativas más queridas destaca "Por más mujeres camioneras", un proyecto que busca visibilizar y empoderar a las transportistas femeninas que recorren las rutas del país. Mujeres que no solo conducen camiones, sino también historias de resiliencia. Ellas llevan insumos, alimentos, esperanza; conectan regiones, familias y sueños. Son el reflejo más puro del espíritu de Wins: mujeres sin miedo, que avanzan con firmeza, que enfrentan la carretera y la vida con la misma determinación. Gracias a ellas, hemos recordado que la logística no solo mueve cosas, mueve personas y mueve país.

El liderazgo femenino en logística no busca replicar los modelos tradicionales, sino transformarlos. Liderar desde la empatía, desde la cooperación, desde la comprensión de que el éxito individual cobra sentido cuando impulsa al colectivo.

Wins Chile está demostrando que el poder femenino no es una amenaza para la industria, sino una oportunidad. Las empresas que integran la diversidad en sus equipos logran mejores resultados, retienen talento y generan culturas más creativas. Nosotras lo hemos comprobado: cuando una mujer se siente apoyada, florece, y cuando muchas lo hacen juntas, cambian el mundo.

Este crecimiento acelerado ha traído también nuevos desafíos: sostener la expansión, mantener la cohesión y seguir ofreciendo valor a nuestras socias. Pero si algo define a Wins Chile es la capacidad de adaptarse, de aprender y de avanzar incluso cuando el

camino parece incierto. Hoy miramos al futuro con la convicción de que lo mejor está por venir. Queremos llegar a más regiones, tender puentes con el sector público y privado, e incidir en las políticas que definirán el futuro del trabajo logístico con perspectiva de género.

Wins Chile no es solo una asociación. Es un movimiento. Una comunidad de mujeres que se atreven a levantar la voz en un entorno que antes no las escuchaba. Es una red de manos que se sostienen, de corazones que laten al mismo ritmo, de mentes que piensan en grande. Somos el testimonio vivo de que cuando las mujeres se organizan, no hay estructura que no pueda transformarse.

Porque la logística también tiene una potente voz femenina y un rostro fuerte, decidido y sonriente. Es el de la ingeniera que dirige un centro de distribución, el de la chofer que atraviesa la carretera austral, el de la profesional que diseña estrategias sostenibles, el de la estudiante que sueña con su primer proyecto, el de todas las que día a día demuestran que el talento no tiene género.

Este ha sido un año de crecimiento, de conquista y de inspiración. Pero, sobre todo, ha sido un año de transformación colectiva. Wins Chile es la prueba de que el cambio comienza cuando una mujer se atreve a dar un paso, y se multiplica cuando cientos caminan juntas.

Seguiremos moviendo fronteras, inspirando vocaciones y empujando la historia hacia un lugar más equitativo. Porque cuando una mujer avanza, ninguna retrocede. Y cuando cientos de mujeres deciden mover la logística, lo que realmente están moviendo es Chile entero.

Por María Macarena Videla Castro
Directora Legal & Compliance de
Women in Supply Chain Chile/
CEO & Founder en Lux Aurea Legal
Consulting.



SILO LOGÍSTICA AMPLÍA SU CENTRO EN CASABLANCA Y CONSOLIDA SU POSICIÓN ESTRATÉGICA EN LA ZONA CENTRAL

SILO Logística anunció la apertura de nuevas bodegas en su Centro Logístico de Casablanca, completando así la quinta etapa de desarrollo que consolida su proyecto de expansión. Con esta ampliación, este 2025 la empresa alcanza más de 21.000 m² de bodegas dentro de un terreno total de 40.000 m², fortaleciendo su propuesta de valor como operador logístico integral y confiable para importadores, exportadores y agentes de carga.



Ubicado estratégicamente entre los puertos de San Antonio, Valparaíso y la zona industrial metropolitana, el centro ofrece una alternativa logística eficiente para la zona central del país, integrando servicios de almacenamiento, transporte, desconsolidado y gestión documental en un solo punto de

control. Esta expansión responde al aumento de la demanda por soluciones flexibles que permitan a las empresas mantener su continuidad operativa en contextos de incertidumbre global.

"Consolidar este espacio es un paso natural en nuestro crecimiento. Hoy más que nunca, la logística requiere anticipación y capacidad de respuesta; eso es lo que ofrecemos desde Casablanca," destaca José Undurraga, Gerente de Operaciones de SILO. Por su parte, Guillermo Undurraga, Gerente Comercial, agrega que "esta ampliación nos permite atender con mayor eficiencia a clientes de distintos rubros y tamaños, entregando soluciones logísticas ajustadas a sus necesidades reales".

BODEGAS SAN FRANCISCO IMPULSA UNA NUEVA ERA LOGÍSTICA: MÁS TECNOLÓGICA, SOSTENIBLE Y FLEXIBLE.

Con más de cuatro décadas de trayectoria y una red de 14 centros en Chile y Perú, Bodegas San Francisco (BSF) consolida su liderazgo en el sector con una mirada puesta en la transformación tecnológica y sostenible de la industria.

El auge del e-commerce cambió las reglas del juego y la flexibilidad se volvió clave. "Hoy el desafío no es crecer por crecer, sino ofrecer espacios que se ajusten a las necesidades reales de cada cliente", señala Federico Barros, gerente comercial de BSF.



La compañía ha fortalecido su gestión con inteligencia artificial, más de 1.500 cámaras y sistemas de prevención avanzada, elevando los estándares de seguridad en sus parques logísticos. Al mismo tiempo, avanza en su Estrategia de Sostenibilidad con paneles solares y electrolíneas, impulsando un modelo logístico más limpio y responsable con las ciudades.

GRUPO PATIO FORTALECE SU LIDERAZGO ANTE LA ESCASEZ DE SUELO INDUSTRIAL EN CHILE

Frente a la disminución en la disponibilidad de suelo industrial molesto en Chile -especialmente en la Región Metropolitana- Grupo Patio mantiene su posición como actor clave en el desarrollo y gestión de espacios industriales y logísticos, gracias a un banco de terrenos que suma 18 hectáreas en sectores estratégicos de la ciudad.

"En Grupo Patio hemos desarrollado una oferta industrial flexible y preparada para los desafíos del futuro, con terrenos estratégicamente ubicados y soluciones adaptadas a distintos requerimientos. Esto incluye desde condominios de bodegas y proyectos Build to Suit, hasta centros de distribución y espacios modulares, todos diseñados para responder a la demanda del mercado y apoyar el crecimiento de nuestros clientes", explicó Sebastián Ulloa, gerente de Patio Industrial.



Entre los proyectos que está desarrollando la empresa destacan, en la Región Metropolitana, Patio Noviciado III y Patio Noviciado IV, que aportarán más de 52.000 m² arrendables, destinados a bodegas clase A de 12 metros de altura. Junto a ello, la compañía cuenta con proyectos en Antofagasta y Puerto Montt. "En Grupo Patio nos destacamos por ofrecer soluciones inmobiliarias flexibles, sostenibles y de alto estándar, contribuyendo al crecimiento de las empresas y al desarrollo del país", señaló Ulloa.

TG GO POTENCIA SU ROL DE OPERADOR LOGÍSTICO INTEGRAL DE MÁXIMA SEGURIDAD

En Chile, los robos y ataques dirigidos a camiones que transportan carga de alto valor se han sofisticado cada vez más, con delincuentes capaces de inhibir señales GPS o incluso simular controles policiales. Según datos de Viento Sur Corredores de Seguros, la Región Metropolitana concentra el 47 % de esos incidentes en rutas urbanas, seguida por el norte (26 %), la zona costera (18 %) y el sur (14 %). Los productos más afectados corresponden a tecnología (35 %), alimentos (20 %), vestuario (11 %) y bebidas alcohólicas (7 %).

Frente a este escenario, TG Go, especializada en logística de carga segura y almacenamiento, ha fortalecido su propuesta como aliado estratégico para sectores como hi tech, electrónica, audio, salud y vestuario de alto valor. David Miranda, gerente de su unidad de negocios, afirma: "Ante la inseguridad, TG Go es la solución, con tasa 0 % de siniestros". Desde 2024 la empresa impulsa una modernización centrada en planificación estratégica, tecnología e inteligencia operativa.



Una innovación destacada es Control Tower Truck (CTT), una torre de control móvil única en Chile que monitorea operaciones en terreno. Además, la compañía dispone de camiones blindados (tracto 6x4 y semirremolque furgonado) y una flota avanzada con sistemas de protección integrados. "Un camión blindado lo puede ofrecer cualquiera, pero en TG Go elevamos la experiencia", comenta Miranda.

La empresa opera con más de 40 vehículos blindados, vehículos de seguimiento, monitoreo en tiempo real desde la torre, drones según la necesidad, doble GPS, comunicación redundante, sistemas en zonas difíciles (Wave PTX) y tecnologías predictivas basadas en inteligencia artificial para anticipar riesgos y optimizar rutas.

ALOG CHILE LANZA ALERTALOG: PLATAFORMA COLABORATIVA PARA COMBATIR DELITOS EN EL SECTOR LOGÍSTICO

A mediados de septiembre, ALOG Chile lanzó oficialmente AlertALOG, una nueva plataforma digital desarrollada por el Comité de Seguridad de la asociación. Esta innovadora herramienta tiene como objetivo fortalecer la seguridad en el sector logístico a través de la colaboración entre empresas, el reporte seguro de incidentes y el uso de inteligencia colectiva.

AlertALOG permitirá a las empresas socias reportar de forma segura, confidencial y en tiempo real los delitos sufridos durante sus operaciones logísticas, tales como robos en ruta, intentos de hurto o secuestro de carga. Esta información será procesada y transformada en datos útiles para toda la industria, fomentando una respuesta más coordinada y efectiva ante las amenazas de seguridad.

PLATAFORMA EN FASES: FOCO INICIAL EN TRANSPORTE TERRESTRE

Durante su primera etapa, AlertALOG estará disponible exclusivamente para las empresas socias de ALOG Chile, con un enfoque específico en incidentes relacionados con el transporte terrestre de carga. En fases

futuras, se incorporarán nuevos módulos para incluir otros tipos de delitos, como robos desde instalaciones o centros de distribución.

Antes de su lanzamiento, la plataforma fue sometida a una exitosa fase de pruebas beta. ALOG Chile agradece especialmente la participación de las empresas Sitrans, Hanseatic Global Terminals (ex-SAAM), Medlog, Mercado Libre, Bodegas San Francisco y STLI, esta última responsable del desarrollo informático del sistema.

FUNCIONALIDADES DESTACADAS DE ALERTALOG

La plataforma ha sido diseñada para entregar información clave para la gestión de la seguridad, con funcionalidades como: Mapas de Calor de Zonas de Riesgo: Identifican en tiempo real las áreas con mayor incidencia delictiva.

Esta herramienta permite planificar rutas seguras, optimizar horarios y adoptar medidas preventivas basadas en datos concretos. Estadísticas Agregadas y Reportes Consolidados: Ofrecen una visión analítica

de los incidentes registrados, facilitando la detección de patrones, tendencias y periodos críticos, lo que fortalece la toma de decisiones estratégicas en seguridad.

IMPACTO Y PROYECCIÓN GREMIAL

AlertALOG no solo representa un avance tecnológico, sino también un instrumento gremial de alto valor, ya que permite transformar experiencias individuales en conocimiento colectivo.



Esta información estructurada podrá ser compartida con autoridades como Carabineros de Chile y la PDI, fortaleciendo la colaboración público-privada y facilitando la focalización de recursos y operativos de seguridad.

Además, la plataforma contribuye a reducir riesgos y costos operativos, al permitir a las empresas adoptar medidas preventivas más precisas, mejorar la eficiencia de sus operaciones y elevar los estándares de seguridad en las cadenas logísticas.

UN PASO HACIA UNA LOGÍSTICA MÁS SEGURA Y COLABORATIVA

Desde ALOG Chile, destacamos que esta plataforma marca un hito importante para el gremio, al promover la inteligencia colaborativa como herramienta clave para enfrentar los desafíos delictuales.

La experiencia de una empresa ahora podrá convertirse en aprendizaje y prevención para toda la comunidad logística.

Con AlertALOG, la asociación reafirma su compromiso con el desarrollo de proyectos de valor, que impulsen la seguridad, la colaboración interempresarial y la competitividad del sector logístico nacional.



PARTICIPAR EN LOGISTEC SHOW ES APOSTAR POR LA VISIBILIDAD, EL LIDERAZGO Y EL CRECIMIENTO.

El éxito no termina al cerrar el stand. El verdadero negocio comienza después. Y el ciclo 2026 ya comenzó. Sumarse hoy es asegurar tu lugar en la red, en la conversación y en los futuros negocios.

+10.000 **+100** **EXPO**
ASISTENTES DURANTE LOS 2 DÍAS **SITOS**

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



MEGACENTRO SUMARÁ 25 MIL METROS CUADRADOS AL PARQUE INDUSTRIAL EN CONSTRUCCIÓN PARA MERCADOLIBRE

Megacentro, líder en renta inmobiliaria industrial, anunció una ampliación clave en su alianza con MercadoLibre. A la nueva nave de 100 mil metros cuadrados que se comenzará a construir, se suman 25 mil metros cuadrados adicionales, que convertirán a este complejo en el parque industrial más grande de Sudamérica diseñado para un solo usuario, al alcanzar 225 mil metros cuadrados totales.



Claudio Chamorro, gerente general de Megacentro; Máximo Correa, director de transportes de MercadoLibre; Fernanda Echavarría, gerente legal de MercadoLibre; Catalina Fonseca, subgerente legal de Megacentro; Benjamin Videla, jefe comercial de Megacentro; Benjamin Matthews, gerente comercial de MiBodega; y Fernando Panic, gerente de operaciones de Megacentro.

El nuevo espacio, destinado a centro de almacenamiento y última milla, está ubicado en el área central de ambas bodegas de 100 mil m2. De esta manera, los tres edificios conformarán un parque logístico robusto y eficiente, constituyendo un espacio para la gestión integral de cada pedido, desde la compra hasta la entrega, optimizando el proceso de despacho de MercadoLibre.

"Haber firmado este nuevo contrato demuestra que seguimos creciendo de la mano de nuestros clientes, aportando con soluciones a su medida", señaló el gerente general de Megacentro, Claudio Chamorro. Agregó que "esta infraestructura especializada optimiza las operaciones de almacenamiento y distribución de MercadoLibre, ahorrando tiempo y dando más satisfacción a sus clientes".

STI OBTIENE POR SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO EL SELLO DE EXCELENCIA DEL PROGRAMA HUELLACHILE

En el marco del Chile Carbon Forum 2025, el Ministerio del Medio Ambiente reconoció a San Antonio Terminal Internacional (STI) por su compromiso con la acción climática, otorgándole los Sellos de Cuantificación y Reducción, además del Sello de Excelencia, que la empresa recibe por segundo año consecutivo. El reconocimiento forma parte del programa HuellaChile, que distingue a las organizaciones que gestionan de manera destacada sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), promoviendo prácticas sostenibles en el sector público y privado.

Karen Ortega, jefa de Medioambiente de STI, señaló que "este reconocimiento refleja nuestro compromiso permanente con la gestión ambiental y la reducción de emisiones. Hemos avanzado en integrar la sostenibilidad en todas nuestras operaciones, y haber obtenido el sello de excelencia por segundo año consecutivo es una muestra tangible de ello".

Entre las principales acciones, se realizó el cambio de luminarias a tecnología LED, medida que ha permitido reducir el consumo mensual de energía y, por tanto, las emisiones de CO2. El Sello de Excelencia representa el máximo reconocimiento a la gestión del carbono. Este se entrega únicamente a las entidades que, en un mismo año, logran cuantificar y reducir sus emisiones.

EGAKAT LOGÍSTICA RENUEVA FSSC 22000 Y REFUERZA SU COMPROMISO CON LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

EGAKAT Logística ha renovado su recertificación FSSC 22000 en la versión 6.0, reafirmando su compromiso con la seguridad alimentaria y consolidando su posición como operador logístico especializado en la gestión de productos de consumo masivo. Esta adjudicación, una de las más exigentes a nivel internacional, valida la capacidad de compañía para garantizar la inocuidad en toda la cadena de suministro.

El estándar FSSC 22000 es reconocido por la Global Food Safety Initiative (GFSI) y exigido por las principales empresas de la industria alimentaria a nivel global. La certificación garantiza que los productos que gestiona EGAKAT cumplen con los más altos estándares de calidad y confiabilidad.

Esta recertificación representa un diferenciador competitivo clave en un mercado donde los requisitos de calidad y seguridad son cada vez más rigurosos. El equipo de EGAKAT trabaja bajo protocolos estandarizados que incluyen capacitación permanente, verificación de procesos y monitoreo constantes de puntos críticos de control.



Para Norha Verardi, directora general de EGAKAT, el valor de esta certificación va más allá del cumplimiento normativo: "Detrás de este logro, hay un equipo humano altamente calificado, que trabaja día a día para fortalecer la cultura de inocuidad y buenas prácticas dentro de EGAKAT".

Para la industria alimentaria, contar con un operador logístico certificado bajo FSSC 22000 reduce riesgos operativos, facilita el cumplimiento regulatorio y garantiza que los productos lleguen al consumidor final manteniendo sus condiciones de calidad e inocuidad. Con este respaldo, EGAKAT refuerza su propuesta de valor como socio estratégico para empresas que requieren operaciones logísticas especializadas con los más altos estándares internacionales.

SITRANS Y PACIFIC INTERNATIONAL LINES FIRMAN ACUERDO DE OPERACIÓN PARA FORTALECER LA CADENA LOGÍSTICA DEL PAÍS

Las relaciones estrechas entre empresas nacionales e internacionales en el área de logística se han convertido en un pilar fundamental para el desarrollo del comercio y la competitividad de los países. Estas sinergias virtuosas permiten integrar capacidades, tecnologías y compartir experiencias que fortalecen las cadenas de suministro. Conscientes de este escenario, las empresas Sitrans y la naviera Pacific International Lines (PIL) decidieron trabajar de manera colaborativa en junio pasado, instancia que se oficializó en una alianza que permitirá operar en San Antonio y Santiago, fortaleciendo la cadena logística a nivel país.

"El objetivo es optimizar y fortalecer la cadena logística ofreciendo soluciones integrales y más eficientes. De esta manera, PIL contará con la cobertura especialista de Sitrans, junto a la experiencia técnica y profesional de los equipos y la moderna infraestructura de nuestros terminales", destacó Hubani Manzo, Gerente de negocio Sitrans.

El ejecutivo de Sitrans aseguró que esta colaboración permitirá a corto plazo, mejorar la eficiencia y optimizar los procesos operativos, reducir los costos logísticos, mejorar la disponibilidad de unidades y lograr una coordinación más fluida.



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

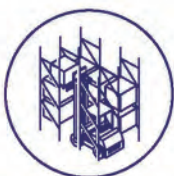
*con una experiencia y trayectoria de más de cuarenta años en el mercado
nacional e internacional.*



**Ingeniería 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.**



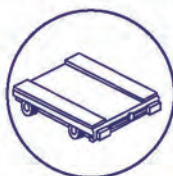
RACK SELECTIVO



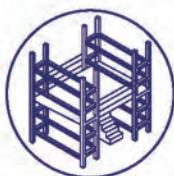
DRIVE IN



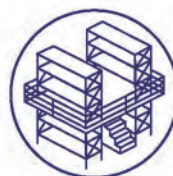
PICKING DINÁMICO



AUTOSAT



RACK SELECTIVO



ÁNGULO RANURADO

KNΔPP

You name it
We store it



Un nuevo BOT entra en escena.
Una clara misión:
rise to new dimensions

Más información en:



sales.cl@knapp.com

30 AÑOS | Dando
Espacio



Hoy
evolucionamos
contigo



Desde 1995 hemos recorrido un camino de crecimiento y transformación, siempre con un objetivo claro: **ser el mejor aliado de nuestros clientes**. Hoy, lanzamos una nueva identidad corporativa mas fresca, cercana y profesional, que reafirma nuestro rol como **socio estratégico**.

+2.000.000 m²
SUPERFICIE ARRENDABLE

+35 centros
DE ANTOFAGASTA A PUERTO MONTT

Soluciones de almacenamiento a nivel nacional pensados para acompañar el crecimiento de cada empresa.

A woman with dark hair, wearing a dark blue button-down shirt, is looking up and to the right while holding a tablet. She is standing in a warehouse with high industrial shelving units filled with cardboard boxes. A yellow automated storage and retrieval system is visible in the background. The left side of the image has a yellow overlay with a network-like pattern.

Optimización y consultoría

Intralogística inteligente para tu bodega.

Como proveedor experimentado de sistemas automatizados personalizados, combinamos nuestra experiencia técnica con un profundo conocimiento del sector para optimizar tu almacén y lograr el equilibrio perfecto entre procesos manuales y automatizados.

 **JUNGHEINRICH**

Entérate de más en:

www.jungheinrich.cl