Black Friday 2025: La logística inteligente decide qué compras llegan a tiempo.

En un entorno de alta demanda, la tecnología predictiva y la automatización logística se convierten en el nuevo diferencial competitivo para el comercio electrónico.

El Black Friday ya no es solo una batalla de precios: es una carrera contra el tiempo. Este 28 de noviembre, mientras las ofertas inundan las vitrinas físicas y digitales, la verdadera competencia se libra en los centros de distribución. Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), las órdenes de e-commerce aumentan entre un 35 % y 50 % en noviembre, pero el 38 % de los reclamos están relacionados con entregas fallidas o tardías.

La congestión no ocurre únicamente en la web. En la trastienda logística, la diferencia entre una operación eficiente y una colapsada depende de la tecnología. GS1 Latam afirma que las empresas con planificación automatizada logran mejorar su nivel de cumplimiento en un 25 %, gracias a herramientas como la optimización de rutas, visibilidad de flota, control de andenes y notificaciones automáticas.

“El pico de demanda no se resuelve con más camiones, sino con mejor orquestación de recursos”, señala Juan Ángel, Country Manager de Drivin en Colombia. Esta empresa especializada en sistemas de gestión de transporte (TMS) permite a sus clientes reducir hasta un 30 % de kilómetros recorridos y mantener tiempos de entrega incluso en picos de demanda.

Recomendaciones clave para empresas en temporada alta:

- **Análisis y preparación estratégica:** La gestión inteligente del inventario evita desabastecimientos y sobrecostos post-temporada.
- **Experiencia e-commerce optimizada:** Navegación fluida, carga rápida, versión móvil eficiente y políticas claras de devolución son esenciales.
- **Gestión de devoluciones digitalizada:** Las devoluciones aumentan hasta un 52 % en Black Friday. Automatizar la logística inversa mejora la fidelización.
- **Logística a prueba de errores:** Un TMS permite planificar, ejecutar y optimizar la distribución en tiempo real, garantizando visibilidad y control.

En 2025, el rendimiento logístico será más que una métrica operativa: será un indicador de competitividad. Las marcas que inviertan en tecnología no solo entregarán a tiempo, sino que construirán confianza, reputación y lealtad. Porque en el nuevo comercio, la promesa no está en el descuento, sino en el cumplimiento.

BMW Serie 3: 50 años liderando el camino del sedán deportivo.

Siete generaciones, millones de unidades y una historia que redefinió el placer de conducir.

Durante medio siglo, el BMW Serie 3 no solo ha sido un automóvil: ha sido una declaración de principios. Desde su debut en el Salón Internacional del Automóvil de Frankfurt en 1975, este sedán ha trazado una línea clara entre lo convencional y lo extraordinario, inaugurando un segmento que hoy sigue llevando su firma.

Con más de 20 millones de unidades producidas a lo largo de siete generaciones, el Serie 3 se ha consolidado como el modelo más exitoso de BMW y un ícono global del manejo deportivo, la ingeniería de precisión y el diseño emocional. Cada evolución ha sido una respuesta audaz a las exigencias de su tiempo: desde el primer motor de seis cilindros en línea hasta la integración de asistentes inteligentes y propulsión híbrida con más de 100 km de autonomía eléctrica.

El BMW Serie 3 ha sido pionero en aerodinámica, seguridad, conectividad y sostenibilidad, sin renunciar jamás a su esencia: el placer de conducir. Su legado se extiende desde las pistas de Nürburgring hasta las calles de Ciudad de México, donde hoy se produce para el mundo desde la planta de San Luis Potosí, reafirmando su papel como embajador de la innovación alemana con sello latinoamericano.

En su 50 aniversario, el Serie 3 no mira hacia atrás con nostalgia, sino hacia adelante con visión. Porque si algo ha demostrado este sedán deportivo, es que la excelencia no se hereda: se reinventa.