

Tendencias tecnológicas clave que marcarán 2026 en la industria logística

Recopilado por Amalia Beltrán

En México, el eCommerce ya es un motor operativo y ante este escenario la logística dejó de ser un área silenciosa para convertirse en un factor decisivo de competitividad. El crecimiento acelerado del comercio electrónico ha elevado las expectativas del consumidor y ha puesto a la tecnología en el centro de la industria.

Según el reporte de IMARC Group, que cubre el tamaño y perspectiva del comercio electrónico en el país, el mercado de eCommerce en México alcanzó un valor estimado de aproximadamente 54.4 mil millones de dólares en 2025. Esto equivale a una cifra cercana a 1,000 millones de pesos, reflejando la continuidad del crecimiento del canal digital en el contexto local y detrás de esa cifra hay una presión directa sobre almacenes, transporte y última milla, que obliga a las empresas a modernizarse con rapidez.

Otra de las transformaciones más visibles es la adopción de inteligencia artificial y analítica avanzada en la planeación logística. Hoy, algoritmos de pronóstico permiten anticipar la demanda con mayor precisión, optimizar inventarios y reducir quiebres de stock, un punto crítico para los vendedores en línea. Consultoras como McKinsey señalan que la inteligencia artificial generativa ya está comenzando a impactar la toma de decisiones en las cadenas de suministro, siempre que venga acompañada de datos confiables y rediseño de procesos. En un país con alta volatilidad en

consumo y abastecimiento como México, esta capacidad predictiva se vuelve una ventaja estratégica. La infraestructura logística también está cambiando. El auge del eCommerce ha impulsado la demanda de almacenes automatizados y ubicaciones cercanas al consumidor final, especialmente en zonas urbanas.

Mientras que robots móviles, sistemas de picking asistido y micro-centros de distribución comienzan a ser parte del paisaje industrial. Empresas como Onest SmartLogistics, recientemente galardonada con el Premio Nacional de Logística (PNL) 2025, en la categoría de Proveedor de Servicios Logísticos, se encuentra desarrollando diversos proyectos

que combinan la analítica de datos, automatización de procesos y visibilidad integral de la cadena que logren convertirse en una ventaja competitiva para marcas y retailers que buscan escalar sus operaciones digitales sin sacrificar tiempos de entrega ni calidad de servicio. Sin embargo, la última milla es el principal reto al que se enfrenta

la industria para equilibrar experiencia del cliente y rentabilidad. Deloitte estima que este tramo puede representar entre 30% y 35% del costo total de entrega, lo que explica el auge de tecnologías de ruteo dinámico, puntos de recolección, lockers y una gestión más eficiente de devoluciones. Para el eCommerce, la logística inversa ya no es un problema secundario, sino un diferenciador clave de servicio. Todo este avance tecnológico se apoya en una base digital cada vez más amplia. El INEGI reporta que 73.6% de los hogares mexicanos ya cuenta con acceso a internet, lo que facilita el rastreo de pedidos, la atención digital y los modelos omnicanal. Frente a este escenario, la diferencia entre las empresas líderes y las rezagadas no estará en cuántas herramientas adopten, sino en qué tan bien integren la tecnología con su operación.

Para la industria logística y los jugadores de eCommerce, el año en curso confirma que la innovación ya no es una opción, se ha transformado en una condición para competir y crecer.

