

La cadena de suministro social

Todo lo días escuchamos hablar acerca del impacto de las redes sociales y como éstas están cambiando nuestras formas de vivir. Las redes sociales, no son más que un medio de comunicación donde la información fluye libremente sin sujetarse a una estructura específica.

El éxito de una cadena de suministro, depende en gran medida de la capacidad que ésta tenga para responder adecuada y oportunamente a las necesidades del mercado, y muchas de estas, pueden ser identificadas en información transmitida a través de las redes sociales.

Un reporte realizado por [Scientific American](#), manifiesta, que en algunas ocasiones, la notificación de emergencia ante un temblor se transmite más rápido por Twitter que por las redes oficiales de comunicación.

Es por todo lo anterior, que muchas organizaciones están integrando en sus páginas en internet alternativas para que los clientes actuales y potenciales puede expresar libremente sus opiniones. Es también por esto, que algunas organizaciones deciden crear grupos, dentro de los cuales sus usuarios intercambian ideas sobre la forma en que utilizan eficientemente los productos.

Muchas organizaciones, han creado posiciones organizacionales cuya función radica en mantener un monitoreo permanente o sobre las redes y dar respuesta oportuna a los comentarios que se emiten en ellas, tanto favorables como desfavorables. Responder de manera extemporánea o simplemente no responder, genera una muy mala imagen sobre la empresa, y es una muestra de la poca importancia que se le da a la opinión la comunidad en general. No está por demás aclarar, la respuesta es que la empresa da en las redes sociales deben estar acompañadas acciones específicas en los procedimientos,

políticas no estrategias que la organización está utilizando que muchos de estos casos el impactos es directo sobre la cadena de suministro.



Todo esto da origen a un concepto llamado “cadena de suministro social”, que implica facilitar la comunicación con el entorno mediante la creación de redes que permiten escuchar al mercado y construir un claro contexto de lo que ocurre dentro de la red de usuarios.

Las respuestas que la organización ofrezca dentro de las redes sociales, deben ser consistentes entre sí y con la cultura y políticas de la organización, por lo cual, los responsables de atender estas inquietudes requieren conocer detalladamente las estrategias de la organización. Una respuesta correcta, puede ser el principio para construir una relación de largo plazo con un cliente que a la larga genere múltiples beneficios para la organización.

El principal reto que se enfrenta al manejar este tipo de información, es que viaja libremente, sin un formato específico, sin una estructura que facilite su captura y clasificación dentro de los

almacenes de bases de datos. Sin embargo, existen hoy [soluciones tecnológicas](#) que facilitan, la captura e interpretación de estos datos para su futura explotación.

“La cadena de suministro social” debe ser un tema relevante dentro de las estrategias y sistemas operativos de las organizaciones que desean “escuchar” y responder eficientemente a sus clientes actuales, potenciales y la sociedad en general.