

Desarrollo de productos de T.I y aplicaciones sociales

Canal informático de RSE 2.0

*Diego Castro Soto, ULACIT*

*2011*

## Tabla de contenidos

TEMA.....	3
PREGUNTA.....	3
OBJETIVOS.....	3
OBJETIVO GENERAL.....	3
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	3
RESUMEN .....	4
ABSTRACT.....	4
INTRODUCCION .....	5
Marco Teórico.....	8
Marco metodológico.....	15
RESULTADOS Y DISCUSION.....	16
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	21
BIBLIOGRAFICA.....	24
ANEXO.....	25
Cuestionario .....	25

## **TEMA**

Desarrollo de productos de T.I y aplicaciones sociales para formar RSE 2.0

## **PREGUNTA**

Que características y propiedades de la web 2.0 debe tener un canal informático de RSE a fin de formar una red o comunidad de RSE en Costa Rica, y sea una opción viable y aceptable en el mercado.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Analizar las características y propiedades de la web 2.0 que debe tener un canal informático de RSE a fin de formar una red o comunidad de RSE en Costa Rica y sea una opción viable y aceptable en el mercado.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- 1- Conocer cómo los diferentes actores de la RSE se conectan en la información sobre proyectos.
- 2- Determinar el nivel de conocimiento sobre la web 2.0
- 3- Evaluar el nivel de divulgación de proyectos vigentes de RSE

## RESUMEN

La responsabilidad social empresarial está en auge. Muchas empresas costarricenses poco a poco se han ido adentrando en esta área; se han ido percatando que la RSE puede darles grandes beneficios como: buena imagen y apego con la comunidad, entre otros. Sin embargo, no todo es positivo, aunque la RSE ha venido en crecimiento, esta situación no se ha presentado en el aspecto tecnológico, más específicamente en el uso del internet, ya que aunque lo utiliza, se ha venido quedando rezagado, lo que evidencia una falta de innovación y de evolución en el uso que hace de dicha herramienta. Actualmente, la RSE está utilizando la web en su versión 1.0.

Los proyectos de RSE externos, se llevan a cabo en esencia por las interrelaciones entre sus actores, definidos como los patrocinadores, promotores de proyectos, beneficiarios y voluntarios, donde al menos dos de ellos coordinan para la ejecución de algún proyecto dentro de la categoría de RSE. Y si la esencia es esta interrelación, ¿no sería interesante usar la web 2.0 que se centra en la socialización y relación de usuarios, precisamente para ofrecer una buena solución a esta necesidad? ¿Usar la herramienta más innovadora del internet para facilitar este encuentro y la coordinación entre actores, y así mejorar procesos y subsanar necesidades? Eso exactamente es lo que se investiga en este trabajo, ver si se pueden aprovechar las facilidades y propiedades brindadas por la nueva versión de la web para formar una red o comunidad de RSE en Costa Rica, enfocada inicialmente en los promotores de proyectos, y si el mismo sería una opción viable y aceptada en el mercado.

## ABSTRACT

The corporate social responsibility (CSR) is growing in Costa Rica. A lot of Costa Rican organizations are incorporating more CSR procedures and standards, because they realized this could give them a lot of benefits like good image, a good community relationship, among others. Never the less, not all is positive, even though CSR is growing, this has not been reflected in the communication channels, and being more specific, in the internet channel. The organizations still used websites built in the web 1.0 to propagate all the CSR information.

This is interesting because the core of the CSR projects is the interrelation between the different actors involved, which are: sponsors, benefactors, development actors and volunteers. And this interrelation can be acquired trough a channel that use the web 2.0 to exactly facilitate this, and build a CSR network which host the latest news and projects about CSR, and the same will be generated and updated by the same users.

This paper is focusing on the viability of the construction of a web channel like this, and if this one could be accepted in the market.

## INTRODUCCION

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema fundamental en la contemporaneidad que muestra un retraso, especialmente para América Latina. Más que un asunto de moda, más que un factor económico, o más que una política, es una herramienta para competir eficazmente y para retribuir con la comunidad y con los colaboradores los créditos de una empresa. Bernardo Kliksberg(1) habla de una cifra de cerca de 30 años de retraso respecto de otros países desarrollados, en los cuales está instalada y funciona como un indicador de modernidad y progreso.

El tema de la RSE no es un tema más, sino que es parte fundamental de la solución a los problemas que estamos viviendo. Bill Gates dijo: “Existen millones de personas que tienen sus necesidades básicas insatisfechas porque no tienen la manera de explicarlas de tal forma que interesen al mercado, con lo cual, quedan insatisfechas”. Por eso, él dice que la única manera de solucionar esto es innovando el sistema. En nuestro país hay una resistencia feroz a innovar... (Kliksberg).

De acuerdo con lo anterior, se evidencian dos problemas o dos grandes necesidades, el primero y el más importante es la innovación, se tiene que innovar el sistema para que se comience a avanzar e ir contrarrestando esos 30 años de retraso. Para lograrlo, se necesita usar todas las herramientas innovadoras que se tengan a disposición en todos los campos, especialmente en la Informática. En el campo de la Informática existen herramientas de las cuales la RSE se beneficia, principalmente la internet por su accesibilidad y por ser el principal canal de información en el mundo, la interrogante es si lo hace efectivamente.

Actualmente, existen muchos canales informáticos de RSE en internet, pero presentan la información de una manera informativa y estática, justamente como dice Kliksberg, no hay innovación; dichos canales pueden ser más efectivos si utilizan lo moderno y en este ámbito, lo moderno es la web 2.0. Esta web se nutre de la capacidad de interconectar, que los usuarios tengan la información y sean los que la generen y la compartan, ya no regirse por el hecho de que la información está ahí estática y no pueda ser cambiada. Se trata de ser innovadores, pero esto no es suficiente, la web 2.0 es simplemente un medio que puede utilizar la RSE para solventar una necesidad fundamental que existe en estos momentos y que no se ha subsanado totalmente en todo el universo de la RSE, y esta es la comunicación, la de conectar interesados con emprendedores de proyectos.

La RSE tiene como meta fundamental, beneficiar a la comunidad y sociedad en general con diversos proyectos, pero es necesario conectar a los diferentes actores, tales como: patrocinadores, beneficiarios, promotores de proyectos, voluntarios o colaboradores. Razón por la cual, es urgente un canal informático interactivo abierto. Si bien existen canales informáticos, estos no son canales interactivos y no hacen uso de la web 2.0, es por esto que se tiene que estudiar qué propiedades se pueden incluir en un canal informático que incluya la web 2.0 y solvante la necesidad de interconectar a estas dos partes.

El segundo problema que se evidencia de la cita mencionada por Kliksberg, es que esa innovación sea aceptada en el mercado; se tiene que estudiar bien qué se puede utilizar del elemento innovador, que en este caso es la web 2.0, y cómo canalizarlo o usarlo de manera que las personas no solo lo acepten sino que lo recomienden.

En síntesis, se evidencian tres problemas básicos en cuanto a tecnología informática y responsabilidad social empresarial.

- 1- La necesidad de innovación en la divulgación y comunicación de la RSE, para contrarrestar los 30 años de retraso en América Latina.
- 2- Inexistencia de un canal rápido y ágil que se convierta en punto de encuentro entre los diferentes actores de la RSE.
- 3- Que la solución planteada sea aceptada en el mercado.

El presente proyecto pretende investigar una opción viable que sea aceptada en el mercado, para solucionar los problemas planteados anteriormente.

## Marco Teórico

Es indispensable ahondar sobre la tendencia o situación actual del internet y hacia dónde ha evolucionado, para comprender qué es lo que se pretende hacer para dar solución a los problemas planteados anteriormente. Se debe tener presente que el internet ha evolucionado (Fumero, 2008), y de esto algunas personas u organizaciones no se han percatado, y continúan con anticuadas tendencias o prácticas, causando un elevado desinterés o distanciamiento de lo que se quiere lograr mediante el mismo, y la responsabilidad social empresarial no está exenta de esto (Legrand, 2011).

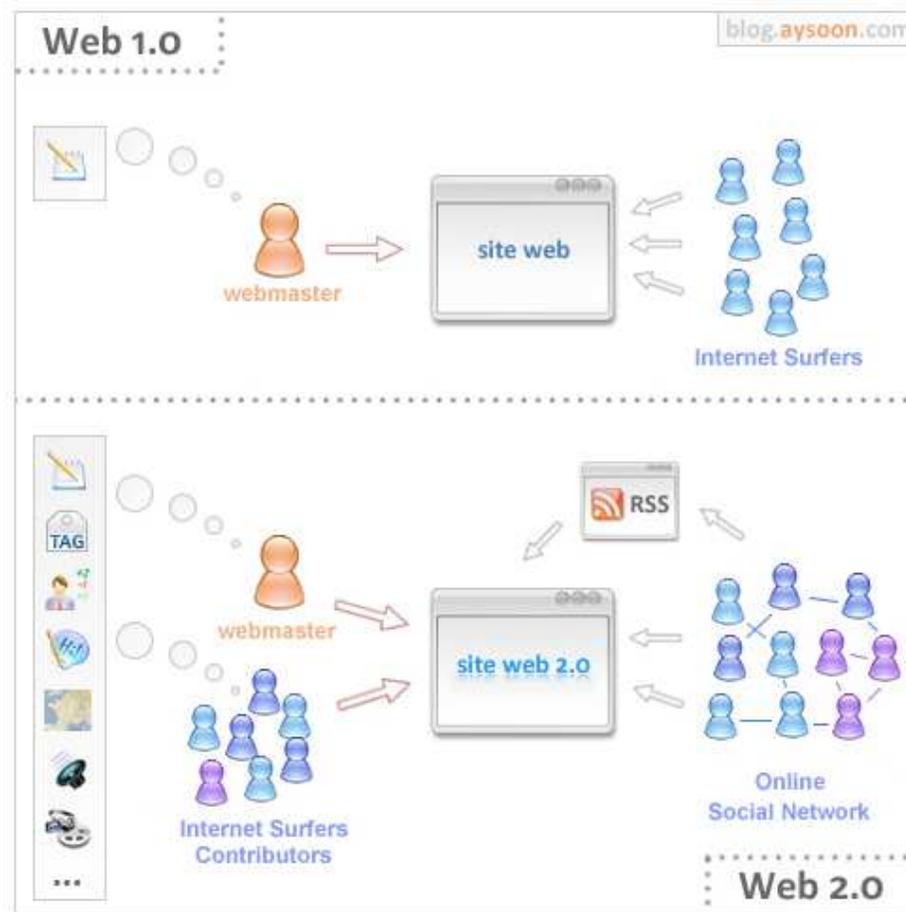
Estas personas u organizaciones siguen usando en sus respectivas páginas web, los conceptos que se encierran en lo que se conoce como la web 1.0. Este concepto se remonta sólidamente en los años 90' y se caracteriza por presentar información estática que muy pocas veces, si no es que nunca, se actualiza. Presenta una monopolización de la información por parte de los administradores de los sitios, un sistema centralizado que solo permite la lectura de la información (García, 2007).

En ámbitos más técnicos, las herramientas características utilizadas en la web 1.0 son el lenguaje HTML y las imágenes GIF; o sea, herramientas que no permiten la interactividad, la comunicación es unidireccional, restringida, pasiva y es solo entendida por los seres humanos, no tiene compatibilidad con otros sistemas o herramientas informáticas. Es a lo largo del tiempo y muchos años después, cuando se comienza a dar poco a poco un empoderamiento al usuario, comienzan a salir los Sistemas Administradores de Contenido (Content Management System (CMS)) que permiten que demás personas, y no solo los administradores, actualicen contenidos y constituyan los cimientos para lo que sería después los *blog* y *wikis*.

Como resultado de dichos sistemas, dada la facilidad de su implementación y uso, se comienza a dar un incremento sustancial de la información en la red; inclusive aparecen conceptos como “infoxicación”. Con esto surge la necesidad de nuevos formatos o herramientas para la gestión y creación de información, de nuevos estándares para la sindicación de contenidos, entre las que destaca el RSS (Really Simple Syndication) como formato técnico para que los usuarios accesen a sus fuentes (Feeds) de información de forma sencilla, rápida y transparente. Con estos conceptos: *blogs*, *wikis* y RSS es que se da la evolución de internet hacia ámbitos mayores de interacción y sobre todo de colaboración a la llamada web 2.0. La misma, se va a enfocar en la escritura y lectura con páginas dinámicas de contenidos variables y abiertos, no solo en la lectura como hacía su predecesora. Los usuarios pasan de ser solo consumidores a ser también productores, como los administradores del sitio, dando así una democratización de la información.

La web 2.0 tiene más características importantes aparte de la principal (mencionada anteriormente), según Fumero (2007), como son: el acceso a los contenidos e información en diferentes formatos, como el RSS; recopilación y almacenaje de los mismos (como la aparición de archivos XML); llamadas asincrónicas (AJAX) y la interconexión de unos a otros (ya la información puede también ser leída y entendida por sistemas y no solo por personas). Gracias a este conjunto de herramientas y técnicas es que la información y contenidos se propagan de forma más rápida y sustancial. En otras palabras, la web 2.0 vino a crear un ambiente más sencillo, amigable e intuitivo para que las personas creen, participen y accedan a la información.

La siguiente figura muestra la web 1.0 *versus* la web 2.0.



**Fuente:** Fumero,A y Roca,G.(2007). Web 2.0

Como se mencionó anteriormente, es muy poco, sino casi nulo, el uso que le da la RSE a la web 2.0 tanto en Costa Rica como en América Latina, ya que se limita a usarla con la simple creación de una cuenta en la mayor red social como es *Facebook*. Centrándonos específicamente en Costa Rica, para conceptualizar bien el punto, se puede realizar una simple prueba como es poner en *Google* "Responsabilidad Social Costa Rica". Los primeros 10 resultados son páginas web 1.0, donde estáticamente, diferentes organizaciones, en sus páginas web como HP, *Softland*, *Intergraphic Design*, AED y CCNRS, divulgan proyectos que han apoyado ya hace varios años, y no solo proyectos antiguos, sino que la fecha de la información es muy vieja,

además de hasta *links* rotos; y todo esto en un diseño poco atractivo o agradable al usuario.

Está claro que para presentar este tipo de información no es indispensable hacerlo en un diseño muy elaborado, pero según TOPSEOS (2011), empresa reconocida por evaluar los mejores diseños, evalúan cinco aspectos, que son lo mínimo que debe tener un diseño de página web (por supuesto, los sitios mencionados no van a competir para tener un diseño de página web de lujo, pero se menciona para exponer que al menos estos sitios deberían tener de una u otra forma los aspectos que evalúa una reconocida organización), y entre estos, está el ser visualmente atractivo, además de ser amigables o de fácil navegación. Sin embargo, los mencionados sitios tienen hasta contenidos fuera de los respectivos contenedores, que atentan contra el aspecto de evaluación de navegación, creando un ambiente para nada amigable; además, hay que recordar que son atributos lógicos y mínimos que un sitio bien hecho debería tener, indiferentemente de la versión de web en que esté construida. Esta crítica situación evidencia la antigüedad y retraso de la RSE en el ámbito web en Costa Rica, y la necesidad de la innovación mediante herramientas y técnicas que ofrece la web 2.0. Antes de determinar qué herramientas y características usar, primero se tiene que pensar qué problemas existen en la actualidad en la RSE y así ubicar que característica o herramienta se puede implementar para solventar esa necesidad.

Si repasamos el concepto de RSE, según la *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa de España* es *...reconocimiento e integración de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, en la gestión de la empresa, de forma que se generen políticas, estrategias, decisiones y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones, de forma transparente, con sus interlocutores*. Se puede denotar que se puede aplicar RSE de muchas formas, por medio de mejoramientos internos o procesos que vayan más de la mano con

políticas ambientales o sociales. Sin embargo, este trabajo se enfoca en una aplicación específica, y es la de apoyo externo, o sea, la aplicación externa RSE que hace la organización a la comunidad o ambiente, y no la aplicación interna. La finalidad de este trabajo es centrarse en este tipo de aplicación, dado que es el campo donde la web más ayuda y además se especializa, que es interconectar a organizaciones o personas.

La esencia de la aplicación externa de RSE es la de realizar o ayudar proyectos que beneficien a la comunidad en general, en diferentes ámbitos, como ambientales o sociales. Y para dichos proyectos, se van a identificar cuatro actores principales (no necesariamente un proyecto encierra a todos) que están involucrados directamente en la realización de los mismos, los cuales, según Ferrer, 2010, son los siguientes, adaptándolos al contexto del país:

- Patrocinadores: Organizaciones o empresas que soportan y fomentan de diferentes maneras un proyecto de RSE.
- Beneficiarios: Son los entes que se benefician directamente del proyecto de RSE.
- Promotores de proyectos: Son intermediarios que se encargan de buscar proyectos de RSE y fomentarlos buscando ayuda externa para realizarlos.
- Voluntarios o colaboradores: Personas que ayudan y contribuyen de alguna forma al proyecto, en términos no económicos.

En este ciclo de interacción entre los actores, el factor más importante es el de estar interconectado, que todos se encuentren en un mismo punto. Entonces, por ejemplo, que un patrocinador, o sea, una organización con deseos de hacer RSE, tenga a mano y de una manera fácil la información sobre proyectos del mismo y hasta pueda elegir en dónde le llame la atención para contribuir; que un beneficiario pueda encontrar fácilmente patrocinadores, soportes que le ayuden a realizar un objetivo dentro del ámbito de RSE; que personas comunes y corrientes sepan dónde pueden encontrar proyectos que

van a apreciar la ayuda que brinden y sepan dónde ir; y por último, y principalmente los promotores, tengan a mano los recursos de los diferentes tres actores para elaborar una gestión eficiente entre los proyectos. Uno de los principales problemas, desde la perspectiva de promotor, es encontrar a beneficiarios de proyectos de RSE con empresas u organizaciones que quieran promover o ayudar, y a la vez buscar mano de obra para ejecutarlo, que vienen siendo los colaboradores o voluntarios.

La solución planteada en esta investigación, es que el problema de interconexión se viene a resolver con la implementación de un canal informático con características web 2.0, que se apoye en conceptos sociales y construya una red o comunidad entre los diferentes actores de RSE. Además, que sirva de punto de encuentro entre los mismos, dando como resultado un portal de fácil acceso para cualquier ente, sin importar su ubicación geográfica, y que a la vez sirva como un medio de divulgación de proyectos de RSE.

Cuando se habla de características web 2.0 que debería tener el sitio, se habla de las más comunes. En primera instancia, un apartado con las noticias más recientes e importantes, en formato RSS, con el fin de que la información se propague mediante la conexión con otros sistemas y no solo por seres humanos, permitiendo compartir la información entre sitios web; con facilidad para que los usuarios del sistema (principalmente actores) publiquen y expongan contenido de su interés, lo que daría como resultado que entes interesados puedan encontrar dicha información. Además, hacer un portal generalizado y estándar que unifique y divulgue la mayor cantidad de información y proyectos, generada por los actores de la RSE, y un canal donde el proceso de búsqueda y hallazgo de recursos y proyectos, sea sumamente simplificado.

La elaboración de un canal como el descrito anteriormente, un *software* social (sitio web 2.0), es una innovación de la que tanto carece el sector de RSE,

que daría solución a la carencia de la misma y apuntaría a que el canal planteado pueda conseguir la aceptación del mercado y sea de uso cotidiano en las labores de RSE, o sea, convertirse en referente de las gestiones e información. Sin embargo, se tiene que investigar cómo los actuales promotores de proyectos realizan esta gestión y qué conocimiento tienen de la web 2.0, para poder analizar a fondo si un canal así es viable y determinar los primeros pasos para empezar a implementarlo.

## Marco metodológico

La presente investigación utilizará un enfoque cuantitativo, que permitirá medir el porcentaje de conocimiento del tema de la población. Además, permitirá ver el estado de los promotores de proyectos de RSE, en cuanto a canales informáticos de RSE.

La población se refiere a las personas que han estado vinculadas o participado de proyectos de RSE, en las organizaciones promotoras afiliadas a la organización AED (empresa reconocida por sus labores de RSE en el país), en el área metropolitana. El total de organizaciones asociadas son 92, de las cuales tienen en promedio 15 personas vinculadas o que hayan participado en proyectos de RSE. Por lo tanto, el tamaño total de la población es aproximadamente 736.

La muestra es de escogencia al azar. Esta selección al azar nos da una muestra no probabilística. La muestra se compone de 54 personas vinculadas a organizaciones promotoras de proyectos de RSE, afiliadas a AED. El motivo de la manera de la elección de la muestra radica en las limitaciones temporales, debido al corto tiempo para realizar este trabajo, y no se puede contemplar a todos los actores involucrados en proyectos de RSE, solo los promotores. Entonces, además de una muestra no probabilística es una muestra por conveniencia. En cuanto a la muestra, cabe recalcar que se obtuvo por medio del correo electrónico.

La técnica utilizada para la recolección de datos es el cuestionario, el cual se le aplicó a la muestra mencionada.

El cálculo del error muestral es del 13.1%, haciéndolo con un nivel de confianza de 95%.

## RESULTADOS Y DISCUSION

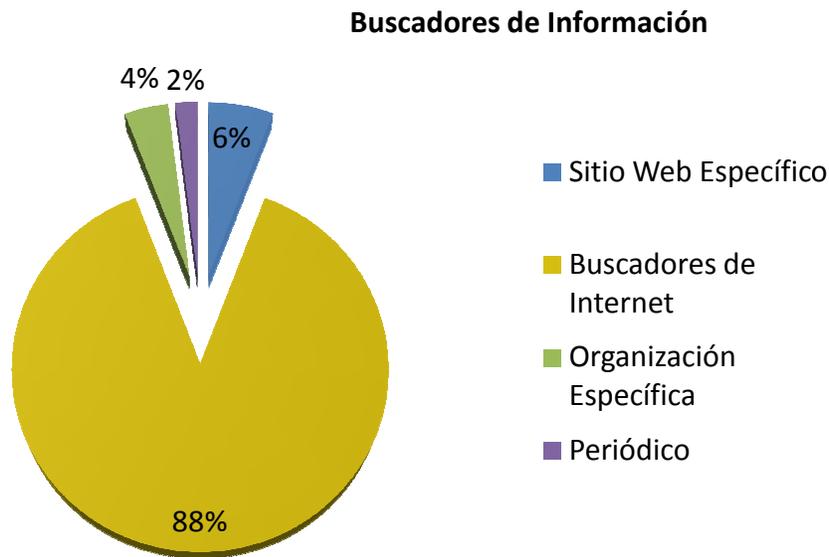
Luego de ver los resultados de la encuesta, se puede exponer ciertos datos relevantes y necesarios. Por supuesto, se tiene que estar claro que este estudio solo se enfocó en un solo actor de los cuatro involucrados en los proyectos de RSE, que son los promotores de proyectos.

El hallazgo relevante que resalta, es que las personas relacionadas con organizaciones promotoras de Responsabilidad Social Empresarial, hacen uso de la web 2.0, por lo que están familiarizadas con las facilidades, propiedades y atributos que brinda. Casi que el total de las personas encuestadas (un 96,2%) señalaron que hacen uso de la red social *Facebook*, seguida muy distantemente de *Twitter* con un 38,8%, y más atrás se encuentra *Link-In* con un 21.2%. Esto es de suma importancia para el estudio, dado que es un indicador positivo de que una red social de RSE puede ser bien aceptada en el mercado, y los usuarios no van a pasar por una curva de aprendizaje muy pronunciada.

Los resultados mostraron también cómo las personas encuestadas, poco a poco centran más atención o le dan un grado más de importancia a la nueva información, la que se actualiza dinámicamente, dado que el 84,4% de los encuestados evaluaron la información estática entre *importante* y *menos importante*. En cambio, un 88,7% de la muestra clasificó como *muy importante* la información, ya sea dinámica o social. Con este dato, se demuestra cómo los conceptos de web 2.0, efectivamente, están más presentes en las personas y cómo la web 1.0 pasó a un segundo plano.

Uno de los resultados más importantes para el estudio, fue determinar el canal que usarían los encuestados en primera instancia para buscar información de RSE en el país, lo que reveló que el 88,5% de la muestra utilizaría los buscadores de internet, buscadores como *Google*, *Yahoo*, *Bing*, inclusive sobre

organizaciones específicas que manejan y se dedican a la RSE en el país. Esto es fundamental para el estudio, dado que evidencia la carencia de un lugar centralizado común y conocido para buscar información reciente de RSE en Costa Rica, precisamente la necesidad que se solventaría con la construcción de una red social a través de un sitio web 2.0, donde se almacene y se exponga por los mismos integrantes la información más reciente y actualizada sobre el tema.



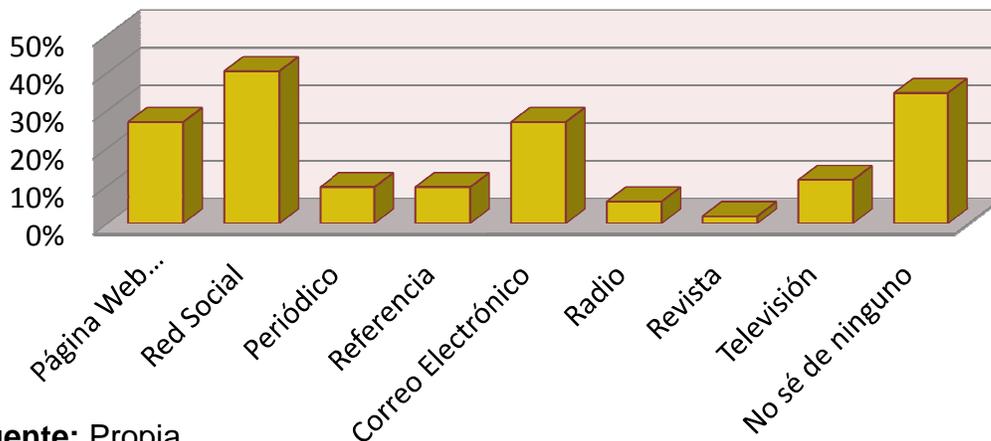
**Fuente:** Propia

La herramienta permitió que los encuestados tuvieran un espacio para mencionar, brevemente, algunos proyectos de RSE promovidos por su respectiva organización, esto con el fin de analizar si el sitio web en estudio, pudiera solventar o facilitar algún proceso, y si se adecúa a proyectos reales específicos, promovidos por las diferentes organizaciones. Entre los proyectos que se mencionaron está el de ayuda de niños en las calles; la semana mundial de voluntariado donde se participa en distintos proyectos de ayuda social (casas, siembra, escuela para niños especiales en San Rafael de Heredia, siembra de árboles, cooperación en fiesta del Hospital de Niños...); limpieza de parque

nacionales; diferentes proyectos para niños en escuelas de bajos recursos; proyecto de reforestación; terapia y atención psicológica en poblaciones de riesgo social; limpieza de playas; entre otros. Un canal interactivo de web 2.0, puede aportar beneficios a cada uno de estos proyectos mencionados, por ejemplo, en cada uno puede ayudar a divulgar el proyecto para conseguir voluntarios, o para promocionar el proyecto y las organizaciones que lo organizan, para hacer publicidad o para encontrar patrocinio.

Un objetivo importante de la encuesta es conocer cómo actualmente las organizaciones divulgan los proyectos de RSE que promueven. En cuanto a esto, se halló que el medio más utilizado para su divulgación es el *correo electrónico*, con un 52,9%; sin embargo, un dato interesante es que el segundo medio son *las redes sociales* con un 33,3%, seguido de la *página web del organizador* con un 27,5%, y en cuarto lugar está la opción de *no divulgación*, con un 23,5%. Con esto, se puede observar cómo las redes sociales, por lo tanto la web 2.0, ya están siendo consideradas como una segunda mejor manera para divulgar los proyectos, luego del indiscutible canal número uno que es el correo electrónico; además, cabe resaltar que el 23,5% de la muestra *no divulgó los proyectos*, lo cual hace más grande la necesidad de un lugar para no solo divulgar proyectos grandes con gran publicidad, sino pequeños proyectos, y así inclusive concientizar y mostrar a la comunidad específica lo que se está haciendo y quiénes lo hacen.

**Medios de comunicación por los cuales se conoce sobre RSE**

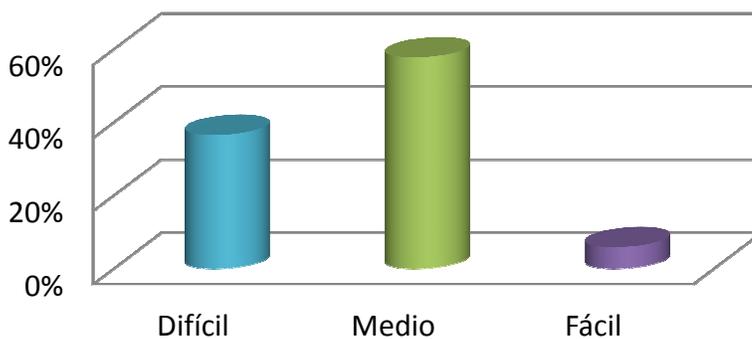


**Fuente:** Propia

Es importante recalcar, que siguiendo las interrogantes sobre los canales de divulgación de proyectos, el medio por el que más se dan cuenta las personas encuestadas de los diferentes proyectos vigentes de RSE, es por *redes sociales*, seguido por la *página web del organizador* y *correo electrónico*, prácticamente calza con los mismos datos de la pregunta anterior en donde se preguntó por los canales en donde se divulgan los proyectos que expusieron los encuestados. Es importante mencionar, que un significativo porcentaje del 34,6% *no conoce ningún proyecto* vigente actualmente, con lo que también hay relación con el alto porcentaje del resultado anterior que contestó que *no divulgaron sus proyectos*.

Y por último, como resultado importante es el hecho que el 57,7% de la muestra optó por una posición de que la dificultad para encontrar información de proyectos de RSE es *medio*, seguida por *difícil* con un 36,5%. Lo que demuestra que no hay un lugar *fácil* para buscar datos o información sobre proyectos vigentes de RSE, y nuevamente, calza con los porcentajes mostrados en las preguntas anteriores donde se muestra que uno de los canales más usados de divulgación es correo electrónico, pero este medio no es tan general o de fácil acceso para cualquiera que esté interesado.

**Nivel de dificultad para encontrar información sobre proyectos de RSE en Costa Rica**



**Fuente:** Propia

Con el fin de comprender mejor la fuente de los datos (la muestra) y sus limitaciones, es importante mencionar que el 67,3% son organizaciones del sector privado, el 32,7% del sector público y un 9,6% organizaciones no gubernamentales. Un 56% de las personas tiene entre 0 y 2 años de laborar en la organización, seguido de un 28% que tiene más de 4 años, y por último, con un 16% está entre 2 y 3 años. Finalmente, un 84,6% de la muestra está entre el rango de edad de 21 y 30 años.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La responsabilidad social empresarial cada vez está agarrando más auge en el país, esto se evidencia con la cantidad de empresas que se están inscribiendo a la AED por ejemplo, que quieren poco a poco irse introduciendo en este campo, dado que lo están viendo como ventaja competitiva. Sin embargo, se tiene que innovar la forma en que se está desarrollando y adecuarla a las herramientas contemporáneas. Actualmente, la RSE sigue la línea de la información estática, o sea, la línea de la web 1.0, y se evidencia en los primeros resultados de los buscadores cuando se busca información de RSE en Costa Rica. Es claro que se tiene que dar esta evolución hacia la web 2.0.

El estudio demostró que las personas involucradas están haciendo uso de las redes sociales, sólo que no se está explotando este recurso en su total magnitud. Actualmente, el mayor uso que hacen es publicar en la página respectiva de *Facebook* los proyectos. Por supuesto, esto es bueno, pero en fin no cubre la necesidad que existe, que es la de hacer un punto de encuentro entre todos los actores de RSE, tanto beneficiarios, patrocinadores, promotores y voluntarios; una página de *Facebook* no es un buen punto de encuentro dado que no ofrece flexibilidad para publicar proyectos y mostrar información valiosa en un formato diferente al que ya está establecido.

Se puede usar *Facebook* como referencia, dado que la mayoría de las personas consultadas lo utilizan, por supuesto hay que tener claro que este estudio se enfocó en personas relativamente jóvenes que dominan estas tecnologías, y puede que empresarios o personas encargadas de más edad no lo dominen tanto, pero si usamos dicha referencia se puede implementar un sitio con propiedades web 2.0 donde promotores de RSE publiquen sus respectivos proyectos con información relevante, así como su ubicación. De esta manera, organizaciones que quisieran hacer RSE, tienen un lugar centralizado donde

buscarlos e inclusive filtrar a gusto cuál proyecto se ajusta más a sus necesidades, empezando, por ejemplo, con proyectos que estén cerca geográficamente y que beneficien a la comunidad en la cual está instalada. Y no solo esto, los beneficiarios de proyectos pueden publicar su necesidad para que promotores de proyectos o patrocinadores lo acojan y lo realicen. Por último, voluntarios que quieran participar en proyectos pueden buscar los proyectos en el sitio y verlos mediante una etiqueta configurada por los autores del proyecto que lo publicaron, para determinar si están buscando o aceptando voluntarios, o no.

Esto, son solo las principales funcionalidades que se pueden aprovechar de la implementación del sitio, dado que puede tener funcionalidades secundarias como: comentarios en tiempo real, publicidad y noticias recientes de RSE en formato HTML y RSS.

Para que a los usuarios no les cueste aprender a usar el sitio, el mismo debe hacerse con una interfaz simple parecida a *Facebook* (que es la red social más usada, por lo que la gente ya sabe cómo usarlo) que permita poner comentarios y publicar proyectos. O sea, que los usuarios generen la información, que es lo que define un sitio web 2.0. Con esto, se construye ese punto de encuentro entre todos los actores que permite generar y tener información Responsabilidad Social Empresarial útil y en tiempo real.

Se tiene conciencia de que la construcción del sitio tiene varias ramificaciones como lo son el costo de construcción y mantenimiento. Sin embargo, se cree que este sitio puede ser el punto de partida y ser un proyecto implementado con base en la RSE, aprovechando un ciclo de RSE. Si un promotor de proyectos lo elige, puede buscar organizaciones de desarrollo de *software* que quisieran contribuir a hacer RSE. Dichas compañías muchas veces tienen programadores en tiempos de ocio, y pueden aprovechar estos

momentos para hacer RSE implementando este sitio. Se pueden utilizar tecnologías abiertas para no tener gastos de licencias, como por ejemplo, que el lenguaje de programación sea JAVA o PHP, con base de datos en MySQL. Y la pequeña inversión de 9\$ para el dominio (nombre o dirección web) y el servidor de alojamiento, cuyo precio va a variar según el lenguaje escogido, pero si es PHP, un plan básico puede costar unos 33\$ anuales según Godaddy (2011), uno de los lugares de alojamiento más seguros y reconocidos en EEUU. En cuanto a administración del sitio, la misma promotora que se hizo cargo del proyecto puede administrarlo, dado que no requiere mucha administración, ya que los mismos usuarios son los que generan la información y tener un contacto de una organización de *software* que hace RSE que pueda ayudar en caso de que se requiera más programación o soporte técnico. Inclusive se pueden hacer varios espacios pequeños de publicidad para que generen un poco de dinero y así usarlo en el propio mantenimiento del sitio.

Lo anterior, es solo una opción o sugerencia de viabilidad que tiene el sitio web que se está proponiendo, ya que es hora de que llegue esta innovación al área de RSE, y el mismo se aproveche de las propiedades y facilidades que provee la web 2.0. No se puede seguir catalogando como difícil encontrar información de proyectos de RSE en Costa Rica, esto debe ser más fácil, no hacerlo por medio de buscadores de internet que son globalizados, sino hacerlo mediante un lugar centralizado y específico que ayude al desarrollo de la RSE en el país.

## BIBLIOGRAFICA

AED (2011).Asociación Empresarial para el Desarrollo. Recuperado el 25 octubre de 2011, de <http://www.aedcr.com/>

Fumero,A y Roca,G.(2007). Web 2.0. Editorial Fundación Orange. España.Recuperado el 5 octubre de 2011, de <http://www.vinv.ucr.ac.cr/docs/divulgacion-ciencia/libros-y-tesis/web-def-completo.pdf>

Castro Sanz,M.(2005). La responsabilidad social de las empresas, o un nuevo concepto de empresa. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, noviembre, número 053.

Pro Humana. El poder de la web 2.0 en la RSE. Revista Pro Humana.Setiembre, 2008, numero 34.Recuperado el 28 de noviembre, de [http://www.rseprohumanablog.cl/download/Revista34\\_baja.pdf](http://www.rseprohumanablog.cl/download/Revista34_baja.pdf)

British Council´s CSR Network Partners (2004).Corporate Social Responsibility. Seminar Series. Delhi. UnitedKingdom

Ferrer,A y Keller (2008). Corporate Social Responsibility. Recuperado el 23 de Noviembre de 2011, de <http://sswm.info/category/planning-process-tools/demand-creation/demand-creation-tools/awareness-raising-demand-cr-10>

Garcia,L.(2007). ¿Web 2.0 vs Web 1.0? EditorialBENED.España.

Fernando, Pérez Domínguez, 2005, Instrumentos de la RSE: criterios de clasificación. *Observatorio sobre Responsabilidad Social de la Empresa y Relaciones Laborales (Observatorio Laboral On-Line del CARL)*.

Top SEOS(2011). Top 30 Web Design Companies. Recuperado el 25 de noviembre, de <http://www.topseos.com/rankings-of-best-web-design-companies>

Legrand, F. (2011). RSE 2.: Como crear valor compartido a través de los medios sociales. Recuperado 29 Noviembre del 2001, de <http://www.slideshare.net/rseonline/rse-20-cmo-generar-valor-a-travs-de-las-redes-sociales>

Godaddy.(2011). Hosting and web services.Recuperado el 10 noviembre del 2011, de <http://www.godaddy.com/>

## ANEXO

### Cuestionario

#### **Instrumento de recolección de Datos dirigido a población abierta**

El presente instrumento de recolección de datos persigue obtener su opinión tanto profesional como propia, en relación al tema canales informáticos de Responsabilidad Social Empresarial(RSE) en Costa Rica. Este instrumento está dirigido a público experto que trabaja en Responsabilidad Social Empresarial y sus resultados serán utilizados para un proyecto universitario.

Este cuestionario le tomara aproximadamente 5 minutos.

La información que usted se sirva expresar será tratada de manera confidencial y con fines académicos únicamente. De antemano se agradece su cooperación con la presente.

#### **Preguntas**

1. Utiliza usted alguna de las siguientes páginas de red social.

- Facebook
- Twitter
- Link-In
- Blog
- Wiki
- Ninguno

2. Marque el grado de importancia que le da usted a los siguientes tipos de información en las páginas web

	Muy Importante	Importante	Menos Importante
Información Dinámica (Ej: Periódicos con noticias que varían)			
Información Estática (Ej: Pagina Web contenido Estático)			
Social (Ej:Blog)			

3. Si usted buscara información de RSE en el país, en este momento, donde buscaría dicha información en primera instancia

- Sitio Web específico.
- Buscador de internet. (Google, Yahoo, Bing)
- Organización Específica (Teléfono, Personal)
- Periódico

4. Ha participado usted directamente en algún proyecto relacionado con RSE promovido por su organización.

- No
- Si

5. Por cual medio divulgaron el(los) proyecto(s) de RSE promovidos en su organización.

O por cual medio se dio cuenta de los proyectos.

- Página web del organizador
- Red Social
- Periódico
- Referencia
- Correo Electrónico
- Radio
- Revista
- Televisión
- No se Divulgo

6. Si conoce usted actualmente uno o más proyectos vigentes de RSE, ya sea, organizado en su lugar de trabajo u otra organización; o un proyecto que se beneficie de RSE; especifique por cual medio de comunicación se dio cuenta del(los) mismo(s).

- Página web del organizador
- Red Social
- Periódico
- Referencia
- Correo Electrónico
- Radio
- Revista
- Televisión
- No se dé Ninguno

7. Como cataloga usted, según su experiencia, el nivel de dificultad para encontrar información sobre proyectos de RSE en Costa Rica.

- Difícil
- Medio
- Fácil

8. Tipo de organización en la que desempeña (ó) RSE

- Sector Privado
- Sector Público

Organización no Gubernamental

9. ¿Cuántos años tiene de trabajar o trabajó en la organización?

0-2

2- 3

Más de 4

10. Marque su rango de edad

21 - 25

26 - 30

30 - 35

40 - 45

más de 45

Gracias por haber contestado el cuestionario

Si desea obtener más información mi correo electrónico es [diego086@gmail.com](mailto:diego086@gmail.com)

Rúbrica del Diseño del Póster					
<i>Califique cada concepto del 1 al 5, siendo 5 la nota más alta.</i>					
En el diseño del afiche, el estudiante:	1	2	3	4	5
Emplea todo el espacio a su disposición, pero no sobrecarga el afiche con contenido.					
Emplea los espacios en blanco como parte de su diseño, para hacer el afiche elegante y atractivo.					
Utiliza el color con moderación, en particular para enfatizar y diferenciar información.					
Utiliza un fondo que no interfiere con la información contenida en el afiche.					
Distribuye el texto de tal forma que sugiere un orden lógico de las ideas y facilita la lectura en ausencia del expositor.					
Rotula claramente las imágenes y gráficos. En caso de no ser de autoría del investigador, incluyen la fuente correspondiente.					
Utiliza las imágenes y los gráficos para ilustrar los puntos medulares del estudio.					
Emplea una fuente de los títulos de, al menos, 48 puntos. La fuente del texto es de, al menos, 24 puntos.					
Utiliza Arial, Verdana, Georgia, Helvética o alguna otra fuente "sans serif".					
Utiliza la mínima cantidad de texto para comunicar las ideas principales.					
Incluye una sección que indica la fuente bibliográfica más relevante en su estudio.					
Incluye el nombre del investigador y la información de contacto.					

<b>Rúbrica de la Defensa Oral del Póster</b>					
<i>Califique cada concepto del 1 al 5, siendo 5 la nota más alta.</i>					
<b>Concepto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>En la presentación del afiche, el estudiante:</b>					
Es capaz de persuadir a otros sobre la relevancia de la pregunta de investigación para el país, el campo disciplinar y los beneficiarios.					
Es capaz de explicar cómo la revisión bibliográfica informó el diseño del estudio, el análisis de los datos, o bien las conclusiones y recomendaciones que planteó.					
Es capaz de justificar los métodos de investigación que utilizó.					
Contesta las preguntas con claridad y confianza.					
Viste de forma profesional.					
Es capaz de identificar las limitaciones de su estudio.					
Es capaz de identificar las líneas de investigación futuras en el campo.					
Es capaz de explicar la validez de sus fuentes.					
Demuestra conocimientos básicos de la estadística descriptiva e inferencial.					
Es capaz de explicar lo que aprendió, a través del ejercicio investigativo, para su desarrollo profesional.					
El estudiante utiliza el afiche como apoyo en el momento de responder las preguntas.					
El estudiante se ubica a un lado del afiche, sin bloquear la visibilidad.					
Responde a los cuestionamientos con la información obtenida en su investigación.					
Mantiene contacto visual con la audiencia y utiliza el lenguaje corporal asertivamente.					
No utiliza muletillas u otros accidentes del lenguaje.					
Mantiene distancia y respeto con los participantes.					
Demuestra capacidad para defender su trabajo en inglés.					
Facilita copias del póster a los interesados.					

San José, 15 de diciembre del 2011

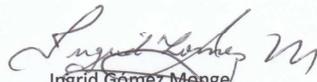
Señores  
Miembros del Tribunal Examinador  
Seminario de Graduación  
Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología  
ULACIT

Estimados señores:

Mediante la presente, les informo que he realizado la corrección de forma y estilo del resumen, introducción, marcos teórico y metodológico, resultados y discusión, recomendaciones y conclusiones del trabajo de investigación titulado *Desarrollo de productos de tecnología de información y aplicaciones sociales, Canal informático de RSE 2.0*, elaborado por el estudiante de ese centro de enseñanza superior, Diego Castro Soto, para optar al grado de Licenciatura en la carrera de Ingeniería e Informática.

Los aspectos corregidos fueron: ortografía y redacción, claridad de ideas, estructuras gramaticales, puntuación y otros vicios del lenguaje escrito. El vocabulario técnico no ha sido corregido por ser de incumbencia del especialista.

Atentamente,



Ingrid Gómez Monge  
Filóloga, Carné 025187  
Colegio de Licenciados y Profesores

NOTA: Adjunto el ejemplar con las correcciones marcadas.

# Desarrollo de productos de tecnología de información y aplicaciones sociales

## Canal informático de RSE 2.0

Diego Alonso Castro Soto  
Universidad ULACIT

### Introducción

Actualmente, existen muchos canales informáticos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Internet, pero presentan la información de una forma informativa y estática, dichos canales pueden ser más efectivos si utilizan lo moderno y en este ámbito, lo moderno es la web 2.0. Utilizando la web 2.0, se plantea solucionar los tres problemas básicos en cuanto a tecnología informática RSE que tiene Costa Rica: La necesidad de innovación en la divulgación y comunicación de la RSE para contrarrestar los 30 años de retraso en América Latina en este campo. La inexistencia de un canal rápido y ágil que se convierta en punto de encuentro entre los diferentes actores de la RSE. Que la solución planteada sea aceptada en el mercado.

El presente proyecto intenta investigar una opción viable que sea aceptada en el mercado para solucionar los problemas descritos.

### Respaldo teórico

El internet evolucionó de web 1.0 a web 2.0. Las principales características de la web 2.0 son:

- Los usuarios pasan de ser solo consumidores a ser también productores, dando así una democratización de la información.
- Aparecen diferentes formatos, como el XML y RSS.
- Interconexión no solo entre personas sino también entre sistemas y sitios web.
- Gracias a este conjunto de herramientas y técnicas es que la información y contenidos se propagan de forma más rápida y sustancial. En otras palabras, la web 2.0 crea un ambiente más sencillo, amigable e intuitivo para que las personas creen, participen y accedan a la información. Esta es la gran necesidad que existe actualmente en los proyectos de RSE y que es la espina dorsal en su ciclo de funcionamiento; la interconexión e interacción entre los actores de proyectos de RSE, lo cuales son: patrocinadores, beneficiarios, promotores y voluntarios.

Sin embargo, los mencionados actores involucrados en proyectos de RSE en Costa Rica, en sus respectivas páginas, web o canales informáticos, siguen usando los conceptos que se encuentran en lo que se conoce como la web 1.0 (HTML, puro e imágenes GIF).

### Método

La población se refiere a las personas que han estado vinculadas o participado de proyectos de RSE en las organizaciones promotoras, afiliados a la organización AED (empresa reconocida por sus labores de RSE en el país), en el área metropolitana. La muestra es elegida al azar. Se compone de 54 personas involucradas en organizaciones promotoras de proyectos de RSE en el área metropolitana, afiliadas a AED. La técnica utilizada para la recolección de datos es el cuestionario, el que se le aplicó a la muestra mencionada.

### Resultados



### Conclusiones

El estudio demostró que las personas involucradas están haciendo uso de las redes sociales; no obstante, no se está explotando este recurso en su total magnitud. De acuerdo con los resultados de la investigación, lo que se acostumbró a publicar en la página respectiva de Facebook los proyectos, esto es bueno pero no suficiente, dado que todavía impera la necesidad de hacer un punto de encuentro entre todos los actores de RSE, tanto beneficiarios, patrocinadores, promotores y voluntarios.

Se puede usar Facebook (la red social más usada en el país y en el mundo) como referencia para implementar un sitio web con propiedades web 2.0, donde promotores de RSE publiquen sus respectivos proyectos con su información relevante, ocasionando que organizaciones que quisieran hacer RSE tengan un lugar centralizado donde buscar e inclusive filtrar a gusto proyectos RSE que se ajuste más a sus necesidades, emezando por ejemplo, por proyectos que estén cerca geográficamente y que beneficien a la comunidad en la cual está instalada, y dando facilidades de interconexión entre sistemas para que la información sea fácilmente compartida, con ello se estaría cubriendo una necesidad básica y existente actualmente, no solo de interconexión ágil y fácil, sino de divulgación de proyectos e información relevante actualizada en tiempo real. Las anteriores son algunas de las funcionalidades principales de esta propuesta.

Todos los indicadores, como el existente uso de la web 2.0 en el sector, los medios por el que se dan cuenta las personas de proyectos de RSE, la dificultad de encontrar información y la inexistencia de un sitio web que reúna las mencionadas características, entre otros, apuntan a que la implementación de este sitio sería muy aceptada en el mercado.

En conclusión, el estudio evidencia la gran necesidad, en este campo, que tiene el sector de RSE y lo pertinente de la propuesta.

### Referencias

Furero, A. y Roca, G. (2007). Web 2.0. Editorial Fundación Orange. España.

British Council's CSR Network Partners (2004). Corporate Social Responsibility. Seminar Series. Delhi, United Kingdom.

Castro Sanz, M. (2005). La responsabilidad social de las empresas o un nuevo concepto de empresa. Revista de Economía Política, Social y Cooperativa, noviembre, nº53.