

De mover productos a mover decisiones: la nueva cara de la logística

Durante años, la logística fue definida de forma simple: el movimiento de productos desde un punto de origen hasta su destino, incluyendo la gestión de inventarios, la selección de transporte, la planeación de recolección y distribución, y el seguimiento hasta la entrega final.

Hoy, esa definición sigue siendo correcta... pero claramente, insuficiente.

La logística dejó de ser invisible. Sin embargo, en muchas organizaciones, particularmente en la industria manufacturera y Tier 1 automotriz, aún no tiene el peso estratégico que exige el entorno actual.

En los últimos años, el supply chain ha evolucionado hacia un entorno significativamente más complejo. La volatilidad en la demanda, las disrupciones recurrentes y los factores macroeconómicos han dejado de ser excepciones para convertirse en una constante. Este contexto ha obligado a replantear la forma en que se planea, se ejecuta y, sobre todo, se toman decisiones.

La respuesta natural ha sido la digitalización y la transformación de procesos. Sin embargo, el verdadero reto no está solo en adoptar tecnología, sino en desarrollar la capacidad de reaccionar con agilidad ante restricciones operativas, cambios en el mercado y expectativas cada vez más altas por parte de los clientes.

A pesar de esta evolución, existe una brecha importante dentro de muchas organizaciones. Las empresas de manufactura continúan fuertemente enfocadas en la producción, mientras que las funciones que la habilitan, como la logística, siguen perdiendo visibilidad en la toma de decisiones. Esto resulta contradictorio, considerando el impacto directo que tiene en la continuidad operativa, los costos y la experiencia del cliente.

Hoy, el área de oportunidad es clara: integrar la logística como un eje estratégico del negocio, no solo como una función de ejecución.

Para avanzar en esa dirección, hay variables críticas que deben ser atendidas con mayor enfoque, por ejemplo, el talento humano es uno de los principales diferenciadores. Se requieren perfiles especializados, en constante actualización y con la capacidad de operar en entornos de alta incertidumbre. La logística ya no es solo ejecución; es análisis, anticipación y toma de decisiones.

Asimismo, la precisión en las variables que impactan la operación, y en aquellas que la operación impacta, se vuelve fundamental. No se puede gestionar lo que no se mide correctamente, y en entornos complejos, pequeños desvíos pueden escalar rápidamente.

Otro elemento clave es la consolidación y correcta recopilación de información. Muchas organizaciones aún operan con datos fragmentados, lo que limita la visibilidad y retrasa la capacidad de respuesta.

Finalmente, el impulso hacia el análisis de datos, apoyado en herramientas tecnológicas, es lo que permitirá evolucionar de una logística reactiva a una logística predictiva. No se trata solo de saber qué está pasando, sino de anticipar lo que puede suceder.

En la industria automotriz, donde la sincronización es crítica y los márgenes son cada vez más ajustados, subestimar la logística ya no es una opción.

La logística dejó de ser invisible.

La pregunta es: ¿cuántas organizaciones están listas para darle el peso que realmente tiene?

Porque más que mover productos, hoy la logística mueve decisiones.