



Cátedra
Pascual Carrión



Nuevas herramientas para la gestión de las pymes agroalimentarias

Pamplona
5 y 6 de Mayo de 2011

Fernando Rubio

Las empresas y la nueva Internet 2.0

La principal novedad en gestión para las pymes agroalimentarias es la nueva **internet (internet 2.0)**, los servicios que giran en torno a ella y las nuevas redes sociales.

Ideas clave:

- **La Internet 2.0** es una nueva forma de comunicación de trabajo y de interacción radicalmente diferente a la de la anterior internet.
- La Internet 2.0 plantea **herramientas propias de valor añadido** a la gestión empresarial.
- **Las nuevas redes sociales no están orientadas a la empresa**, pero están siendo sustituidas por una nueva generación de las mismas.
- **Es necesario unir el potencial del comercio electrónico con el de las comunidades virtuales.**

Generaciones de Internet

Se distinguen tres generaciones de Internet y una propuesta

▪ **Internet 1.0.** (..1998) basado en paginas HTML estáticas. El papel del internauta es pasivo, simple lector de información.



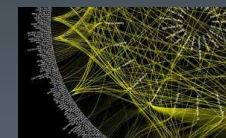
▪ **Internet 1.5.** (1998...) Tras resolver diversos problemas técnicos y de seguridad, las paginas se vuelven dinámicas permitiendo contenidos personalizados y cierta interacción. Es la base del comercio electrónico



▪ **Internet 2.0** (2000..) Es una orientación mas radical en que los contenidos son generados colectivamente por los usuarios, convirtiéndose tanto en emisores como en receptores de la información generada.



▪ **Internet 3.0.** (2004..) Es un concepto aun en desarrollo, relacionado con la capacidad de publicar ideas y conocimiento en la red, no simplemente documentos.



La web 2.0

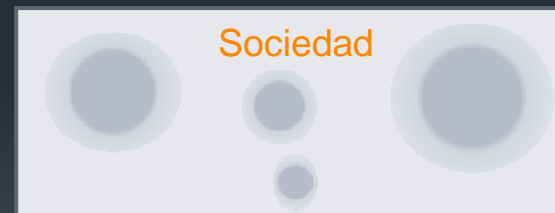
- El término lo acuñó Tim O'Reilly, de una conocida editorial de libros de informática.

- Hace referencia a los nuevos elementos colaborativos que permiten al usuario interactuar con la Internet: Wikis, blogs, foros, redes sociales, **nuevos servicios**, etc.

- En este nuevo contexto la jerarquía entre productores y consumidores de información se ha roto definitivamente.



Situación anterior a 2005



Situación actual

- Hay que tener en cuenta tres elementos en esta nueva tendencia:
 - La socialización de la información.
 - Generación y compilación de conocimiento.
 - Difusión de conocimiento.



Las empresas en la nueva sociedad

- En el nuevo contexto socio-tecnológico las barreras informativas entre la empresas y la sociedad han caído.



Organización antigua



Organización actual

La presión de la nueva sociedad obliga a las empresas a ser mucho mas transparentes desde el punto de vista informativo e involucrarse más en los flujos y las tendencias de las redes sociales.

- La información empresarial tiene un valor social.
 - Investigación
 - Información técnica.
 - Colaboración.
 - Desarrollo
- La información social tiene un valor empresarial.
 - Seguimiento de tendencias.
 - Marketing por internet.
 - Seguimiento e intervención en foros y entornos activos.

La empresa debe participar en actividades colaborativas y proyectar socialmente la información y el conocimiento de que disponga

La empresa debe seguir día a día las tendencias en información social y utilizarlas en su beneficio

La Web 2.0 y las AgroPymes

- Las pymes agroalimentarias plantean problemas únicos para los que la nueva internet es especialmente interesante.

Problemas

- Aislamiento geográfico y humano.
- Sistemas obsoletos de comercialización.
- Dificultad de dar a conocer sus productos.
- Dificultad para entrar y mantenerse en Internet.

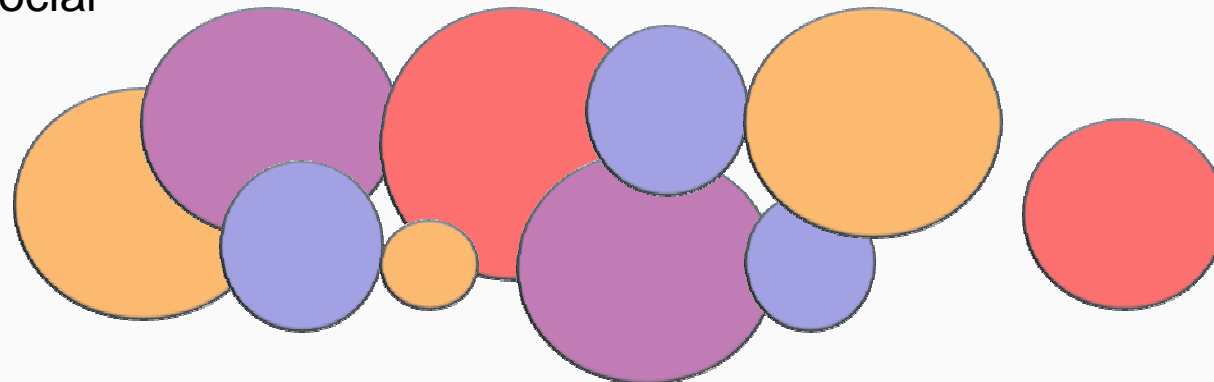
Soluciones!

- Redes sociales especializadas
- Descubrimiento geográfico.
- Nuevo comercio electrónico

Redes sociales y comunidades virtuales

- Una **red social** web es un sistema que entrelaza usuarios en base a relaciones de amistad y similares, permitiéndoles compartir información, comentarios o ficheros.
- Los usuarios de una red social se relacionan en función de relaciones individuales o en base a comunidades virtuales.
- Una **comunidad virtual** es una red de individuos que interactúan a través de la web unidos por una finalidad o un interés común.

Red Social



Las comunidades virtuales son las esferas coloreadas

Tipos de redes sociales

▪ Generalistas.

- Facebook.
- Hi5
- Badoo



▪ Especializadas por actividad.

- LinkedIn.
- Cake financiero.
- deviantART.



▪ Especializadas por herramientas.

- Blogger.
- Salesforce.
- Quora.



▪ Especializadas por zonas.

- Tuenti.
- LunarStorm.



El nuevo comercio electrónico

- El comercio electrónico ha experimentado una gran evolución desde su nacimiento a partir de los antiguos sistemas EDI's. En este momento está naciendo un nuevo tipo de sistemas con características diferentes a los anteriores.

Comercio electrónico tradicional

- Centrado en la transacción.
- Necesita un gran soporte logístico e incluso financiero.
- Basado en sistemas informáticos avanzados.
- Muy pobre en características de comunicación y marketing

Nuevo comercio electrónico

- Centrado en el descubrimiento y la comunicación..
- Se basa en sistemas sociales y colaborativos
- Se centra en relacionar compradores y vendedores.

- Los nuevos sistemas de comercio electrónico son de particular importancia para las pymes del sector agroalimentario

Introducción a la plataforma Chil

Chil es la plataforma de gestión del conocimiento propuesta por la Cátedra Pascual Carrión para el sector rural, agrario, agroindustrial y medioambiental.

- Usa una red social como base para implementar servicios mas complejos, entre ellos un soporte muy sofisticado a las comunidades virtuales: cursos, empresas, grupos, etc.
- **Chil 1** es el prototipo que se ha estado desarrollando desde el 2009. Lleva probándose desde 2010 con usuarios reales en problemas reales.
- **Chil 1** está apoyada por grandes organismos y agentes sociales del sector que contribuyen a su desarrollo y difusión.



www.chil.es

- **Chil 2** es la siguiente evolución del sistema que se esta desarrollando en este momento.

Estructura de Chil

- Chil 1 se divide en 3 niveles jerárquicos:

Nivel 1



Portal.

Usuarios, búsqueda general, búsqueda geográfica, formación, empleo.

Nivel 2



Subportales

El conocimiento agrícola se divide en 12 subportales. Cada subportal tiene su propio diseño gráfico y de contenidos y se centra en la actividad de gestión del conocimiento en ese área.

Nivel 3



Grupos

Los grupos han evolucionado mucho desde el diseño Chiloriginal. Un grupo es un área pública/privada que concentra información sobre una actividad concreta..

¿Qué se pretende con Chil?

- El objetivo del proyecto es proveer de una **plataforma Web 2.0 abierta** de alta calidad técnica **centrada en las necesidades del sector agrario, agroalimentario** y medioambiental, que sirva de apoyo a otras iniciativas que se desarrollen en el mismo.

- Documentos
- Noticias
- Eventos
- Portales
- comunidades

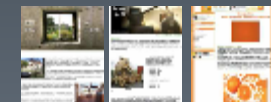


- Gestión de formación
- Comercio electrónico.
- GeoDatos

• GeoRef



• Alojamiento web



Puntos clave de la plataforma Chil

- **Abierto.** El sistema será abierto y colaborativo, se tomarán medidas para mantener la neutralidad e independencia del sistema.
- **Internacionalización.** Mediante diversas iniciativas se difundirá en Europa y Latinoamérica, como primer paso para su expansión.
- **Orientado a los servicios.** El sistema estará orientado a prestar servicios abiertos a agentes y empresas del sector agrario, agroalimentario y medioambiental.
- **Desarrollado con el sector.** Se considera clave la colaboración con agentes de todo tipo dentro del sector para definir nuevas funciones, ajustar su funcionamiento y garantizar su utilidad.
- **Alta calidad técnica.** Se pretende que la calidad técnica del producto esté al nivel de las redes mas avanzadas de este tipo a nivel mundial.
- **Evolutivo.** El sistema nunca se considerará cerrado sino en permanente evolución para garantizar su actualidad y la calidad de los servicios que ofrece.