

WEB | EMPRESAS | ANÁLISIS



**PAULINA SOTO MÁRQUEZ**  
MSC IN LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT, UNIVERSITY OF NOTTINGHAM, INGLATERRA. ING. CONTROL DE PROYECTOS, BUREAU VERITAS/DIVISIÓN EL TENIENTE. DOCENTE INGENIERÍA EN GESTIÓN LOGÍSTICA EN IPCHILE Y SOCIA WINS

**EQUIDAD DE GÉNERO EN LA CADENA DE SUMINISTRO: UNA OPORTUNIDAD ESTRATÉGICA.** LA CADENA DE SUMINISTRO SE HA CONSOLIDADO COMO UNA DE LAS FUNCIONES MÁS ESTRATÉGICAS PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL. ESTO SE HA HECHO AÚN MÁS EVIDENTE EN LA ÚLTIMA DÉCADA, MARCADA POR DESAFÍOS COMO DISRUPCIONES GLOBALES, EXIGENCIAS CRECIENTES EN SOSTENIBILIDAD Y DIGITALIZACIÓN, Y UNA PANDEMIA DE ESCALA MUNDIAL.

Durante la crisis del COVID-19, la logística cobró un protagonismo inédito: se volvió esencial para garantizar el abastecimiento y responder a las nuevas demandas de los consumidores. Fue en ese contexto que esta área dejó de ser invisible para muchas organizaciones y pasó al centro del debate empresarial.

Sin embargo, a pesar de su rol fundamental, persisten brechas significativas en la representación de mujeres en el sector. De acuerdo con Gartner (2021), aunque las mujeres representan el 41% de la fuerza laboral en supply chain, solo un 15% ocupa cargos ejecutivos. Esta desigualdad es particularmente marcada en industrias tradicionalmente masculinizadas como la logística, el transporte y la manufactura pesada.

La falta de representación femenina en espacios estratégicos limita no solo la diversidad de pensamiento, sino también la capacidad de innovación y adaptación de las organizaciones. El Foro Económico Mundial (2022) advierte que, al ritmo actual, tomará más de 170 años alcanzar la igualdad de género a nivel global.

En el caso de la cadena de suministro, esta brecha se mantiene debido a factores estructurales como los sesgos en los procesos de reclutamiento, la escasez de políticas efectivas de conciliación laboral y la persistencia de estereotipos sobre roles técnicos y de liderazgo. La equidad de género no debe considerarse únicamente una meta ética: es también una estrategia competitiva.

Un estudio de McKinsey (2020) demostró que las empresas con mayor diversidad de género en sus equipos ejecutivos tienen un 25% más de probabilidades de superar la rentabilidad promedio de su industria. Además, la incorporación de la perspectiva femenina en los procesos operativos permite diseñar

soluciones más integradoras, seguras y sostenibles. Un ejemplo ilustrativo de la importancia de la perspectiva de género es en los maniqués utilizados en pruebas de seguridad en la fabricación de automóviles. Diversos estudios han demostrado que las mujeres tienen un 47% más de probabilidades de sufrir lesiones graves en un accidente de tránsito.

Pero ¿Por qué pasa esto? La respuesta está en que los maniqués de prueba suelen tener anatomía masculina. Hoy en día, la normativa europea exige el uso de maniqués femeninos pero muchas compañías para cumplir con esta norma utilizan versiones masculinas en tamaño reducido. Lo que podría ser una prueba de la falta de perspectiva femenina en este sector, donde apenas representan el 20% de la fuerza laboral.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2021) ha advertido que, en sectores como la logística y el transporte, los estereotipos de género siguen condicionando la contratación, ascenso y permanencia de mujeres, especialmente en posiciones técnicas o de liderazgo. Frente a este panorama, algunas estrategias recomendadas para avanzar hacia una mayor equidad incluyen:

- 1. Procesos de selección inclusivos, aplicando mecanismos como la contratación ciega y métricas de diversidad.**
- 2. Programas de mentoría y redes de apoyo profesional, como los promovidos por WINS Chile.**
- 3. Planes de carrera con enfoque de género, que contemplen medidas de conciliación y reintegración laboral tras licencias parentales.**
- 4. Capacitación en sesgos inconscientes, dirigida tanto a mandos medios como a alta dirección.**

Organizaciones como SheWorks del Banco Mundial y la Red WIN en Latinoamérica han demostrado que estas prácticas pueden marcar una diferencia concreta en la inclusión femenina dentro de la cadena de suministro.

En un entorno globalizado y tecnológicamente acelerado, la sostenibilidad empresarial no depende solo de la adopción de nuevas tecnologías. Una cadena de suministro resiliente y eficiente también debe ser inclusiva y equitativa.

La transformación no se logra únicamente con buenas intenciones: requiere compromiso organizacional, métricas claras y liderazgo consciente. El futuro de la cadena de suministro será sostenible e innovador solo si también es diverso e inclusivo. ■