



WEB | SCM | ESTRATEGIA LOGÍSTICA

LOGÍSTICA 2025: INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y RESILIENCIA EN UN MUNDO EN TRANSFORMACIÓN



24

El futuro de la logística exige más que adaptarse. Requiere, también, liderar con tecnología disruptiva cadenas de suministro sostenibles y talento humano capacitado. Descubra cómo las empresas están redefiniendo sus estrategias para enfrentar los desafíos globales y construir un sistema logístico resiliente, eficiente y alineado con las demandas del mañana.

La logística, el eje central del comercio global, enfrenta en 2025 un panorama de cambio constante y acelerado. Nuevas demandas, disrupciones tecnológicas y el compromiso con la sostenibilidad están reconfigurando las reglas del juego. Si bien existen pilares básicos de la cadena

de suministros como la optimización de costos, la eficiencia operacional y el cumplimiento a los clientes; la nueva operación y las nuevas demandas del mercado exigen una constante renovación de la logística, donde factores como la especialización, la flexibilidad, los equipos profesionales, los buenos partners logísticos

y las tecnologías son fundamentales. En esta línea, cabe recalcar que la tecnología ha dejado de ser una ventaja competitiva para convertirse en una base indispensable. En 2025, las empresas logísticas enfrentarán la presión de adoptar soluciones de automatización y digitalización. Tecnologías como el Internet de las Cosas (IoT), la inteligencia artificial y el blockchain están transformando, por ejemplo, la manera en que se rastrea y gestiona la carga, permitiendo una trazabilidad completa y en tiempo real.

Sin embargo, el desafío no radica solo en la implementación de estas tecnologías, sino también, en integrar a los equipos humanos y garantizar que el cambio sea efectivo y sostenible. En este último punto, y ante la crisis climática en el centro de las conversaciones globales, la logística no puede quedarse atrás.

Así, 2025 será un punto de inflexión para la industria logística. Los retos son inmensos, pero también lo son las oportunidades. La clave estará en cómo las empresas logren equilibrar la innovación tecnológica, la sostenibilidad y el enfoque humano para mantenerse competitivas en un entorno que no deja de evolucionar.

Para saber dónde están puestos los ojos de la industria este año, conversamos con tres ejecutivos líderes de supply chain, Francisco Toro, Corporate Distribution Manager Nestlé Chile; Belén Gatica, Warehouse and Transportation Lead de Johnson & Johnson; y Solange Martel, Subgerente de Planificación y Abastecimiento de Autoplanet y Agroplanet, quienes compartieron su mirada sobre los retos y oportunidades que marcarán este año clave.

RESILIENCIA: EL DESAFÍO CONTINUO

En un mundo cada vez más interconectado y vulnerable a disrupciones, la resiliencia se ha convertido en un imperativo. "Tener planes de contingencia donde se identifiquen los riesgos es clave", afirma

Francisco Toro. Esto incluye desde la escasez de recursos hasta interrupciones en la logística internacional y ahí "tener procesos de planificación de demanda y coberturas que reflejen esta variabilidad es clave para sortear la incertidumbre", agrega.



Solange Martel
Subgerente de Planificación y Abastecimiento Autoplanet

Belén Gatica reconoce que uno de los desafíos de este año está en lograr una resiliencia en la cadena de suministro, considerando "clientes cada vez más exigentes y mayores volúmenes".

Aquellas que integran IoT y análisis predictivo están mejor preparadas para los cambios", agrega y, además, la ejecutiva destaca el rol de las tecnologías y automatizaciones, reconoce el costo de estas implementaciones y enfatiza en la necesidad de contar con una adaptabilidad al cambio.

En tanto, Solange Martel complementa esta idea al subrayar la necesidad de una gestión proactiva: "La pre-acción es la clave. No basta con tener planes de contingencia; se debe trabajar constantemente en identificar vulnerabilidades y adaptarse".

Uno de los principales aprendizajes que la pandemia de COVID-19 dejó en el sector logístico fue la necesidad de diversificar las cadenas de suministro. Al respecto, el Corporate Distribution Manager Nestlé Chile menciona que "no se trata solo de buscar más proveedores, sino de desarrollar relaciones estratégicas con aquellos que estén alineados con nuestras prioridades".

Además, las empresas están adoptando plataformas digitales colaborativas que permiten a todos los actores de la cadena compartir información en tiempo real, optimizando así las respuestas ante disrupciones.

SOSTENIBILIDAD: UN PILAR INNEGOCIABLE

El compromiso con la sostenibilidad ya no es opcional; se ha convertido en una expectativa tanto de clientes como de reguladores. En este sentido, la ejecutiva de Johnson & Johnson sostiene que todo: desafíos, avances, retos, tecnologías, cambios, etc. "apuntar a ser una logística 100% verde y sostenible".

En tanto, Francisco destaca que "las operaciones carbono neutrales y la economía circular no solo son un deber moral, sino una ventaja competitiva que transforman a las empresas en protagonistas de la industria". Este enfoque incluye reducir emisiones en el transporte, optimizar rutas y adoptar embalajes sostenibles, entre otros aspectos.

Para la Subgerente de planificación y abastecimiento de Autoplanet, la sostenibilidad también pasa por la colaboración: "Las empresas necesitan trabajar juntas en la creación de ecosistemas sostenibles. Esto incluye desde compartir datos hasta colaborar en proyectos de economía circular", enfatiza.



Francisco Toro
Corporate Distribution Manager Nestlé Chile

Un aspecto clave en este proceso de cambios y desafíos es la transparencia. "Los clientes quieren saber el impacto ambiental de cada producto que compran. La visibilidad en la cadena de suministro es vital para cumplir con estas expectativas. La sostenibilidad es clave este 2025 y nadie puede quedar fuera de este reto y el trabajo en conjunto con los partner logístico es vital", subraya Martel.

Los clientes han "aumentado las exigencias notoriamente y ese es un desafío", asegura Belén, más aún cuando se busca

operar con una logística con sello sostenible y sostenible.

"Los clientes que antes aceptaban un lead time de 1 semana hoy esperan que entreguen su pedido en dos días, con los altos costos en transporte de ultimilla, lograrlo puede ser una ventaja competitiva si se hace correctamente", añade la Warehouse and Transportation Lead de Johnson & Johnson.

En este sentido, la transición hacia flotas eléctricas y el uso de combustibles alternativos como el hidrógeno verde están revolucionando el transporte. Sin embargo, la infraestructura necesaria para estos cambios sigue siendo un desafío, especialmente en regiones en desarrollo.



Belén Gatica
Warehouse and Transportation Lead de Johnson & Johnson

La clave este año estará en integrar la sostenibilidad con la eficiencia operativa, logrando así un impacto positivo tanto en el medio ambiente como en los costos. "El gran reto es que todo lo que hagamos tenga el menor impacto posible", concluye la ejecutiva de Autoplanet.

TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA: DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA

25

La digitalización y la automatización no son novedades, pero su implementación efectiva sigue siendo un desafío para muchas empresas.

"La clave no está en implementar tecnología por moda, sino en hacerlo de manera alineada con los objetivos del negocio y sacar de ellas lo mejor para optimizar la operación", dice Solange.

Para Francisco, la automatización será clave para lograr la productividad que se



WEB | SCM | ESTRATEGIA LOGÍSTICA

requiere para responder al ritmo de la logística actual y en ese sentido, el ejecutivo asegura que entre las tecnologías emergentes están "los vehículos autónomos que facilitan la operación, también las plataformas de carga y descarga automáticas que van marcando la diferencias en la operación diaria".

Belén Gatica señala que la interoperabilidad entre sistemas es un requisito para el éxito. "Muchas empresas implementan soluciones, pero si estas no se comunican entre sí, se pierden oportunidades de optimización".

Sin embargo, y a pesar de lo atractivo que son las tecnologías e innovaciones, los ejecutivos coincidieron en la necesidad de contar con organizaciones con capacidades digitales y equipos de colaboradores con las capacidades necesarias para dar vida a la automatización y digitalización y sacar de ellas la mayor ventaja posible en pro de mejorar la cadena de suministro.

"La capacitación del personal para manejar estas herramientas es tan importante como la tecnología misma. Es importante entender que la innovación y la tecnología nos da el empuje para avanzar y enfrentar los desafíos logísticos de este año y de los próximos", recalca la Subgerente de planificación y abastecimiento de Autoplanet y Agroplanet.

El uso de blockchain también está ganando terreno en la logística, particularmente en la trazabilidad de productos en cada etapa del proceso. Esto es especialmente relevante en sectores como el farmacéutico y el alimentario, donde la seguridad y la calidad son fundamentales.

LA ÚLTIMA MILLA COMO DIFERENCIADOR

Las expectativas de los clientes están redefiniendo la última milla. "Hoy, la velocidad ya no es un lujo, es una demanda básica", afirma Gatica. Los consumidores esperan entregas rápidas, precisas y con visibilidad

total del proceso. Esto está impulsando a las empresas a invertir en tecnologías de rastreo en tiempo real y en modelos de distribución hiperlocales.

Por su parte, Solange Martel enfatiza la importancia de la personalización: "Con el big data, las empresas pueden anticiparse a las necesidades de los clientes y ofrecer soluciones adaptadas a cada perfil y aquí la colaboración efectiva entre los actores de la cadena y también entre las distintas áreas de la compañía generan una mejor operación y por tanto un cliente satisfecho".

"Optimizar la operación y responder a los clientes son los pilares claves de la logística de ayer, de hoy y del futuro; pero lamentablemente cuando se actúa sobre la marcha a veces se pierden", recalca la ejecutiva de Autoplanet.

En tanto, Gatica explica que "mantener el acompañamiento en todo el proceso de compra es clave. Hoy las grandes empresas están tendiendo a crear hubs logísticos externalizados, lo que baja el costo considerablemente, pero puede traer un riesgo de pérdida del foco en el cliente y la atención personalizada, por lo que el desafío está en mantener el equilibrio costo-calidad".

PERSPECTIVAS PARA EL FUTURO

Así, el 2025 se perfila como un año decisivo para la industria logística. La adaptación a los cambios globales, el compromiso con la sostenibilidad y el uso estratégico de la tecnología marcarán la diferencia entre las empresas que lideran y las que quedan rezagadas. Este año no solo plantea retos, sino también ofrece oportunidades para innovar en la manera en que se gestionan las cadenas de suministro.

Uno de los aspectos fundamentales será la capacidad de las empresas para integrar tecnologías disruptivas de manera efectiva. Además, el equilibrio entre sostenibilidad y eficiencia operativa será crítico. Las empresas que adopten prácticas de

economía circular reduzcan su huella de carbono y trabajen en colaboración con socios estratégicos tendrán una ventaja significativa. "El futuro es colaborativo y sostenible; ningún actor puede abordar estos retos en solitario", enfatiza Solange Martel.

La resiliencia continuará siendo un tema central. Las organizaciones deberán desarrollar cadenas de suministro que no solo sean eficientes, sino también lo suficientemente flexibles para adaptarse rápidamente a interrupciones.

El panorama logístico de 2025 no es simplemente una evolución, sino una revolución que reconfigura cada eslabón de la cadena de suministro. En este punto, Francisco Toro asegura que las estrategias de las empresas "son diversas, pero hay un punto en común que tienen que ver en cómo lograr organizaciones y estructuras ágiles, tanto en los procesos como en la mentalidad de los equipos".

Y en este sentido, el ejecutivo de Nestlé Chile recalca que una estrategia logística exitosa radica en: "ser brillantes en lo básico y ser excelentes en los procesos intrínsecos".

Mirar hacia adelante significa también, replantear el rol de la logística. Solange Martel concluye que "cuando se entiende el negocio y cómo funciona la logística se tiene ya el 80% del trabajo hecho. La logística es más que traer, vender y mover un producto".

Con esto en mente, la industria logística se enfrenta al futuro con una combinación de cautela y optimismo. El 2025 marca el inicio de una nueva era, donde se fortalece el convencimiento de que la logística es el motor del mundo que queremos construir. ■