**Cuestionario para Diario La República**

**Wikimujeres**

**¿Cuál es la política de uso de datos personales que tiene Wikimujeres con sus miembros?**

Para participar del grupo no necesitamos sus datos personales pues se asocian vía grupo de Facebook por iniciativa individual como cualquier grupo o red social en el que simplemente existe un ánimo asociativo completamente voluntario. Sí tenemos un formulario de recolección de datos en nuestro manual de convivencia en el que la inscripción en el mismo es voluntaria y allí se consignan las disposiciones que en materia de Habeas Data se requiere, dicha leyenda se encuentra en todos los formularios que son de eventos oficiales del grupo y donde las integrantes pueden inscribirse a nuestra base de datos para asistir a eventos, adquirir beneficios, regalos, participar en bazares, etc.

**¿Alguien externo puede contactar a las Wikimujeres para mediar en alguna relación comercial que se haya hecho con alguna de las miembros del grupo?**

La persona externa nos puede contactar a nosotras si necesita ayuda para contactar a algún miembro y nuestro alcance será comunicarnos con ese miembro para avisarle que alguien la está buscando y para qué la está buscando y contarle para qué la están buscando que ojalá puedan comunicarse para resolver sus temas.

**¿Quién tiene acceso a los datos personales de las miembros que se inscriben en los talleres y en los bazares, y una vez las miembros se inscriben para qué actividades puntuales usan los datos?**

Utilizamos los datos para cualquier comunicación que debamos hacer por parte de WikiMujeres. Los datos están en manos del equipo que trabaja en WikiMujeres y se utilizan para confirmar asistencia a eventos o comunicar cualquier situación relacionada con el grupo.

**Según su manual de convivencia, ¿qué información se puede postear o no sobre personas naturales?**

Hemos hecho varias comunicaciones sugiriendo que no dejen sus datos personales en el grupo. Al referirse a terceros hemos aclarado en varias oportunidades que es importante no dar nombres ni datos personales, en procura de mantener siempre el respeto al buen nombre de las personas.

**¿Las wikimujeres promueven marcas puntuales entre sus miembros?**

No nos dedicamos a promover marcas pues no desempeñamos la misma labor que los influenciadores o medios de comunicación. Sí hacemos alianzas con diferentes empresas y tal como dice nuestro manual de convivencia, hacemos alianzas con aquellas marcas que estén dispuestas a desarrollar junto a nosotras estrategias que apoyen el emprendimiento, alguna causa social o den beneficios a las integrantes al tiempo que nos apoyan a volver sostenible el equipo que se dedica a atender al grupo. Es un modelo donde todos ganamos cuyo propósito difiere  a lo que se ha dicho por algunos medios pues claramente los recursos son empleados en nuestro sostenimiento así como en las causas que apoyamos y en este esquema: la marca alcanza sus objetivos publicitarios, pero en lugar de hacerlo a través de publicidad tradicional, lo hace a través de apoyar el emprendimiento, dar beneficios o apoyar causas sociales que son de interés de las integrantes, y al mismo tiempo nosotras nos volvemos una empresa sostenible que puede dar empleo a otras mujeres que trabajan en pro de la comunidad. Ahora bien, entre los miembros del grupo de emprendedoras es frecuente que hagan alusión a marcas de manera generalizada así como también es respetable la opinión de muchos miembros como consumidores o usuarios sobre algún producto.

¿**Hay alguna regla que incite a que si una miembro tuvo algún problema con una marca o con una persona se creen acciones en contra de esta, como dejar de comprar o escribir comentarios calificativos?**

\* No hay ninguna regla para esto. Como lo hemos explicado abiertamente además de ser un grupo de apoyo, somos un grupo de usuarios o consumidores por lo que no podemos impedir o restringir que los miembros hagan mención sobre su percepción acerca de servicios o productos, pero sí con nuestras normas de convivencia invitamos al respeto y buscamos que no haya una situación generalizada que distorsione o pueda impactar negativamente productos o bienes. En este sentido no promovemos ni tenemos reglas para que las personas dejen de comprar o adquirir productos o dirigidas a descalificarlos, es falso lo que se ha dicho en algunos medios sobre este tema.

En algunos casos e han hecho publicaciones por miembros del grupo en varias ocasiones y no puedo negar que a veces es difícil controlar que alguien no pueda resultar afectado, pero precisamente el hecho de contar con un manual de convivencia nos permite mitigar que eso pueda suceder.

Por eso en nuestro manual de convivencia siempre pusimos un conducto regular para proteger la defensa de la marca por un lado y por el otro ayudar a esa persona a resolver su inconveniente. En el grupo los miembros deben seguir un conducto regular antes de quejarse públicamente, no está permitido exponer el problema con un producto antes de preguntar si hay alguien de la marca que le puede ayudar, siempre hay alguien con un contacto y abogamos a que las miembros con contactos en las marcas ayuden a resolver. Supongamos que tú eres una persona con contactos en la marca que están solicitando, nosotras en el manual pedimos que antes de contarle a la marca te comuniques con la integrante y le avises que vas a ayudarla de esta manera ya sabe si la van a llamar y está pendiente.

Pusimos esta norma en el manual hace 2 años, de esa manera no se expone el inconveniente. Ya si no aparece nadie luego de un plazo o no se resuelve, la persona puede contar lo sucedido, pero debe hacerlo con respeto. Esto da la chance de que alguien aparezca y ayude.

La mayoría de los miembros siguen este conducto, siempre que alguien no lo sigue y publica una queja en el muro, nosotras retiramos el post para proteger que hablen por privado con la marca y darle derecho a defensa. Cada semana borramos unas 50 quejas de marcas, lógicamente puede haber alguna integrante que se olvidó de seguir el conducto. Hay muchas publicaciones en el muro y algunas se pueden pasar por alto, por eso siempre le pedimos a las integrantes que si ven una queja que no haya seguido primero el conducto regular, nos reporten la publicación.

Es importante destacar que una cosa es quejarse de una marca, por ejemplo decir que salió un caldo podrido, eso es un caso personal que no vale la pena publicarlo ante tanta gente porque no es la norma y por un error no vale la pena afectar la marca. Pero sí permitimos a los miembros intercambiar información sobre ingredientes, comparar algún producto o servicio, para tomar mejores decisiones como ocurre con todos los foros en el mundo. Es distinto cuando se habla de la oferta generalizada de un producto o servicio, por ejemplo un día las mamás estaban hablando de unos brassieres para niñas de 10 años con relleno, cada una opinaba al respecto y eso no lo consideramos una queja sino una reflexión de consumidor sobre lo que sí es la norma de un producto.

Las redes sociales, como ocurre con Facebook o los grupos que se forman en ella, son precisamente una herramienta positiva para los consumidores para expresar sus opiniones y percepciones acerca de productos, en especial, distribuidos o comercializados masivamente y no puedo compartir que la opinión que hagan usuarios o consumidores tengan como propósito afectar marcas o que promovamos alguna campaña negativa en contra de alguna marca.

A mí me llama mucha la atención y hasta me da algo de risa que se nos acuse de afectar marcas cuando somos el primer grupo en Facebook en el país que puso una regla para las quejas, buscando darle la chance a las marcas de defenderse antes de que las personas lo pongan públicamente.

**¿En qué consiste y quiénes son los miembros del Wikiteam?**

A medida que fue creciendo el grupo, la solicitud de algunos miembros de reunirnos y co-crear proyectos para el grupo, decidí formar un equipo para poder hacer frente a estos requerimientos. El equipo se dedica en un 85% a organizar foros de emprendimiento, liderazgo, vida personal pAra el grupo; responder correos con consultas, asesorar emprendedoras para ayudarlas a redactar sus publicaciones de manera tal que tengan más éxito. Manejamos las redes sociales públicas de WikiMujeres, donde difundimos los emprendimientos de las integrantes ante una amplia audiencia y de manera gratuita para las emprendedoras. También somos esa oreja amiga para escuchar y contener a mujeres que están pasando una situación difícil y apoyamos a mujeres que sufren de violencia intrafamiliar poniéndonos a su disposición para ejecutar el apoyo, hacer comunicados en el grupo protegiendo su identidad. El 5% de tiempo restante lo dedicamos a realizar estrategias para nuestros aliados, que son los que permiten sostener este equipo. Somos 7 personas en el equipo, algunas trabajan por proyectos, otras de manera permanente y cada año se involucran algunas más en la organización del WikiBazar.

**¿ Cuáles son los negocios en los que está enfocada la marca Wikimujeres y con qué empresas trabajan?**

Nos dedicamos básicamente a hacer eventos y consultoría de Marketing. Cualquier marca que deser hacer algo para las wikis lo hace por medio de nuestro equipo, brindamos nuestros servicios de asesoría estratégica donde apoyamos a las marcas cumplan sus objetivos a través de trabajar en pro de la comunidad. Que lo hagamos nosotras, que somos quienes mejor conocemos el grupo, garantiza que se proteja la dinámica de la comunidad. Por ejemplo, si nos contratan para un evento la condición es que la marca contrate la bebida, la comida y los servicios que requiera el evento con una emprendedora como una forma de darles pantalla y acercarlas con las marcas. En cada estrategia que hacemos están involucradas las integrantes de alguna manera: beneficios, empleo, emprendimiento, causa social. Tenemos también servicios que involucran generar empleo

Algunos de nuestros aliados han sido Samsung, P&G, Jumbo, Diageo entre otros. Cada uno dentro de sus estrategias se ha enfocado a dar beneficios, apoyar alguna causa social o impulsar los emprendimientos de las integrantes ya sea dando trabajo a las emprendedoras o visibilizando sus talentos. Con todos ellos hemos logrado generar relaciones donde todos ganamos, y se ha trabajado bajo prácticas comerciales éticas y es gracias a ellos que hoy haya mujeres que podamos dedicarnos full time a ayudar a otras mujeres y mantener la comunidad vida. Es un placer para nosotras contar con aliados que entienden el valor del emprendimiento y el valor que genera en la sociedad apoyar la autonomía económica de las mujeres.

**¿Todas las mujeres miembro se tienen que inscribir en un formulario al entrar? ¿En ese formulario qué tipo de información y permisos se entregan y para que fines?**

La inscripción en el formulario es voluntaria pero la mayoría de ellas se ha inscrito pues a las que están inscritas a veces les mandamos regalos a su casa y claro, todas quieren.

En el formulario explica con claridad con qué fines serán utilizados esos datos y también mencionamos la leyenda de Habeas Data.

**¿A quiénes incluyen en la 'Bola Negra' y dónde se publican los nombre de esas personas "no deseadas"?**

Como tal no tenemos un sistema de balota o algo así. Contamos como grupo con una libertad de asociación y hemos establecido criterios que nos identifican a sus integrantes y que así mismo nos permiten identificar personas que voluntariamente comparten esos criterios. En este sentido el sistema de ingreso está dado por las mismas integrantes del grupo y solo ante un fundamento serio habría lugar a considerar el no ingreso de una persona pero es excepcional pues la mismas características del grupo hacen que las personas interesadas, compartan las características del grupo., En este sentido se asemeja un poco a los clubes sociales donde la libertad de asociación te permite establecer criterios de identidad, respetuosos y legítimos.

**¿Cuando prohíben la competencia desleal en el grupo, a qué casos se refieren?**

Si una emprendedora crea un producto innovador, les solicitamos a las demás respetar la creatividad de cada una por supuesto desde un punto de vista empresarial pues somos muy claros en que el grupo se ajusta a la ley y que cada integrante de forma individual debe conocer las consecuencias de comportamientos contrarios a las normas del derecho de la competencia. En este sentido nuestra labor está ligada no a lo jurídico sino al emprendimiento donde propendemos por respetar las iniciativas de otros como comunidad, pero los asuntos relativos al tema legal cada quien los debe considerar en su esfera personal. Sabemos que en el mundo creativo a muchas se nos pueden ocurrir cosas similares, el llamado es a no copiarse ni pisarse las mangueras entre las integrantes con las publicaciones. Si 2 personas venden un producto similar les recomendamos que sean prudentes y no publiquen al mismo tiempo que la otra sino que esperen de manera tal que a todas les vaya bien.