



NUEVE HITOS QUE MARCARON LA INDUSTRIA EN 2025

CAMBIOS EN EL RETAIL, CIERRES Y APERTURAS LOGÍSTICAS, AVANCES EN DISTRIBUCIÓN URBANA Y NUEVAS TENDENCIAS EN ÚLTIMA MILLA FUERON ALGUNOS DE LOS HITOS QUE DIERON FORMA A UN AÑO CLAVE PARA EL ECOSISTEMA DEL COMERCIO Y LA CADENA DE SUMINISTRO EN EL PAÍS.

4

El 2025 fue un año de ajustes para la industria del comercio, el retail y la cadena de suministro en Chile. La economía más exigente, consumidores menos tolerantes a las fallas y un entorno regulatorio en evolución obligaron a las empresas a adaptarse a un escenario donde la eficiencia dejó de ser una ventaja competitiva para transformarse en una condición básica de supervivencia.

Cierres de tiendas, reconfiguraciones de modelos de negocio y reordenamientos estratégicos evidenciaron que el mercado ya no admite estructuras rígidas ni operaciones poco resilientes. En ese escenario, la logística adquirió un rol pro-

tagónico. Lejos de ser solo un soporte operativo, pasó a convertirse en un habilitador clave de la competitividad, la continuidad operacional y la experiencia del cliente. La capacidad de anticipar disrupciones, integrar tecnología, rediseñar redes de distribución y responder con rapidez a los cambios del entorno marcó la diferencia entre quienes lograron adaptarse y quienes quedaron rezagados.

Los siguientes nueve hitos permiten observar cómo estos cambios se materializaron a lo largo del año. Regulaciones, inversiones en infraestructura, transformaciones en el retail, avances en distribución urbana y nuevas dinámicas del e-Commerce dieron forma a un 2025 intenso, de-



safiante y revelador sobre el rumbo que está tomando la industria y el papel que la logística seguirá jugando en su evolución futura.

1 NUEVO IVA A COMPRAS INTERNACIONALES

El 25 de octubre de 2025 entró en vigencia la Ley 21.713 de Cumplimiento de las Obligaciones Tributarias, que establece la aplicación de IVA (19%) a todas las compras internacionales realizadas a través de plataformas digitales por hasta US\$500. Las compras que superan ese monto deben, además, pagar aranceles. La medida, implementada por el Servicio Nacional de Aduanas y el Servicio de Impuestos Internos, busca equiparar las condiciones tributarias entre actores locales e internacionales.

La normativa establece que son las propias plataformas digitales las responsables de recaudar el IVA, incorporándolo directamente en el precio final al consumidor. En los casos en que la plataforma no esté inscrita o no cobre el impuesto de forma anticipada, el IVA debe pagarse durante el proceso de importación, lo que puede generar demoras en la liberación de los envíos.

A diciembre de 2025, 29 plataformas ya se habían inscrito en el sistema, entre ellas AliExpress, Amazon, Shein y Temu, que concentran cerca del 90% de las compras internacionales realizadas desde Chile. Según cifras del Servicio Nacional de Aduanas, durante el primer mes de implementación, el 76,7% de las compras bajo los US\$500 ingresó al país con el IVA ya cobrado, superando el 90% si se excluyen los envíos previos a la entrada en vigencia de la ley. El impacto del impuesto en el volumen de compras aún es incierto y probablemente se clarifique durante 2026.

2 EL ADIÓS DE HISTÓRICAS TIENDAS CHILENAS

El 2025 evidenció profundas transformaciones en el comercio y el retail chileno, con el cierre de tiendas emblemáticas y procesos de reestructuración orientados a recuperar eficiencia operativa y sostenibilidad financiera.

Tras 70 años de operación, Corona cerró definitivamente todas sus tiendas en julio de 2025. La quiebra respondió a una combinación de problemas financieros arrastrados, alto endeudamiento y una caída sostenida de las ventas tras el estallido social y la pandemia, además de la dificultad para adaptar su modelo a un mercado cada vez más dominado por el comercio electrónico y grandes actores internacionales.

Por su parte, La Polar culminó un proceso de crisis con su fusión con AD Retail en 2024. Durante 2025, la integración bajo la marca abc avanzó en el cierre selectivo de tiendas, la unificación de bodegas, sistemas y rutas de distribución, y el fortalecimiento financiero vía aumentos de capital. Estas medidas permitieron reducir pérdidas durante el año y sentar las bases para una red física optimizada y un modelo omnicanal más competitivo de cara a 2026.

3 SALIDA DE MARCAS INTERNACIONALES

El 2025 estuvo marcado por la salida de varias marcas internacionales del mercado chileno, explicada por una combinación de resultados comerciales por debajo de lo esperado, altos costos de operación física, menor tráfico presencial y un escenario económico más débil.

A ello se sumaron decisiones estratégicas de las casas matrices, que optaron por replegarse de mercados de menor escala y priorizar países más grandes o el fortalecimiento de sus canales digitales. Entre los casos más emblemáticos estuvo Dafiti, pionera del e-commerce y del modelo marketplace en la región, que tras un fuerte crecimiento en pandemia comenzó un proceso de repliegue global.

Luego de cerrar operaciones en Argentina en 2024, la compañía dejó Chile en febrero de 2025, tras perder participación frente a actores como Mercado Libre y Falabella, evidenciando la alta competitividad y dinamismo del comercio electrónico.

También se concretaron los cierres de Old Navy, que puso fin a su única tienda en Chile tras no alcanzar los resultados esperados, y de Esprit, que cerró sus últimas dos tiendas en el país en medio de una profunda crisis financiera global. A ello se sumó Calzedonia, que abandonó el formato de tiendas propias y optó por continuar su presencia en Chile a través de retailers locales, reflejando un cambio estratégico hacia modelos de menor riesgo operativo.

4 PUNTOS DE ENTREGA Y LOCKERS INTELIGENTES, UN MODELO QUE SE CONSOLIDA

Durante 2025, los puntos de retiro y lockers inteligentes se consolidaron como una pieza clave de la logística urbana, al ofrecer mayor flexibilidad al consumidor, reducir la presión sobre la última milla y disminuir el impacto urbano de las entregas. Su expansión, alineada con tendencias observadas en Europa y Estados Unidos, permitió reducir intentos fallidos de entrega y optimizar rutas.

En este escenario, Blue Express, tras su integración con Copec, aceleró la instalación de casilleros en servicentros con operación 24/7 y cobertura nacional, sumando además una alianza con Metro de Santiago y Kubi Lockers para incorporar puntos de retiro en estaciones de Metro.

Starken fortaleció su red "Soy Starken", incorporando comercios de barrio y avanzando en formatos automatizados 24/7, mientras Chilexpress amplió su red de sucursales y puntos asociados como alternativa a la entrega domiciliaria, es-

pecialmente en comunas periféricas y ciudades intermedias.

Por su parte, CorreosChile profundizó alianzas con pequeños comercios y emprendedores, habilitando puntos de envío y retiro para e-commerce de menor escala y reforzando su presencia fuera de la Región Metropolitana. Así, estaciones de servicio, comercio de barrio, transporte público y formatos automatizados comenzaron a operar como una red integrada de nodos logísticos, centrada en flexibilidad, cercanía y control del momento de entrega.

5 SE PROMULGA LA LEY DE CABOTAJE MARÍTIMO

Pese a que Chile cuenta con una extensa costa, solo el 4% del total de la carga que se mueve por el país lo hace vía marítima -por cierto- con costos bastante elevados. La nueva ley de cabotaje -promulgada en noviembre del 2025- busca cambiar este panorama, permitiendo que, bajo ciertas condiciones, naves extranjeras participen en el transporte de carga entre puertos chilenos.

Entre los objetivos de esta normativa se encuentran aumentar la competencia y eficiencia del transporte; fomentar la sostenibilidad (menos emisiones de CO₂, al potenciar la vía marítima por sobre la terrestre) y; favorecer la resiliencia de la cadena de suministro, al diversificar las opciones de transporte y reducir la dependencia vial. Se estima que la medida genere una reducción de tarifas de entre un 20% y 39% , lo que supone un ahorro anual para el país de hasta 267 millones de dólares. Si bien su impacto dependerá de su aplicación práctica y de la respuesta del mercado, representa un avance concreto hacia un sistema logístico más flexible, competitivo y sustentable.

6 APERTURA DE IMPORTANTES CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

MercadoLibre: En noviembre, MercadoLibre inauguró el centro de almacenamiento y distribución más grande del país dedicado exclusivamente a e-Commerce. Ubicado en Colina, la construcción este nuevo centro se enmarca en el plan de inversión de la compañía para robustecer su red logística y ofrecer entregas en 48 horas a lo largo de todo Chile.

El centro alcanza los 100 mil m² y tiene capacidad para albergar hasta 15 millones de productos. Esta expansión operará bajo el modelo fulfillment, centralizando almacenamiento, embalaje y despacho para miles de vendedores locales, y promete elevar la eficiencia operativa del ecosistema e-Commerce en el país.

Paralelamente, la empresa inauguró su primer centro de almacenamiento y distribución fuera de la Región Metropolitana, ubicado en San Pedro de la Paz (Región del Biobío). El recinto cuenta con capacidad para almacenar 30.000 productos y fue implementado en tiempo récord (menos de dos meses) como un nuevo modelo logístico dentro de la red latinoamericana de la empresa. Gracias a su ubicación estratégica en el kilómetro 10 camino a Coronel, permitirá ofrecer entregas en el mismo día a alrededor de 1 millón de habitantes de ciudades del centro-sur (Concepción, Chillán, Los Ángeles, Temuco), acelerando significativamente los tiempos de envío en la zona.

Samex: También en noviembre, la empresa de transporte de carga consolidada Samex (Grupo Jedimar) inauguró su nueva casa matriz y centro de distribución B2B en Quilicura, considerado el más moderno de la compañía. El proyecto implicó una inversión de US\$11 millones y se sitúa en un terreno de 7.000 m² de bodegas (más 1.000 m² de oficinas) con tecnología de punta para mejorar eficiencia y sustentabilidad. Dispone de 27 andenes de carga, un sorter automatizado capaz de clasificar 3.200 paquetes por hora y sistemas de medición/pesaje de pallets de alta precisión.



Además, integró más de 270 paneles solares, cargadores eléctricos para vehículos y un jardín de bajo consumo hídrico, reduciendo el impacto ambiental de sus operaciones. Además, durante 2025, Samex abrió sucursales en Curicó, Iquique (nueva ubicación), La Serena (nueva ubicación), Antofagasta (expansión de ubicación), Osorno y contempla futuras aperturas en Valdivia, Punta Arenas, Valledor, Ovalle, San Felipe y San Fernando.

Nestlé Purina: En julio 2025, Nestlé Purina concretó la ampliación de su centro de distribución en Teno (Región del Maule), contiguo a su planta de alimentos para mascotas inaugurada en 2018. Con una inversión de US\$30 millones, la instalación duplicó su tamaño hasta abarcar 25.000 m², convirtiéndose en el centro de distribución de pet food más moderno de Nestlé Purina en Latinoamérica. Esta expansión incrementó en 60% la capacidad logística nacional de Purina e incorporó tecnología avanzada: sistemas de racks para optimizar almacenaje, aplicación automática de film plástico, iluminación inteligente de bajo consumo y cargadores de baterías de litio que reducen hasta 65% las emisiones operativas. Esta inversión responde al fuerte crecimiento proyectado en la industria de mascotas (+37% en cinco años) y mejora la resiliencia de la cadena de suministro de Nestlé ante la creciente demanda.

Empresas Iansa: En agosto, Empresas Iansa puso en marcha un nuevo Centro de Distribución y Envasado en Noviciado, Pudahuel. Esta infraestructura de 18.000 m² de está diseñada para optimizar la logística de distribución de sus productos a nivel nacional, a la vez que minimiza el impacto ambiental. El complejo posee capacidad para almacenar 6.500 toneladas de productos terminados y 10.500 toneladas de materias primas, acelerando los despachos y mejorando la eficiencia operativa. Incorpora altos estándares de innovación y sostenibilidad: cuenta con planta propia de tratamiento de aguas, iluminación LED y grúas eléctricas de ion-litio para reducir emisiones.

Este nuevo centro logístico combina una gran capacidad de almacenaje con tecnologías verdes.

7 PUESTA EN MARCHA DE LA VENTANILLA ÚNICA MARÍTIMA (VUMAR)

El 31 de marzo de 2025, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones puso en marcha la implementación oficial de la Ventanilla Única Marítima (VUMAR), una plataforma digital que centraliza y automatiza los trámites asociados al arribo y despacho de naves en los puertos chilenos. La implementación comenzó en la Región del Biobío, continuó de forma progresiva en otras regiones y hacia fines de 2025, VUMAR se encontraba operativa en los principales puertos del país.

Este avance posiciona a Chile como el primer país de Sudamérica en implementar una ventanilla única marítima y se considera un paso clave para la modernización del sistema logístico-portuario nacional. La plataforma permite reducir significativamente los tiempos de tramitación, elimina el uso de papel y mejora la coordinación entre actores públicos y privados del comercio exterior. Su despliegue, eso sí, no ha estado exento de retrasos y dificultades. En el caso del puerto de Valparaíso, gremios como ASONAVE han señalado problemas operativos que han afectado la eficiencia del sistema. El MTT ha manifestado su disposición a trabajar con el sector privado para resolver los inconvenientes y consolidar la plataforma en todos los puertos del país.

8 LANZAMIENTO ESTRATEGIA NACIONAL DE DISTRIBUCIÓN URBANA DE MERCANCÍAS

A principios de diciembre, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT) presentó la Estrategia Nacional de

Distribución Urbana de Mercancías (ENDUM), el primer marco integral del país desarrollado especialmente para enfrentar los desafíos de la logística urbana y ordenar el creciente flujo de carga en las ciudades. La iniciativa, liderada por el Programa de Desarrollo Logístico, busca optimizar el reparto de mercancías con foco en eficiencia, sostenibilidad y seguridad vial, incorporando por primera vez una mirada sistémica sobre cómo circula la carga en las ciudades.

La ENDUM propone una hoja de ruta con más de 30 acciones, entre ellas el desarrollo de supermanzanas logísticas, sistemas inteligentes de gestión de carga y descarga, armonización normativa, infraestructura especializada y promoción de tecnologías limpias. El objetivo es avanzar hacia ciudades más ordenadas y sostenibles, con un abastecimiento eficiente que no comprometa la calidad de vida.

9 NUEVAS MARCAS INGRESAN AL MERCADO CHILENO

Una de las más destacadas es la juguetería Toys "R" Us, que en noviembre inauguró su primer punto de venta en América del Sur, en tiendas Ripley. En tanto, desde Brasil arribó Anacapri (calzado femenino), de la mano de la chilena Gacel, abriendo locales en al menos seis malls (Plaza Vespucio, Plaza Egaña, Plaza Oeste, Plaza Tobalaba, Plaza Trébol Concepción e Iquique). Igualmente, la marca brasileña Lola Cosmetics (cuidado capilar) estableció sus primeros puntos de venta propios en Mallplaza Los Dominicos y Plaza Vespucio.

Por el lado de accesorios, la relojería japonesa Seiko y la marca francesa de maletas Delsey estrenaron tiendas en el nuevo distrito de lujo de Parque Arauco, en tanto que la joyería portuguesa ONE inauguró su primera tienda de Sudamérica en Casa Costanera. ■