



RED-DES

Recursos Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible

Sistematización Taller para la Construcción Colectiva de la Plataforma Centroamericano de Café Diferenciado

DÍA UNO

Agenda:

Miércoles 4 de noviembre.

2:00-3:30 pm - Bienvenida y presentación de participantes.

- Presentación del Programa Red-des.

4:00-6:00 pm - Espacios web de las organizaciones.

- Ventajas y desventajas de una plataforma digital común.

Jueves 5 de noviembre

9:00-12:30 am - Presentación y análisis del prototipo de la plataforma.

2:00-4:00 pm - La red de actores comerciales centroamericanos de café.

- Espacios organizacionales de la plataforma.
- Mesa de negocios: conferencia Dim Dim.

4:30-6:00 pm - Discusión en plenaria.

Viernes 6 de noviembre

9:00-10:30 am - Análisis de requerimientos organizacionales.

11:00-12:30 am - Necesidades de acompañamiento y capacitación.

Posterior a la presentación del Programa Red-des y del Programa TIC de Hivos, se procedió a hacer una pequeña revisión de los espacios web de las organizaciones invitadas al taller:

***Manos Campesinas** www.manoscampesinas.org

- Información para clientes y productores.
- Información general: misión, visión y valores.
- Café
- Normas de calidad
- Vínculos

La página es antigua. Es útil, pero tiene debilidades. En su plan tienen la intención de mejorar las herramientas (incorporar información sobre los productores). No tienen la capacidad instalada para gestionar el contenido de la página.



RED-DES

Recursos Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible

***PRODECOOP** www.prodecoop.com

- Información general (quiénes somos)
- Café/Beneficio Seco
- Galería/Enlaces/Contacto
- Se incorporan fotos de productores y precios en la bolsa.

Tienen un encargado de gestión web, y la página se actualiza con frecuencia.

***COOCAFE** www.coo cafe.com

- Actualizan noticias todas las semanas
- Es bilingüe
- Hay una persona encargada de la página, que es la misma persona que se encarga del área de comunicación.
- Información general: quiénes somos, nuestro café, boletines (con información de las cooperativas que forman parte del consorcio), comercio justo, actividades (se encuentra en construcción en este momento).
- Hay una “tienda virtual” en construcción.
- Hay información sobre la Fundación Café Forestal y sobre “Los Hijos del Campo” (becas).
- Información de contacto de las cooperativas afiliadas.
- Cada 3 ó 4 meses revisan el rating con respecto a otras páginas de café.

***RAOS** www.cafemarcala.com

- La cooperativa RAOS no tiene un espacio propio. Ellos preparan una oferta a nivel de organización (volúmenes, entregas de café, etcétera). La oferta la envían a los compradores que ya conocen y a otros que encuentran en las ferias.
- El espacio de Café Marcala es el espacio de denominación de origen en el que trabaja RAOS sus acciones virtuales. Tienen información sobre RAOS.
- En este espacio hay información histórica, del café de Honduras, fundamentos de la denominación de origen.
- Este sitio web es utilizado por diversas organizaciones de la región. Dichas organizaciones entregan su oferta a la gerente de DOP y ella la sube a la página y monitorea la demanda para comunicarla a las organizaciones.



RED-DES

Recursos Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible

***COOPROCOM** www.cooprocom.com

- Desactualizada desde el 2006.
- Ya consiguieron a una persona que se va a dedicar a gestionar el espacio (la persona encargada del área de comunicación).
- La página actual contiene información general: quiénes somos, misión y visión, Productos, aspectos sociales, contactos, buzón de correo.
- Planean poder utilizar el espacio para negociaciones.

***MAYACERT** www.mayacert.com

- En sitio se encuentra en mantenimiento.
- Cuenta con información general.
- Posee información sobre servicios de certificación, políticas, cursos y eventos.
- También incluye información técnica, preguntas frecuentes, fotos, contactos.
- La organización tiene a una persona encargada de administrar la web.

Posterior a la revisión de los sitios web de las organizaciones, se realizó una reflexión sobre los elementos comunes y las impresiones generales (orientadas hacia qué cosas les gustaría a los participantes que fueran distintas en los sitios).

1. Elementos comunes:

- Información general (quiénes somos, qué es la empresa, misión y visión).
- Contactos: a quién dirigirse para obtener más información.
- La historia de la organización.
- El producto que se ofrece.
- Información de lugares turísticos en las zonas productoras.
- Imágenes de las y los productores.
- La web se utiliza como un espacio para el posicionamiento y la visibilización de las organizaciones.
- Una opción que solo ofrece COOCAFE y que es vista como interesante y útil es la opción de compra en línea.

2. Cómo les gustaría que fueran los espacios.

- Que hubiera historias de los productores.
- Precios internacionales de café.
- Información del impacto social y ambiental de las organizaciones.
- Foros de opinión.
- Generar espacios de opinión y comentarios.



- Información de los clientes y compradores.
- Que los espacios fueran utilizados para fortalecer contactos y procesos de compra.

La siguiente actividad del taller fue una discusión abierta sobre **las ventajas y desventajas de una plataforma virtual común.**

En primer lugar, se trabaja sobre los **problemas:**

- La oferta es más pequeña que la demanda. Al tener una plataforma es posible hacer una oferta en bloque, pero para ello es necesario contar con procesos de negociación claros entre productores.
- Las organizaciones se ven como competidoras entre sí.

- Una negociación común es utópica, pues cada organización cuenta con sus propias estrategias de mercadeo y relacionarse con sus clientes.
- Los clientes no “se sueltan” porque los contactos son antiguos y han costado una inversión de tiempo.
- Sería necesario establecer regulaciones y requisitos para formar parte, un vínculo para poder responder a la demanda para proceso de desarrollo de capacidades e integración.
- Se necesita un catálogo diferenciado y tratar de manera diferente las diferentes ofertas.
- Internamente hay demasiada desconfianza. Se debe tener un nivel de participación desde el mismo nivel

Ventajas

- Para quienes estemos se asegura que nuestra información es veraz. La plataforma se audita a sí misma, y disminuye la competencia desleal.
- Hay ventajas en espacio de promoción, pero no de negociación.
- Con un uso prolongado de la red puede generarse un hábito relacionado hacia estrategias más colaborativas.
- Plataforma para consolidar el café de comercio justo, como una oferta consolidada. Tener información sobre el volumen (de café convencional, de comercio justo y orgánico). Es necesario eso sí, diferenciar entre promoción y comercialización, que sería un fin posterior.
- Objetivo es poner volúmenes reales a disposición. En comercio justo se decide cuánto se vende como comercio justo y cuánto no, pues ya hay una cantidad de producto comprometido.
- Integrar la información para evitar que el comprador deba hacer la búsqueda página por página, permitiría unir la información de las organizaciones mediante vínculos a sus páginas, es un espacio como una casa: las habitaciones serían los espacios individuales de las organizaciones dentro de esta casa.
- Ventajas como puerta grande, fuerte, aunque el costo de mantenerla sería muy alto.
- Elevaría el prestigio de las organizaciones, pero debe tener un nivel de gestión que las organizaciones puedan manejar. Debe ser sostenible.



RED-DES

Recursos Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible

- Funciona bien si lo maneja una organización sin conflictos de interés, independiente, transparente y que busque la integración. Que genere confianza.
- Espacio para que todos podamos gestionar.
- Al dar más información, se puede fiscalizar más.
- Es un espacio de información para los clientes y consumidores: muchos problemas se pueden solucionar con información más clara y más comunicación.

Preguntas

- ¿Quiénes pueden estar en este espacio? Desde FLO se puede garantizar la veracidad de la información de las organizaciones FLO, pero habrá otras organizaciones no certificadas... ¿cómo asegurar que su información es veraz? Podemos certificar nuestra información, pero no la de los demás.
- ¿Comentarios generales o por organización?
- ¿Se contempla la posibilidad de institucionalizar el espacio de la plataforma?
- Hay inquietudes sobre la diversidad de certificaciones, procesos y costos, ¿se ve espacio para unificar a las diversas organizaciones?
- ¿Los precios de café y estilos de comercialización de cada organización se ven como información pública que deba estar en la plataforma?
- ¿Cómo será la sostenibilidad de la herramienta? ¿cómo se mantendrá a largo plazo?

Después de esta reflexión colectiva pasamos a una conversación en subgrupos para tener mayor claridad sobre el tema de la plataforma y sus ventajas y desventajas.

Grupo 1.

Varios puntos de vista y opiniones fueron expresados. Se ve el espacio como una puerta grande por la que se accede a otras puertas (zonas geográficas) y luego a los espacios particulares de las organizaciones, ya sea vinculando a la página web de la organización (si ya la tiene) o al espacio que la plataforma ofrezca a las organizaciones que no tienen web. Serviría para fortalecer una oferta consolidada, cuidando las conductas de deslealtad. Se plantea que los comentarios de visitantes inducen a mayor eficiencia de los participantes.

- Mantenimiento vinculado a la sostenibilidad, financiamiento y desarrollo de capacidades.
- Debe ser para promoción más que para negociación.
- Al tener varias organizaciones que convergen es necesario acordar regulaciones y requisitos.
- Es necesario fortalecer la transparencia y confianza. Al estar en el espacio se genera confianza, si hay normas e imparcialidad va a haber transparencia en la plataforma y las organizaciones. También va a imprimir y dar fuerza a las organizaciones o imprime imagen y atrae nuevos clientes por más pequeñas que estas sean.
- Ofrece un espacio a organizaciones que no lo han tenido.
- En el manejo de comentarios se visualice la experiencia y dé testimonios de la compra y la visita, y esto dé más veracidad a la experiencia. Mucha utilidad en el mercado local con la satisfacción del consumidor. El éxito de la plataforma va a depender del uso que se le dé. También hay que ser cauteloso con el problema de comentarios que sean negativos.
- Ventaja de una oferta catalogada.
- El tema de la competencia puede generar algunas desventajas.



RED-DES

Recursos Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible





- Presentación del prototipo de la plataforma (a cargo de la Fundación Galileo), sus mapas, áreas, vínculos al blog y otras páginas:
 - Se aclarar que el blog es un espacio independiente vinculado al sitio. La idea es aprovechar desde la plataforma todos los elementos y recurso de las herramientas del blog.
 - Se muestran lo ejemplo provisionales presentes en el prototipo de la página.
 - Áreas para eventos actualizados, comentarios, imágenes.
 - Áreas “de nuestros campos a su mesa” en donde a través de un video se explica cómo se procesa el café hasta que llega al consumidor final.
 - Ofertas promocionales: anunciar productos o elementos específicos.
 - Calendario por actividades específicas y actividades comunes, vinculado a las actividades vigentes en el momento.
 - Red de Café: el ingreso a esta se hace utilizando una clave. Se plantea la creación de una red propia con el fin de poseer una herramienta más segura y específica para el intercambio del sector (los participantes muestran falta de claridad sobre la importancia de una red social dentro de la plataforma).
 - Noticias, Sección de interés (con información de interés de certificadoras, comercializadoras, anuncios), Búsqueda, Mapa del sitio.
- Se pide profundizar en el tema de lo público y lo privado. Se solicita aclarar la administración de los comentarios, lo publicable. La red es privada en este momento, al ingresar tengo acceso. En la red se define el nivel de control de la información que se muestra.
- Se plantea la importancia de vincular los retos detectados en el diagnóstico con las respuestas que el prototipo puede dar a estos retos:

Retos identificados en el diagnóstico	Propuestas desde el prototipo
Integrar la oferta	Listado de productores de café diferenciado con sus productos y sus diversas ofertas, se puede acceder a través del mapa o en consulta a la lista de productores
Necesidad de un espacio privado de interacción entre productores, desde los intereses propios.	Espacio cerrado para el intercambio entre productores, como en el caso de educación y tecnología.
Recursos de información útiles para el negocio de café diferenciado	Área de interés para tener diferentes recursos para los productores, mercados, precios y otra información útil.
Espacio de interacción directa individual entre productores y compradores, que dé	Áreas de contacto y mesa de negociación entre productor y comprador.

valor agregado de conexión desde lags TIC	
Necesidad de una demostración clara del impacto que tiene la compra en las comunidades.	Blogs específicos de cada organización vinculados a la plataforma, junto a los recursos adicionales de videos y fotografias.
Necesidad de fortalecimiento de la denominación de origen	Un área de la plataforma dirigida específicamente al tema.

Leopoldo cierra la presentación del prototipo: *la plataforma se centra, en síntesis, en la promoción y la visibilización de la oferta de café diferenciado centroamericano.*

4 pilares tecnológicos:

- 1. Que quienes participen se promueva.*
- 2. Privacidad. El espacio no es privado ni público per se, se construye desde las necesidades. Puede manejarse de manera totalmente privada, como el teléfono, dentro de la misma plataforma. Ya que es una relación uno a uno, ya que se construye así desde este grupo, puede ser pública si el grupo lo defina así. También depende del contexto del usuario en la red social: a quién puedo y quiero aceptar.*
- 3. Desde la red de productores, compradores, fanáticos del café, como red social comparto información, vides, fotos.*
- 4. Información de interés desde el mercado y logística, pensando en información para resolver dudas*

Cualquier cosa que sea identificada como un elemento que no les interese a ustedes, queda fuera.



RED-DES

Recursos Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible

Preguntas y comentarios.

- ¿Qué aplicabilidad le ven a la herramienta en la parte de negociación (pensando en volumen, demanda y oferta)? (**FLO**)
- Interesa subir el perfil por medio de la promoción es un espacio de promoción, también hay un espacio atractivo, con un cliente con cierto perfil, el canal de comunicación es un asunto ya resuelto hace mucho tiempo por teléfono, skype o por correo. Lo que se necesita más es en levantar el perfil en un estado de mercado más alto, como grupo dar más perfil.
- Sobre lo que es la mesa de negociación es un asunto resuelto porque ya lo hemos venido haciendo, es posible que otro si necesite ese espacio (**Manos Campesinas**).
- Es una herramienta más para hacer negocio, coordinadora de comercio justo puede ver el espacio para crecer y comerciar. El trabajo que más hemos hecho, sobre todo en seguimiento es digital, hay muchos compañeros que sólo tienen un correo electrónico y lo recibe poco, es importante tener también capacitación para usar la herramienta. Esa herramienta lo veo como indispensable. (**RAOS**)
- Levantar el perfil es indispensable. Si todos estamos en la plataforma, ¿qué tal diferenciado son nuestros cafés? ¿Cómo la plataforma va a diferenciar para levantar el perfil? (**COOPROCOM**)
- Unidad de estrategia global del producto en café, se busca crear un espacio de información e intercambio de productores y compradores a nivel mundial.

Resumen de ideas de la presentación del prototipo.

- Énfasis en promoción y aumento del perfil, enfocado en lo que hace diferente mi café, que me hace especial a mí en la oferta de café.
- El reto de apoyo tecnológico para la negociación no parece una prioridad, puede ser que la pensemos como una herramienta más que esté disponible para quienes quieran utilizarla.
- El espacio de encuentro puede funcionar no sólo como mesa de negociación, puede contribuir más como espacio de reuniones virtuales. Si el uso para la facilitar la comunicación entre productor-comprador no es el más estratégico, se pueden buscar otros usos.

Aportes extra a la discusión.

- Miguel: no es que se elimine el espacio de negociación, sino definir bien cómo entablar la relación con el espacio, y para qué es mejor utilizarlo.
- Raquel: ver otro beneficio implícito, como el ahorro de costos por ejemplo, en la plataforma regional frente a mercadeo individual. En el intercambio no sólo se trata negociaciones tales como compras y ventas, si no acordar, informar, juntar enfrentar retos, opinar y apoyarse juntos ante situaciones de crisis. Enfocarse en el fortalecimiento como sector y como región, más que la compra y venta.



RED-DES

Recursos Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible

- Inés: revisión de los niveles de certificación y ver si vale la pena ampliarlo con organizaciones que no son certificadas, y si esto puede generar desconfianza en el espacio... En cambio, si todas son certificadas da más confianza. Si aparecen diversas puede confundir. Considero que es la parte básica de lo que se debe dar ahí.

Trabajo en subgrupos para profundizar en los temas de criterios de participación y propuestas de administración.

Grupo 1

- Plataforma como un espacio para aliados, puede vincular redes, certificadoras y agencias financieras.
- Tomar en cuenta como criterios: FLO/orgánico, FLO, FLO/transición, orgánico, transición orgánico.
- Elementos importantes:
 - Definir un volumen mínimo de la oferta para participar
 - Se incluye organizaciones de pequeños productores, siendo necesario definir los criterios de pequeños productores.
 - Definir concepto de pequeño productor, ideas de que se estandarice, a quién se considera como pequeño productor.
 - La administración se hace desde el comité centroamericano. Se consideró CLAC o un ente independiente, pero finalmente consideramos que debe ser un comité centroamericano que dicte los criterios para la membresía y sea un administrador operativo debe hacer fluir las decisiones.
 - Considerar la sostenibilidad. Se explica que una forma de financiar el sistema es por medio de aporte de las mismas organizaciones y buscar financiamiento con el exterior.

Grupo 2

- Esta es una discusión muy amplia.
- En la plataforma participarán organizaciones de consumidores, compradores, ONG que apoyan, certificadoras y financiadoras.
- Hay común acuerdo de que deben ser pequeños productores legalmente organizados.
- Es necesario profundizar las discusiones sobre la definición de “pequeños” productores. La coordinadoras nacionales, al conocer su país pueden dar cuenta de esto.
- Se habló en el grupo de contar con un espacio en la plataforma para el comercio justo.
- Solo los compañeros que trabajan en la producción de café orgánico. Ubicamos a las certificadoras como proveedoras de la información.



RED-DES

Recursos Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible

Resumen de ideas clave

- Otros actores son aliados.
- El comité ejecutor trabaja en consulta.
- Se plantea como otra etapa el incluir los otros productos de las organizaciones de café.
- Es fundamental visualizar y tomar en cuenta la competencia desleal entre comercio justo/orgánico/ y otros sellos.
- Con respecto a la credibilidad se plantea que lo fundamental son las certificaciones. FLO manifiesta que ellos darían información sólo para lo referido al comercio justo.
- Es importante que entre la plataforma y las páginas de las organizaciones no se dupliquen insumos y esfuerzos.
- Hacer circular un borrador provisional de las condiciones de participación y administración.
- Hay un espacio aparte para el café orgánico.
- El valor agregado está en lo comercial y la información clave. El espacio es valioso desde el compartir ideas, iniciativas e información.
- El tema de hacer público los precios es un tema muy delicado.

Trabajo en subgrupos. Desarrollo de capacidades básicas para el uso de blogs.

Manos Campesinas - RAOS

Aprendimos que Wordpress es gratuito, cómo se hace un blog, que se ofrece un espacio para construirlo, subir un texto, colocar y ubicar una fotografía y hacer un enlace a la página, se coloca una imagen recortada en el encabezado.

Es una excelente herramienta que debemos poner en práctica y nos puede servir mucho.

COOPROCOM

Se pueden agregar más páginas de forma horizontal y en la parte vertical se pueden poner entradas, texto e imágenes. Permite ofrecer información sobre la realidad actualizada.

COOCAFE

Cambiamos fondo, título, entradas, fotos y comentarios. También de construyó un calendario y una nube de etiquetas.



RED-DES

Recursos Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible

Discusión en plenaria.

¿De qué serviría esta plataforma en mi organización?

- En la parte de promoción y publicidad. Tal vez para encontrar más clientes. Pasar información de interés, buscar soluciones conjuntas como sector.
- Hacemos las cosas bien en la parte orgánica y social, pero estar vinculados en una plataforma es subir un peldaño y generar más organización.
- Una forma de ayudarnos, una opción del pequeño productos para hacerse más fuerte y seguir en el mercado. El pequeño productor correr el peligro de desaparecer, una iniciativa como esta vendría a salvarlo, pues le ayudaría a obtener mejores precios y mejorar su nivel de vida.
- Para dar valor agregado a los productores de café accediendo a mercados, redes, alianzas, ahorro o mejor uso de recursos.
- Área diferenciada para FLO permite espacios de intercambio formal y discusiones internas. Información y retroalimentación para FLO con las organizaciones. Busca una cooperación.

¿Qué implica en cambio participar de la plataforma?

- En la parte de producción, al haber intercambios, uno aprende. En un intercambio de productores se pueden aprender nuevas técnicas.
- Para intercambiar información más técnica.
- Necesita más velocidad. Ayuda a liberarse de los intermediarios.
- En la cadena de café hay muchos actores, algunos son un mal necesario, una plataforma a favor nuestro y no de los que están solo detrás de una computadora. Somos excelentes para producir, pero para negociar nos falta mucho.
- Somos tediosos a la hora de negociar
- Para tener más información a mano de lo que están haciendo los demás. Información transparente, conociendo la oferta y demanda.
- Impacto en cómo producir y vender. En la parte de producción no, porque hay mucha especialización. En la parte de mostrar información es por crear la capacidad, el beneficio es en el área de ventas por medio de clientes potenciales para tener una cartera más amplia y mayor capacidad de negociación.

¿Qué añadirían o quitarían?

- En el momento de la práctica ver que nos está sirviendo y que no.
- Todos los elementos se ven provechosos, sería luego ver qué sirve más.
- Añadiría una parte que exprese la administración de la transparencia. Sellos de transparencia.
- Espacio editorial como consenso entre todos. Un mensaje que se lanza. Ver el aporte de las organizaciones en el cambio climático.
- Que se convierta un espacio de consulta diaria, que sea funcional, creando una estructura y responsabilidades claras en el mantenimiento.



RED-DES

Plataformas Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible

- Se necesita un espacio para sacar a la luz el punto de vista de los productores.
- Hacer ver y diferenciar entre calidad y producción social y ecológica. El productor pone su esfuerzo para ser ecológico y eso tiene un costo y ese es su aporte al medio ambiente. No vender sólo el producto por calidad, hacer ver el esfuerzo y el beneficio de ese trabajo. Mantener una opinión consensuada.
- Que se manifiesten los beneficios, cómo mejoraría a la organización antes y después de pertenecer a la plataforma, para incentivar que otros se integren, como en historias. Ver el impacto del uso de la herramienta, motivar el uso.
- Usar una matriz de algunos elementos base en 4 líneas, que se pueda actualizar de manera digital. Producción, buenas prácticas.

¿Encontrarían un valor agregado por ejemplo al inscribirse, obtener un derecho a una asesoría de TICs en su organización?

- Manos campesinas no tiene información para alimentar su espacio, si se incluye ese recurso sería muy positivo. Primero cuando se crea y se generar las habilidades para su uso, luego está el mantenimiento. La primera parte es una inversión que necesita apoyo externo. En el mantenimiento es necesario saber los costos para hacerlo sostenible desde las mismas organizaciones.
- Las habilidades no están desarrolladas, no tenemos alguien en comunicación y se necesita, valdría la pena que se generen capacidades en ese sentido. Esos serían aspectos promocionales para la inclusión, al que más avance se le promocio. Ser más exigente y promocional a lo interno.
- Generar productos para todos los actores.
- En desarrollo de habilidades TIC habrá un universo de herramientas en tecnología. Se debe hacer ver la manera de tener capacidad como incentivo o no, pero que a cada cosa que ofrezca la plataforma se le saque el mayor provecho, sus ventajas y buenos usos. Es un prerrequisito de éxito.

¿Hay temores o dudas en el uso de la plataforma?

- Qué tan real es que las organizaciones puedan asumir la participación en la plataforma.
- Hay que pensar en las organizaciones que puedan apoyar FOL, las organizaciones que están acá y en el país de cada uno.

DÍA TRES

*Se presentan, con apoyo individual las herramientas de ning y de dim dim.

*Se muestran las aplicaciones, posibilidades y herramientas de cada una de los programas.

*Se inicia el tema de modelo de negociaciones de conocimiento abierto.

Repaso general

Blog – wordpress.com



RED-DES

Recursos Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible

Red social – ning.com

Video conferencia- dimdim.com

Todo se puede vincular dentro de la plataforma

www.café.red-des.org

SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad depende de los servicios que se ofrecen.

Está claro que es necesario definir los costos de la plataforma en sí y la sostenibilidad posterior.

Hay varios grandes modelos por medio de los cuales se sostienen estas plataformas:

1. Publicidad: vender publicidad a certificadoras, productoras, etc. Esto va a depender del número de visitas.
2. “Confite” o “zanahoria”: se ofrecen cierta cantidad de información o servicios que generan una expectativa, si quiere saber más se cobra un costo muy bajo.
 - Se compra un adicional y se compra algo más.
 - Ofrezco el servicio máximo por un período de tiempo, si lo quiero seguir teniendo tengo que pagar.

(Hay que profundizar en la discusión que cual alternativa le puede servir más a los miembros de la plataforma).

3. Donaciones individuales: hay una gran opción para la plataforma, capturando apoyos individuales a una causa.
4. Membrecía diferenciada.
5. Venta de servicios: se ofrece información en la plataforma para libre uso, se ofrece la venta de los servicios para usar esos servicios. Confite a partir de productos de conocimiento.
6. Patrocinios con una devolución en la plataforma.
7. Todas las anteriores combinadas.

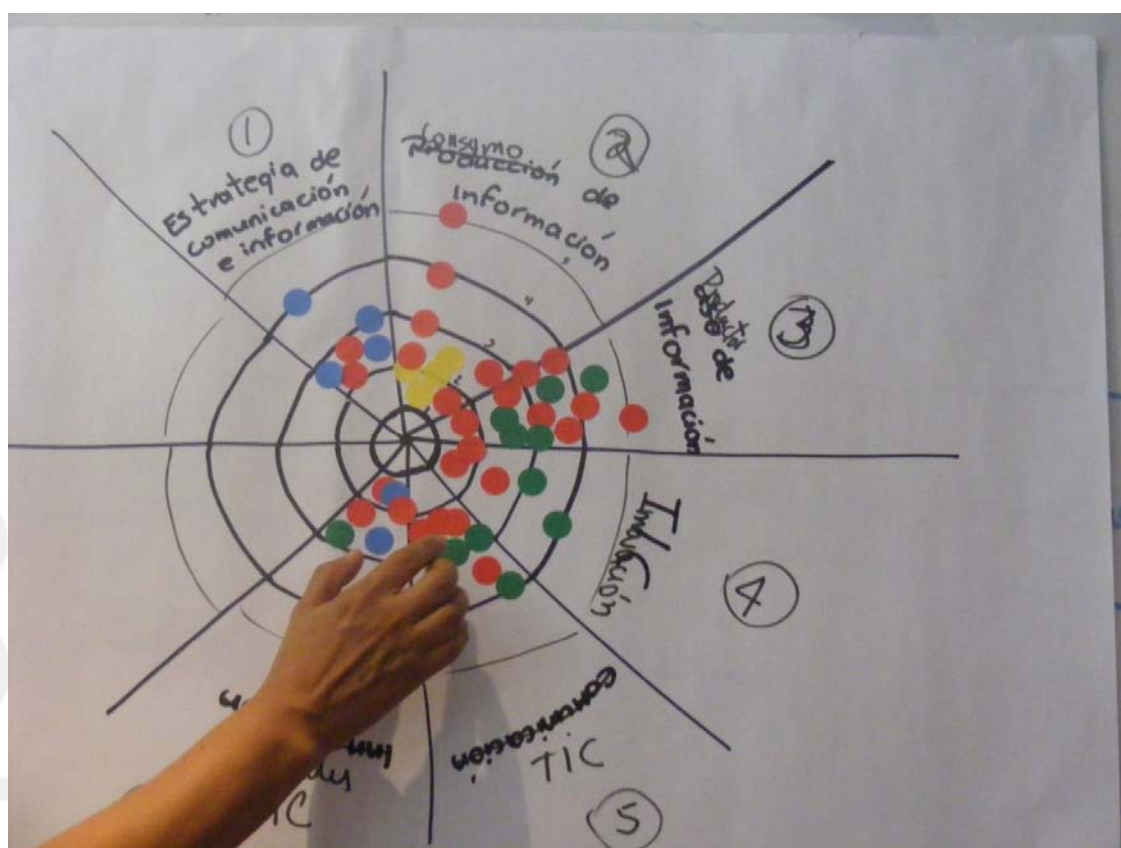
Comentarios

- Se señala sobre los fondos de RS empresarial.
- En el caso del “confite” ¿se diferencian los servicios para quienes forman parte de la plataforma o para los visitantes?



RED-DES

Recursos Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible



Perfil 2: Mi organización dispone de una estrategia de información y comunicación básica

Perfil 3: Mi organización dispone de una estrategia de información y comunicación bien desarrollada y relacionada con los planes organizacionales

Perfil 4: Mi organización dispone de una estrategia de información y comunicación bien desarrollada y que integra tecnologías de información y comunicación.

2. Procesos de Información – consumo de información -

Perfil 1: Mi organización consulta información de diversas fuentes para alimentar sus procesos

Perfil 2: Mi organización utiliza información que viaja en la red para alimentar sus procesos

Perfil 2: Los procesos de mi organización se transforman gracias a los recursos de información disponibles en la Internet

3. Procesos de Información – Producción de información -

Perfil 1: Mi organización produce información para sus asociados y para la comunidad

Perfil 2: Mi organización produce información para sus aliadas y clientes

Perfil 3: Mi organización Produce información para el equipo de trabajo

Perfil 4: Mi organización produce información para la red

Perfil 5: La información de mi organización que está en línea es frecuentemente consultada por otros

4. Innovación

Perfil 1: Mi organización dispone de una estrategia para la innovación permanente

Perfil 2: Mi organización utiliza recursos de la red para sus procesos de innovación permanente

Perfil 3: Mi organización comparte sus lecciones aprendidas y casos de éxito en la red como estrategia de posicionamiento

5. TIC

Perfil 1: Mi organización casi no utiliza TIC

Perfil 2: Mi organización utiliza las TIC para aspectos básicos como correo electrónico, para el web de la organización y navegación

Perfil 3: Mi organización utiliza otras TIC (video-audio-telefonía celular) para sus procesos

Perfil 4: Mi organización utiliza las herramientas Web 2.0 (redes sociales, videoconferencias, podcasting) para fortalecerse

6. Unidades de TIC



RED-DES

Redes Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible

Perfil 1: Mi organización no dispone de personal que se responsabiliza del uso de las TIC en la organización

Perfil 2: Mi organización dispone de personal responsable de fomentar el uso de las TIC en la organización

Perfil 3: En mi organización hay una alta capacidad de uso de TIC en todo su personal

Perfil 4: En mi organización las bases asociativas tienen una alta capacidad de uso de las TIC

Es muy importante que se implemente la comunicación, las nuevas TIC se deben aprovechar, como vimos con la videoconferencia, ahorrar y estar en contacto. Abre mucho la mentalidad, la plataforma es una: unir y ser más fuertes para enfrentarnos a lo externo.

Cierre. Recomendaciones para red-des.

- Iniciativas se plantean como proyecto, la factibilidad y costo de funcionamiento, para decidir emprenderlo o no en el tiempo. Qué implica a cada organización en costos, si hubiera un número puedo decir si se inscribe o no. Definir a quién se le puede vender y cómo, con datos concretos, si no es muy difícil tomar decisiones.
- La experiencia de la coordinadora guatemalteca, no había una figura jurídica, se delegaba una organización para que maneje los fondos y funcionó muy bien, hasta que se constituyó legalmente. Acá hablábamos de un comité, cómo se va a administrar legalmente, que queda en el ambiente y necesita discusión.
- También en la parte de mantenimiento, a quién se va a asignar.
- El próximo paso para que se den cuenta que hay organizaciones en Nicaragua, presentarse al gremio. Cuando se de eso debe especificar el costo beneficio más definido. Es clave. El prototipo y sus costos.
- Establecer claramente qué le demanda a la organización en términos de tiempos, tareas, qué implica para la organización ser parte de esta plataforma.
- Recordar que está en apoyo de red-des, no es responsabilidad individual de las organizaciones el desarrollar.
- Se piensa más en el mantenimiento.
- El costo organizacional. Depende de la transformación organizacional que se tiene que producir en cada organización. Crear una nueva unidad, contratar o capacitar a una persona, desarrollando sus capacidades y junto a esto están los beneficios que son costos menos. Pero no se maneja al detalle.
- Inventario inicial de cosas por desarrollar. Es un rol más que se asigna.
- Generar reuniones nacionales, reuniones con coordinadoras de mercado justo.
- En las cooperativas, primero se debe informar a gerencias y asambleas y socios, es un proceso más largo el de la toma de decisiones.



RED-DES

Recursos Digitales para el
Desarrollo Económico Sostenible

