

WEB | TECNOLOGÍA | EQUIPAMIENTO

TECNOLOGÍA: EL NUEVO CAMPO DE BATALLA DE SUPPLY CHAIN

INTEGRACIÓN DE DATOS, AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE Y TALENTO PREPARADO MARCAN HOY LA FRONTERA ENTRE COMPETITIVIDAD Y REZAGO. LA ÚLTIMA ENCUESTA DE LOGISTEC CONFIRMA QUE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEJÓ DE SER UN PROYECTO PUNTUAL PARA CONVERTIRSE EN EL PRINCIPAL VECTOR ESTRATÉGICO DE SUPPLY CHAIN EN CHILE Y LATINOAMÉRICA DE CARA A 2026.

Durante años, la tecnología en logística fue vista como un habilitador operativo, donde un WMS asoma como herramienta para ordenar el centro de distribución, un TMS para mejorar la visibilidad del transporte o un ERP como columna vertebral administrativa. Esa mirada, funcional pero limitada, quedó definitivamente atrás. Hoy, la tecnología se ha transformado en un factor estructural de competitividad, capaz de definir qué cadenas de suministro resisten la volatilidad y cuáles quedan expuestas frente a la disrupción.

La última década, con especial intensidad desde la pandemia, aceleró procesos que, en condiciones normales, habrían tomado años. La presión por responder más rápido, con mayor precisión, trazabilidad y menores costos convive con un escenario de márgenes estrechos, incertidumbre geopolítica, escasez de talento y clientes cada vez más exigentes. En este contexto, la digitalización y automatización dejó de ser un proyecto futuro para convertirse en una condición mínima de operación.

La industria logística atraviesa hoy un punto de inflexión. Tras años de disrupciones, volatilidad y presión por eficiencia, la tecnología se consolidó como el eje estructural del supply chain. Así lo demuestra la encuesta de Logistec, sobre la mirada de la industria 2026, donde el 53,8% de los ejecutivos encuestados



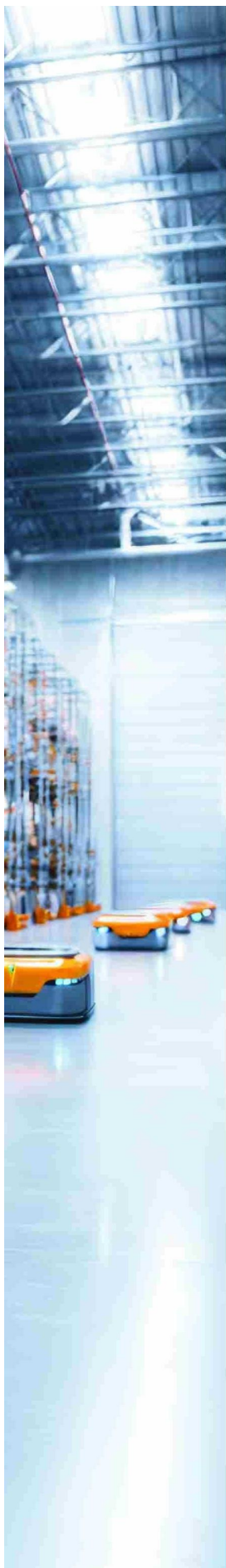
Fecha: 20-02-2026
Medio: Revista Logistec
Supl.: Revista Logistec
Tipo: Noticia general

Pág.: 57
Cm2: 541,6
VPE: \$ 772.895

Tiraje:
Lectoría:
Favorabilidad:

Sin Datos
Sin Datos
☐ No Definida

Título: **TECNOLOGÍA: EL NUEVO CAMPO DE BATALLA DE SUPPLY CHAIN**



reconoce avances tecnológicos concretos, aunque todavía limitados por brechas relevantes de integración, estandarización y adopción real en la operación.

El dato es revelador: solo un 18,4% de las empresas se declara en niveles avanzados o líderes de madurez digital, mientras que más del 51% se mantiene en etapas iniciales o en desarrollo, con iniciativas parciales, pilotos aislados y bajo nivel de visibilidad end to end. La transformación digital avanza, pero lo hace a distintas velocidades, marcando una diferencia cada vez más clara entre organizaciones que utilizan la tecnología como palanca estratégica y aquellas que aún la gestionan de forma reactiva.

Desde la mirada de los proveedores tecnológicos, el problema no es la ausencia de soluciones, sino la forma en que se están implementando. Para Mario Yáñez, gerente general de GPS Chile, el cuello de botella es evidente: "Existe tecnología, se generan datos, pero muchas operaciones los capturan de forma aislada. El GPS, por ejemplo, va por un lado, el control de combustible por otro y la gestión de fatiga por un tercero. Si los sistemas no hablan entre sí y en tiempo real, la toma de decisiones sigue siendo reactiva", comentó el ejecutivo.

Yáñez agrega que esta fragmentación no solo impacta la eficiencia diaria, sino que expone a las organizaciones a riesgos operacionales relevantes. "Cuando la información no fluye en tiempo real, las alertas llegan tarde. Hoy las empresas necesitan anticiparse, no reaccionar. La tecnología permite hacerlo, pero solo si está correctamente integrada y gobernada", advierte.

Esa fragmentación también es observada por Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile, quien enfatiza que "el principal cuello de botella no está en la falta de tecnología, sino en la fragmentación del ecosistema digital. Vemos organizaciones con múltiples soluciones implementadas que no conversan entre sí, lo que limita la visibilidad end to end y la toma de decisiones basada en datos".

Navarrete profundiza que esta situación responde a una visión aún demasiado táctica. "Las organizaciones que siguen sumando soluciones sin conectarlas están construyendo complejidad, no capacidades. La diferencia hacia 2026 estará en quiénes logren orquestar su ecosistema digital bajo una arquitectura común",

señala. Ambas miradas coinciden con uno de los mensajes centrales que arrojó la encuesta: la tecnología está disponible, pero su impacto sigue condicionado por la falta de integración real.

INTEGRACIÓN, ESTANDARIZACIÓN Y DATOS: LA DEUDA ESTRUCTURAL

Uno de los resultados más contundentes del estudio es que la transformación digital ya no se mide por la cantidad de herramientas implementadas, sino por su capacidad de integrarse y generar información confiable. El 35,9% de los ejecutivos visualiza que hacia 2026 el supply chain estará marcado por una consolidación digital, donde la integración de sistemas, la analítica avanzada y la visibilidad end to end serán la norma competitiva.



Javier Bravo
CEO en Symple

Desde SSI Schaefer, su sales manager, Gonzalo Mella, describe este desafío desde la operación: "Hoy vemos ERPs, WMS y TMS que no se hablan entre sí; datos maestros pobres; mucho trabajo manual y proyectos aislados que generan más cuellos de botella. Sin interoperabilidad y datos confiables, cualquier iniciativa tecnológica pierde impacto".

Mella complementa que esta deuda en datos suele hacerse visible cuando se intenta automatizar. "Nos encontramos con procesos poco estandarizados, conectividad débil y una alta dependencia de tareas manuales. En ese contexto, la tecnología no falla: lo que falla es la base sobre la cual se intenta construir", explica Mella.

Esta falta de estandarización no solo afecta la eficiencia, sino que limita la capacidad predictiva del supply chain. Javier Bravo, CEO de Symple, agrega que el problema comienza antes de automatizar, ya que "muchas compañías han incorporado herramientas específicas, pero sin una visión sistémica del Centro de Distribución como un todo. El verdadero desafío no es solo automatizar, sino rediseñar procesos y asegurar que todas las tecnologías funcionen como un sistema único".

Para Bravo, automatizar sin integración es una oportunidad perdida. "Si no definimos bien el problema



Rodrigo Santoro
CEO Pacific Coast Región
en KNAPP

Fecha: 20-02-2026
Medio: Revista Logistec
Supl.: Revista Logistec
Tipo: Noticia general

Pág.: 58
Cm2: 400,5
VPE: \$ 571.522

Tiraje:
Lectoría:
Favorabilidad:

Sin Datos
Sin Datos
☐ No Definida

Título: **TECNOLOGÍA: EL NUEVO CAMPO DE BATALLA DE SUPPLY CHAIN**

ni diseñamos correctamente la solución, la tecnología termina siendo subutilizada. La transformación digital debe maximizar el impacto del negocio, no solo modernizar la operación", enfatiza Bravo.

El ejecutivo de Symple agrega que cuando la integración es correcta, la tecnología deja de ser un costo y se convierte en una palanca real de competitividad. "No se trata de sumar automatización por moda, sino de diseñar operaciones preparadas para crecer, absorber variabilidad y sostener niveles de servicio cada vez más exigentes", sostiene.



Leonardo Navarrete
Gerente Comercial
en STG

Estas visiones dialogan directamente con los datos de la encuesta, que muestran que más del 29,9% de las empresas se ubica en un nivel intermedio de madurez digital, con digitalización de procesos clave, pero aún lejos de una gestión end to end completamente integrada.

DE LA EFICIENCIA A LA RESILIENCIA

La encuesta Logistec confirma que la automatización, la robótica y la analítica avanzada dejaron de ser iniciativas exploratorias para convertirse en apuestas estratégicas. Si bien la automatización y robótica industrial aún representan un 11,7% de las prioridades de inversión, un 25,9% de los encuestados las identifica como una de las mayores oportunidades de desarrollo del sector.

Para Rodrigo Santoro, CEO Pacific Coast Region de KNAPP, este cambio responde a una nueva lógica de negocio: "La automatización pasó de ser un proyecto de eficiencia a convertirse en una capacidad crítica del negocio. Hoy el ROI se mide en continuidad operativa, disponibilidad 24/7 y capacidad de crecer de forma ágil".



Mario Yáñez
Gerente General
en GPS Chile

Santoro agrega que este enfoque redefine la evaluación de inversiones tecnológicas. "Hoy los clientes no solo buscan eficiencia, buscan resiliencia. La automatización permite reducir dependencia de factores externos, responder mejor a picos de demanda y asegurar continuidad operacional", señala.

El ejecutivo de KNAPP subraya que la clave está en la integración inteligente de tecnologías. "La competitividad hacia 2026 no vendrá de una solución aislada, sino de la capacidad de integrar robótica, software e inteligencia artificial bajo una misma arquitectura", puntualiza.

Desde una perspectiva complementaria, Mario Yáñez enfatiza el rol de la tecnología en la gestión de riesgos: "Hoy el ROI ya no se mide solo en ahorro de combustible o eficiencia de ruta. Un accidente mayor puede detener una operación completa y costar millones. El retorno se mide en continuidad operacional y seguridad".

En este contexto, soluciones como robótica autónoma, ASRS, Goods to Person, sensores IoT, sistemas ADAS, plataformas de analítica e inteligencia artificial comienzan a consolidarse como estándares emergentes. Sin embargo, todos los entrevistados coinciden en que su verdadero valor surge cuando los datos fluyen de manera estructurada y en tiempo real.

PERSONAS, CULTURA Y GESTIÓN DEL CAMBIO: EL VERDADERO PUNTO CRÍTICO

Más allá de la tecnología, la encuesta es clara al identificar el principal obstáculo de la transformación digital: la adaptación tecnológica y el cambio cultural concentran el 32,6% de las respuestas. La brecha no está solo en los sistemas, sino en las personas.

Para Leonardo Navarrete, este punto sigue siendo subestimado: "El error más frecuente es implementar tecnología sin preparar a las personas ni involucrarlas desde el inicio del proyecto. Sin gestión del cambio, la tecnología no se adopta".

Desde SSI Schaefer, Gonzalo Mella coincide y profundiza: "Los equipos operativos quieren avanzar, pero faltan habilidades digitales, estructura y liderazgo ejecutivo. Meter tecnología sin rediseñar procesos ni capacitar es un error que se repite".

Javier Bravo refuerza que la gestión del cambio debe ser permanente. "La transformación digital es tanto tecnológica como cultural. Un gran salto tecnológico sin preparación genera fricciones; avanzar de manera progresiva, desarrollando capacidades humanas y sofisticando el management, permite capturar valor real y sostenible", sostiene.

Fecha: 20-02-2026

Medio: Revista Logistec

Supl. : Revista Logistec

Tipo: Noticia general

Título: **TECNOLOGÍA: EL NUEVO CAMPO DE BATALLA DE SUPPLY CHAIN**

Pág. : 59

Cm2: 217,0

VPE: \$ 309.656

Tiraje:

Lectoría:

Favorabilidad:

Sin Datos

Sin Datos

☐ No Definida

Esta mirada se alinea con uno de los hallazgos más relevantes del estudio: el éxito tecnológico depende tanto de la inversión en herramientas como de la gestión del talento, la capacitación y la alfabetización digital.

2026: ELEGIR PLATAFORMAS, NO MODAS TECNOLÓGICAS

De cara a 2026, la encuesta de Logistec es concluyente: la tecnología se consolida como el principal diferenciador competitivo del supply chain. Sin embargo, la discusión ya no gira en torno a qué tecnología adoptar, sino a cómo integrarla de manera estratégica. Para Rodrigo Santoro, la decisión clave es arquitectónica: "La competitividad no vendrá de una solución aislada, sino de elegir una plataforma capaz de integrar automatización, robótica e inteligencia artificial sobre un mismo ecosistema digital".

Mario Yáñez refuerza esta idea, "De nada sirve invertir en IA o robótica si las bases de datos están sucias o desconectadas. Priorizar plataformas de visibilidad integral es el cimiento de cualquier ventaja futura".

Desde STG, Leonardo Navarrete concluye que "antes de sumar más tecnología, las empresas deben conectar lo que ya existe, estandarizar procesos y asegurar

datos confiables en tiempo real. Esa visibilidad end to end es la base sobre la cual todo lo demás puede escalar". En definitiva, la transformación digital del supply chain ya no admite decisiones tácticas ni soluciones aisladas. La tecnología está disponible.



Gonzalo Mella
Sales Manager
en SSI Schaefer

El desafío, y la ventaja competitiva, estará en la capacidad de integrarla, gobernarla y ponerla al servicio de las personas y del negocio. Quienes logren dar ese salto no solo ganarán eficiencia, sino también resiliencia, capacidad de anticipación y una posición más sólida frente a escenarios de alta incertidumbre, donde la ejecución marca la diferencia entre liderar o quedar rezagados. ■