

RSE y la competitividad en empresas TIC de Costa Rica

Trabajo de Investigación para seminario de graduación



09/12/2011

Investigador: Fénix Solís González

Resumen

Este trabajo versa acerca de cómo la Responsabilidad Social Empresarial puede generar competitividad en las empresas de Tecnologías de la información y comunicación en Costa Rica. Gran cantidad de empresas dicen tener programas de RSE pero algunas otras también desconocen de las ventajas que estos proveen a sus organizaciones. Esta investigación abarca entre sus temas principales, cómo algunas empresas TIC de países de América Latina utilizan la RSE para promocionarse desde el punto de vista comercial mejorando su estatus y su nivel económico. Además se hace una comparación con las empresas costarricenses donde se nota cómo todavía muchas compañías TIC nacionales no han dado el paso para la RSE por falta de conocimiento de los beneficios que trae o bien por no saber cómo iniciar. La pregunta de investigación es ¿Cómo la aplicación de programas de Responsabilidad Social Empresarial puede convertirse en una ventaja competitiva para las empresas de TI en Costa Rica? Las empresas costarricenses son las más beneficiadas con este estudio que demuestra cómo la labor social devuelve beneficios a cada compañía.

El enfoque metodológico que se utilizó para obtener los datos fue una investigación cuantitativa. Como instrumento se utilizó un cuestionario aplicado a empresas TIC de Costa Rica registradas en CAMTIC. El cuestionario fue directamente aplicado a desarrolladores, jefes de área, personal de testing, aseguramiento de la calidad, administración de servidores y auditores.

La investigación trata de demostrar como la RSE puede ser una verdadera ventaja para las TIC en Costa Rica, pero al mismo tiempo se puede ver cómo las mismas TIC no tienen participación en el campo social. Las compañías que verdaderamente tienen prácticas de responsabilidad social son empresas como las multinacionales Microsoft, Oracle, entre otras.

Abstract

This work talks about how CSR can generate competitiveness among ICT companies Costa Rica. Many companies claim to have CSR programs but some others are also unaware of the benefits they provide to their organizations. This research includes among its main topics, how some ICT companies in Latin America use the CSR to promote themselves from the commercial point of view to improve their level and economic status. In addition makes a comparison with Costa Rican businesses where notice how many companies national ICT have not given the step yet for CSR for lack of awareness of the benefits that brings, or not knowing how to start. The research question is how the implementation of Corporate Social Responsibility programs can become a competitive advantage for IT companies in Costa Rica? The Costa Rican

companies are increasingly benefiting from this study that shows how social work returns benefits to each company.

The methodological approach was used to obtain the data was a quantitative research. The instrument used was questionnaire given to ICT companies from Costa Rica registered in CAMTIC. The questionnaire was applied directly to developers, department heads, testing personnel, quality assurance, server management and auditors.

The research seeks to demonstrate how CSR can be a real advantage for ICT in Costa Rica, but at the same time you can see ICT as the same do not participate in the social field. The companies that truly have social responsibility practices are multinational companies like Microsoft, Oracle, among others.

Introducción

El tema que se va a tratar en esta investigación es la responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva en las empresas de TI en Costa Rica. La investigación se realiza por medio de la pregunta ¿Cómo la aplicación de programas de Responsabilidad Social Empresarial puede convertirse en una ventaja competitiva para las empresas de TI en Costa Rica?

Este tema que se ha venido desarrollando en las empresas de norte América desde el siglo XIX con el fin de ayudar a las comunidades y mejorar el ambiente social de la época. Con el paso del tiempo las empresas latinoamericanas tomaron este mismo modelo hasta que al día de hoy la Responsabilidad Social Empresarial es prácticamente inherente en la estructura de negocios de una empresa. En Latinoamérica se crean organizaciones que ayudan a iniciar y mantener planes de RSE en las empresas como por ejemplo Acción RSE de Chile, CECODES de Colombia, FUNDEMÁS de El Salvador, SUMARSE en Panamá y en nuestro país AED. Todas estas organizaciones forman parte de una red que fortalecen a las compañías de cada país para generar una sociedad más equitativa y sostenible.

En el sector de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC), son muchas las empresas que han iniciado sus programas de RSE con mucho éxito y con mucho beneficio para la sociedad y el ambiente. Pero aún existe un porcentaje de estas que no han optado por seguir estos lineamientos por falta de interés, falta de recursos o simplemente no saben cómo empezar. En el momento en que los comerciantes y dueños de empresas noten la mejora que pueden obtener en su negocio al implementar programas de RSE, habrá un interés más marcado por estas compañías que aún no entran en la red de ayuda social.

Es donde nace la pregunta de investigación de este trabajo ¿Cómo la aplicación de programas de Responsabilidad Social puede convertirse en una ventaja competitiva para las empresas de TIC en Costa Rica? Hoy la RSE es conocida como una nueva manera de hacer negocios, no sólo colaborar con la comunidad o la sociedad en general sino cada compañía sabe que lo que se invierte en temas de RSE se recogerá en algún futuro no muy lejano. Es por ejemplo el caso de Microsoft, compañía multinacional que tiene programas de responsabilidad social prácticamente en todos los países donde exista una sede. En nuestro país pusieron en práctica sus planes sociales por medio de laboratorios informáticos y cursos gratuitos para niños y adolescentes con problemas socioeconómicos. La compañía informática sabe que hoy capacitando jóvenes tendrá mañana adultos que se convertirán en posibles usuarios de sus productos.

Las empresas en general tienen que empezar a ver cómo la Responsabilidad Social Empresarial es un gran aporte para sí mismas, no es un gasto, es una inversión. El objetivo es demostrar que así es, que la RSE también en empresas TIC genera competitividad y por ende beneficios económicos, es hacer ver el lado positivo, se mejora la reputación de las marcas, se generan operaciones financieras más eficientes, mejora el desempeño financiero, se incrementan las ventas y la fidelidad del cliente, permite tener y atraer colaboradores de calidad, entre otras ventajas.

Este documento inicia con la definición del concepto de RSE y se trata de abarcar la temática desde dos aspectos, primero la RSE en general en los países de Latinoamérica y luego la RSE en nuestro país y cómo las empresas de TIC hacen sus aportes a la sociedad por este medio, además de cómo pueden alcanzar el éxito en una nueva versión de RSE llamada RSE 2.0 que se trabaja por medio de las redes sociales y medios Web. También se detallan algunos ejemplos de cómo la RSE puede generar ventaja competitiva para empresas de TIC en Costa Rica.

Es brillante cómo la colaboración a la sociedad por parte de las empresas ha evolucionado con el tiempo hasta llegar a ser una herramienta más en los negocios de empresas de gran desarrollo. Y no sólo eso, ha evolucionado con la tecnología porque ahora se puede hablar también de RSE 2.0 e inclusive la seguridad de la información como RSE. Esto ha avanzado tanto, que el hecho de realizar las labores diarias con responsabilidad y con el debido cuidado de la información y los activos de la empresa es una parte más de la RSE, una empresa que no desperdicia, que apoya a sus mismos colaboradores con capacitaciones, con actividades recreativas, es en sí RSE. Ahora hay tantas maneras de desarrollar la Responsabilidad Social Empresarial que no hay excusas para las empresas TIC y las de otros sectores, para no llevar a cabo planes con éxito en esta área.

Revisión Bibliográfica

La RSE es definida actualmente como una nueva forma de hacer negocios donde la empresa gestiona sus operaciones de forma sostenible en lo económico, social y ambiental. De esta manera que la empresa presenta interés por el bienestar de su comunidad, proveedores, clientes y esto además le genera beneficios competitivos en el mercado (AED, 2011). Esta nueva forma de hacer negocios lleva a las empresas a crear una competitividad mientras se contribuye con el país, esto permite un avance continuo de cada compañía según se menciona por Celina Pagani, consultora de RSE:

“...el compromiso permanente de las empresas para aumentar su competitividad, mientras contribuyen en el desarrollo sostenible de la sociedad mediante acciones concretas y medibles para solucionar los problemas prioritarios del país” (Hassel, 2010).

Si bien es cierto, la RSE en América Latina se ha desarrollado grandemente, en algunos de los países las compañías que más aportan a la causa no provienen de las TICs, según mencionan Correa, Flynn y Amit (2004) en un estudio para la CEPAL, donde en los países que fueron

analizados (Argentina, Brasil, Chile, Guatemala, México y Perú) las empresas asociadas a sus respectivas organizaciones que coordinan la responsabilidad social, provienen en su mayoría de los sectores de comercio, industrias manufactureras, industrias financieras, alimentos y bebidas, transporte, agricultura, ganadería, caza y silvicultura. Esto indica que las empresas de tecnologías de la información y comunicación no se ven en la necesidad de aplicar la RSE o bien carecen de guías que les indiquen cómo iniciar un programa para una empresa de su sector.

A partir del año 2010 se crea un nuevo concepto llamado Responsabilidad Social Empresarial 2.0 que viene de la mano con los medios sociales electrónicos como Facebook o Twitter. Es una forma más fácil y económica de transmitir la responsabilidad social de las empresas y además gestiona lo que se conoce como los stakeholders o las entidades afectadas por los planes de RSE. Además es una manera novedosa en la que las TICs inicien sus cooperaciones en América Latina y así en los próximos estudios se pueda notar un cambio en el sector de comunicaciones e información (Legrand, 2010).

Aunque muchas empresas aún se encuentran pesimistas con respecto al uso de las redes sociales por el hecho de poder recibir comentarios negativos que los dejen en mal con una posible clientela, hoy completamente necesario adaptarse al mundo de la Web 2.0 si no se desea quedarse rezagado contra competencia. Es por eso que la inclusión de la RSE 2.0 se convierte en un arma que cumple un objetivo básico: dar a conocer su cadena de valor. Con esto las empresas muestran un compromiso con la sociedad y ganan simpatía con los visitantes (Torino, 2011).

Dentro de las empresas en América Latina que se han atrevido a dar el salto a la RSE 2.0 se encuentran entidades financieras, de deportes, de la industria de la moda e inclusive se puede ver el caso de Globant, una empresa de tecnologías de la información que utiliza su cuenta de twitter principalmente para anunciar actividades de RSE que son desempeñadas por la empresa. Estas empresas son pruebas fehacientes de la oportunidad que se muestra con la Web 2.0 en materia de RSE ganando el cariño de los simpatizantes de estos medios (Torino, 2011).

A pesar del estudio de la CEPAL Correa et al. (2004) que demuestra que en América Latina las propias empresas TIC carecen de programas de RSE, la cultura impuesta por empresas extranjeras hace que compañías muy conocida como Microsoft haga aportes en este tema (Microsoft Corporation, 2006). Microsoft Latinoamérica presenta una estrategia para disminuir la brecha digital abriendo centros de entrenamiento y acceso informático en países como Argentina y México.

En Colombia también se ha visto el papel de la compañía informática Microsoft, donde se implementan planes para hacer crecer las comunicaciones tratando de mejorar la calidad de vida de las personas y negocios invirtiendo en programas de desarrollo comunal para promover y mejorar la economía local, según (Chávez, 2006). Otro caso de una compañía de TI que apoya programas de RSE es la Compañía Globant de Argentina, quienes afirman proteger el ambiente haciendo reciclaje de plástico, papel y hardware con un convenio con otra empresa llamada Fundación Equidad según se menciona en su sitio (Globant Company).

En Costa Rica la RSE es una función que cualquier empresa debe cumplir en función de sus actividades de mercado y ésta también busca la excelencia de la empresa (González, 2008). Ya muchas empresas se han sumado a organizaciones como AED que es una organización sin fines de lucro que promueve la responsabilidad empresarial mediante la orientación práctica, la instalación de capacidades, el intercambio de buenas prácticas y la conformación de alianzas (AED, 2011). Según un trabajo elaborado por (Deloitte, 2010) el nivel que presentan las empresas costarricenses se distribuye de la siguiente manera: 40.6% dijo contar con algún programa de RSE relacionado con su comunidad, el 35.3% de 176 encuestados aseguró tener programas de RSE vinculados a su propio negocio, es decir, un enfoque RSE dentro de su estrategia empresarial. Por último el 21.1% dijo que a pesar de saber de la existencia del tema de RSE, no han implementado programas en su compañía. Como se puede ver prácticamente un 75% de los encuestados dicen tener en marcha programas de RSE en sus empresas.

En cuanto a empresas de TI que están involucradas en programas de RSE, existen algunas conocidas en el mercado informático como lo son HP y Microsoft. La multinacional Hewlett Packard ha proyectado su programa de responsabilidad social en Costa Rica por medio de la fundación Neotrópica (Salazar, 2009), que es una fundación que promueve la concertación y autogestión social para la conservación y la distribución justa y equitativa de los beneficios que generan los recursos naturales. Para esta misma fundación también colabora el Grupo CESA quienes también forman parte del programa para la gestión integral de residuos electrónicos (ASEGIRE) y por otro lado aplican un plan de desechos sólidos y oficina verde desde el año 2008, (Grupo CESA, 2011). La empresa Microsoft de Costa Rica creó una alianza con la organización PANIAMOR que vela por el cumplimiento de los derechos de las personas menores de edad. Microsoft en conjunto con PANIAMOR fundaron un medio para apoyar a jóvenes que abandonaron los colegios llamdo TechnoClub en el cual ya más de 1700 jóvenes han participado. Además cuenta con co-patrocinadores como CISCO Systems, Intel, Universidad Latina y otros. Es una manera de hacer RSE y además acortar la brecha social para las generaciones futuras.

Otra compañía de TIC ubicada en Costa Rica que aplica planes de RSE es: ITS InfoCom. Esta empresa practica la RSE de diferentes maneras y una de ellas es iniciando dentro de sí misma con los mismos colaboradores, tratan de impactar en la calidad de vida ofreciendo crecimiento y desarrollo personal, una manera muy práctica de aplicar RSE y mejorar competitivamente. Otro de los programas que utilizan es el de reducir el impacto ambiental en sus labores cotidianas (AED, 2011).

Según un estudio llamado “El estado de la Responsabilidad Social Empresarial bajo la mirada de los ejecutivos de las empresas de Latinoamérica 2009” (Yanina Kowszyk, 2009) en el que se unieron la empresas más importantes de América Latina para encuestar a las empresas de sus respectivos países se destaca un rubro más a tomar en cuenta para la responsabilidad social de la empresas el cual es relación con los trabajadores. En Costa Rica se hizo un estudio particularmente en ese aspecto para las empresas TIC. AED en conjunto con BSR y CamTIC tomaron como base PYMES dedicadas al área de la información y las telecomunicaciones para aplicar un estudio a sus empleados. Ellos concluyen que se necesitan crear prácticas de

responsabilidad laboral en asuntos que van más allá de los salarios como la rotación de personal, políticas de compensación, creación de una cultura participativa y requisitos legales de salud y otros. Con estas prácticas se alcanzan resultados como incrementos en la productividad de los empleados con lo cual se reducen los tiempos de los proyectos y aumenta la satisfacción del cliente. Así mismo se redujo el consumo de insumos de oficina y otros costos variables. También se determinó que la aplicación de talleres concentrados en el desarrollo personal aumenta la satisfacción de los colaboradores y mejoran la imagen de la empresa. Se puede decir entonces que es un tipo de RSE que se practica a lo interno de las TICs que también genera una ventaja competitiva en el mercado (Benzaken, 2010).

La RSE es realmente una ventaja competitiva, un compromiso con las personas y el ambiente, es decir, que se trata de empresas socialmente responsables que pagan salarios éticos y por ende venden productos éticos. El mundo cada día es más competitivo y cada día nacen compañías que enriquecen los sectores comerciales de nuestro país. Es por eso que tener una ventaja competitiva como la RSE incrementa las posibilidades de subsistir en armonía con la competencia y habilitar las oportunidades de crecimiento (Chaves).

La RSE es una nueva forma de hacer negocios y al mismo tiempo proteger a la sociedad y devolver algo agradeciendo la posibilidad de pertenecer a ella. La RSE es un aseguramiento para el futuro, una ventana para que muchos otros noten la existencia de un negocio en particular y que las personas se identifiquen con su causa. Para que una compañía pueda desarrollar un plan de RSE debe saber elegir los proyectos y diseñar una estrategia. Con una correcta estrategia la compañía puede afectar su cadena de valor que por ende incrementará su competitividad en el mercado. Un paso inicial para que una empresa comience con su desarrollo de un plan estratégico de RSE es cambiar su misión e incluir en ella los compromisos de RSE en ella (Hassel, 2010).

Metodología

Para el desarrollo de este trabajo se realizó una investigación de tipo cuantitativa, de manera que se puedan examinar los datos en forma numérica y que sea más fácil de trabajar los resultados. La obtención de los datos se hizo por medio de un cuestionario que consta de 11 preguntas. Dicho cuestionario fue aplicado a personas que trabajan en empresas de TIC en Costa Rica con un grado mínimo de bachillerato universitario que trabajen en puestos técnicos como desarrollo, testing, aseguramiento de la calidad del software además de jefaturas y directores.

El objetivo de realizar esta investigación es recopilar la información por medio del instrumento para determinar que tan competitivas se vuelven las empresas de TIC que tienen planes de Responsabilidad Social en Costa Rica. Pero con las respuestas obtenidas se puede ver que la mayoría de los encuestados no conocen o no poseen un plan de responsabilidad social empresarial.

Para el desarrollo de la investigación se tomaron en cuenta artículos de periódicos o sitios web reconocidos en materia de Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de buscar cómo se está dando el movimiento de RSE en Latinoamérica y por otro lado también en Costa Rica para

hacer una comparación de cómo está nuestro país en ese aspecto. De esta información se puede terminar si Costa Rica ha avanzado en temas como las RSE 2.0 que es un término recientemente acuñado en Sur América. Precisamente datos como este son los que hacen la diferencia en competitividad para no sólo las empresas TIC sino cualquier compañía que tenga un plan de Responsabilidad Social Empresarial.

La encuesta fue realizada por medio del sitio web llamado Survey Monkey (<http://www.surveymonkey.com>). Este sitio provee de las herramientas necesarias para hacer entrevistas con distintos formatos de preguntas las cuáles pueden ser abiertas o cerradas. Survey Monkey ofrece la posibilidad de abrir una cuenta gratuita que permite un máximo de 10 preguntas y con otras limitaciones. Habilitar una cuenta PLUS del sitio permite habilitar otras opciones que dan un valor agregado al estudio. Gracias a la cuenta PLUS del sitio web, se pueden obtener resultados más concretos y hacer referencias cruzadas de las preguntas con el fin de determinar cuál ha sido el camino de la encuesta.

Como ya se mencionó la investigación es de tipo cuantitativa y consta de una muestra de 53 encuestados de una población de 155. Todas son empresas registradas en la Cámara Costarricense de Tecnologías de Información y Comunicación (CAMTIC) además de 30 empresas Pymes que también son del área de las TIC pero que no están inscritas en CAMTIC. Se tomaron en cuenta todas las empresas TIC posibles que estuvieran anuentes a contestar el cuestionario ya que todas las empresas son responsables de su trabajo en Responsabilidad Social Empresarial.

Tomando en cuenta los datos anteriores se determinó que el margen de error de la encuesta es de xxx%. Se obtuvo por medio de la página web de Datum Internacional (<http://www.datum.com.pe/margendeerror.php>).

Resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos por medio del instrumento se puede determinar lo claro que está el panorama en cuanto al tema de Responsabilidad Social Empresarial. Si bien es cierto, este trabajo de investigación se enfoca en cómo la RSE puede generar competitividad entre empresas de TIC en Costa Rica, también queda muy claro que muchas de estas empresas ni siquiera tienen un plan de RSE o bien no se lo comunican a los empleados.

Como punto importante para determinar que tan competitiva puede volverse una TIC con un plan de RSE con respecto a otra que no tenga, es importante conocer cuáles de ellas tienen y de las que tienen cuáles son orientadas a áreas relacionadas con las tecnologías de la información y comunicación. De las empresas encuestadas podemos ver como un 19% no posee un plan de Responsabilidad Social Empresarial, mientras que un 21.4% sí tiene un plan de RSE orientados a las tecnologías de la información y comunicación. Otro 38.1% sí tiene un plan de RSE pero que no está orientado al área de las tecnologías.

Por otro lado se demostró que la mayoría de las personas piensa que las empresas TIC de Costa Rica puede ayudar sólo en áreas como la brecha digital 64.3% y a disminuir los desechos electrónicos 23.8%. La mayoría de los entrevistados no consideran que las compañías tecnológicas

de este país puedan ayudar a disminuir la pobreza con un 7.1% o a evitar el agotamiento de los recursos naturales con un 4.8%. Más adelante se podrá ver cómo la ayuda a los recursos naturales o la disminución de la pobreza pueden convertirse en un punto de competitividad para las empresas.

Los empleados de empresas de TIC no están acostumbrados a ver la Responsabilidad Social Empresarial como una ventaja competitiva con respecto a otras empresas. Un 40.5% piensa que es probable que la empresa que brinda ayuda por medio de RSE sea más competitiva, mientras que un 31.5% considera que definitivamente sí se gana competitividad con los planes de RSE. Como dato interesante ninguno de los entrevistados supone que la RSE no crea competitividad en la empresa. En este rubro las opiniones están dadas a favor de los planes de Responsabilidad Social.

Aunque hay muchas empresas que no poseen o no tienen en práctica planes de RSE, los que sí poseen planes, tienen la posibilidad de utilizar las herramientas que la Web 2.0 trae consigo para así hacer una mezcla y obtener lo que se conoce como RSE 2.0. De los encuestados un 57.1% sí poseen planes de Responsabilidad social pero sólo un 16.7% utiliza las herramientas de las redes sociales para anunciar sus actividades en las áreas de RSE que se desenvuelvan. Un 40.5% no publica sus acciones en la Web 2.0.

Uno de los problemas que se da para las empresas de TIC que no tienen planes de RSE es que no saben cómo iniciar uno. Se consultó si tenían conocimiento de organizaciones que brindan este tipo de ayuda a las empresas a lo que un 69% contestó que no tenía conocimiento de organizaciones como AED. El restante 31% sí conoce las organizaciones que le pueden dar su ayuda en esta área.

Discusión

A lo largo de esta investigación se ha hablado acerca de cómo la Responsabilidad Social Empresarial puede convertirse en una ventaja competitiva para las empresas de TIC en Costa Rica. Si bien es cierto, un gran porcentaje de estas empresas no tiene planes de RSE orientados a las tecnologías, hay otro segmento mediano que sí tiene prácticas de este tipo, según se demuestra en el análisis de los resultados. Se podría pensar que, para que una empresa TIC tenga una mayor competitividad debido a la aplicación de sus planes de RSE, éstos deben ser orientados a la misma área de trabajo.

Pero empresas multinacionales que están instaladas en Costa Rica en zonas francas u oficentros como por ejemplo, Oracle o HP, han dedicado sus obras de responsabilidad social a la protección de los recursos naturales. Estos trabajos sociales no sólo se llevan a cabo en nuestro país, sino también en muchos países de Latinoamérica y esto mismo hace que sean empresas reconocidas en la región. En este caso la competitividad viene por medio de la publicidad que estas empresas generan en reportajes de periódicos nacionales o bien en revistas. Esto es publicidad gratis que de alguna manera provee una mayor competitividad en sus respectivas áreas tecnológicas.

Microsoft enfoca sus planes de RSE de manera diferente. Ellos ayudan a los niños y jóvenes de bajos recursos o que están inmersos en problemas de drogadicción. Saben que los niños de hoy son potenciales clientes para un futuro, por lo tanto crean alianzas con otras empresas para brindar capacitaciones para estos sectores marginados. También es una manera de asegurarse una mayor cantidad de clientes para un futuro a mediano plazo.

En Costa Rica la situación con la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas TIC ha crecido. Por lo menos un 59.6% de las empresas dicen tener un plan de RSE. No todos los planes son orientados a las Tecnologías de la información, pero sí un 70% de los encuestados afirman que estos planes dan competitividad a las compañías. Pero la base de ganar competencia por medio de las labores sociales que se realizan, es obtener publicidad, es hacerse notar en la comunidad y en el país de la misma manera que Oracle y HP por ejemplo. De aquí sale un bajo porcentaje de 6.8% de empresas que afirman que la Responsabilidad Social Empresarial les genera competitividad en un grado mínimo. Pero todas están conscientes de que aunque sea poco, sí se producen beneficios para la empresa.

Probablemente la compañías que tienen un concepto muy bajo de cómo se pueden beneficiar con la RSE, es porque no han sabido promocionarse y no han dado a conocer a la sociedad la razón por la cual es positivo que exista la compañía. Por falta de conocimiento, tiempo o interés no se avanza en este rubro. Una opción muy común hoy pero que pocas empresas utilizan para estos fines, es la RSE 2.0. Vimos como en Argentina la empresa Globant utiliza la red social de Microblogging Twitter para anunciar sus actividades sociales con sus clientes y seguidores haciendo simpatizantes con esta acción.

Las empresas costarricenses deben centrar su ayuda en la sociedad y uno de los principales problemas que a nivel tecnológico estamos enfrentando en estos años es la brecha digital. En la medida en que más empresas se dediquen a educar a una sociedad tecnológicamente analfabeta, más beneficios van a recibir. Y no sólo las compañías reciben beneficios con la reducción de la brecha digital, el país desarrolla una cultura con personas más educadas en el ámbito tecnológico. Una sociedad que comprende los avances tecnológicos hace que las mismas empresas crezcan al exigir más y mejores opciones en el mercado de las TIC.

Mientras que las empresas nacionales se enfocan en reducir la brecha digital, las transnacionales deben enfocarse en los recursos naturales afiliándose con organizaciones no gubernamentales o bien por medio de un plan de reciclaje y eliminación de desechos electrónicos. Aquí nace otra posibilidad de promocionar los planes de RSE, elaborando campañas de reciclaje continuamente no sólo de desechos comunes sino también de los que son más complicados de eliminar en una vivienda.

Otra manera en que las empresas pueden hacer RSE es hacerla dentro de sus instalaciones con sus mismos empleados. En un estudio del 2010 de la Asociación de Empresas para el Desarrollo (AED), se analizaron 6 empresas de TIC donde se determinó que tener salarios competentes y brindar todas las facilidades de ambiente a los empleados generaba una mejor situación interna y por lo tanto los empleados producían más y mejor. Al final esto también termina en generación de dinero, un mejor panorama ante la competencia.

Generalmente los planes de Responsabilidad Social Empresarial son guiados por organizaciones sin fines de lucro que se encargan de establecer dichos planes. En Costa Rica tener por ejemplo a AED que puede guiar a las empresas que así lo deseen para elaborar su plan de RSE. Sin embargo un 28.9% del total de empresas entrevistadas, de las que sí realizan RSE, dicen que su ayuda social es dirigida principalmente por la misma empresa. Las empresas saben que se debe hacer la responsabilidad social pero tratan de hacerla sin ayuda de expertos en esa área. Esto puede provocar un efecto completamente opuesto al que se busca, generar competitividad y bienestar a la sociedad.

Si una empresa por sus propios medios lleva a cabo su plan de RSE, es probable que no lo haga exitosamente o que lo apuntó a sectores de la sociedad que no son los indicados. Según los resultados sólo un 28.9% sabe de la existencia de las organizaciones que ayudan a establecer planes de RSE en las empresas. Claramente se había visto en las referencias bibliográficas que compañías multinacionales, prefieren este tipo de colaboración de organizaciones puesto que estas tienen más claras las áreas que se deben mejorar en el país.

Los fundamentos de una Responsabilidad Social Empresarial que produzca más beneficios para la empresa a nivel económico son básicamente encontrar un plan que se ajuste a la comunidad o bien a la situación del país y promocionar este tipo de acciones. Se va a saber mucho más de las empresas que ayudan, mientras que las otras gastan en publicidad y demás para hacerse conocer. La RSE es beneficio, es ayuda, es competitividad.

Conclusiones y Recomendaciones

- ✓ La Responsabilidad Social Empresarial es una manera de hacer que una compañía de TIC sea más competitiva con respecto a otras.
- ❖ Buscar colaboración de las organizaciones como AED para conseguir una guía de como iniciar un plan de Responsabilidad Social Empresarial y cómo puede beneficiar a cada empresa. El hecho de que sea un deber de las empresas devolver a la comunidad lo que reciben, no significa que no se pueda beneficiar de las obras sociales que se realizan.

- ✓ Es más beneficioso para las empresas de TIC de Costa Rica llevar a cabo planes de Responsabilidad Social Empresarial que estén ligadas al área tecnológica, según el estudio las compañías nacionales no orientan sus planes.
- ❖ Lo que las empresas TIC de Costa Rica deben buscar en el momento de aplicar sus programas de RSE es que en un futuro se les retribuya lo que han invertido. Como el ejemplo de Microsoft que capacita personas en sus programas con el fin de reducir la brecha digital y sabe que en un futuro esas mismas personas van a recomendar sus productos gracias a las capacitaciones de Microsoft (Hassel, 2010). Además cuidar del ambiente, reducir las huellas de carbono, contribuir en la comunidad, reciclaje, etc. son acciones que aunque sean en una pequeña parte ayudan a proteger el mismo lugar donde se encuentra la empresa.

- ✓ Las empresas consideran que tener un plan de RSE es positivo para la imagen de la empresa. Sin embargo una gran mayoría de las empresas no poseen planes de Responsabilidad Social Empresarial.
- ❖ Se debe investigar más a fondo cuales organizaciones en Costa Rica se encargan de ayudar a las empresas a establecer planes de Responsabilidad Social. Y empezar a ver la RSE como parte de la estrategia empresarial, no sólo como una carga más que llevar o como una pérdida de tiempo.

- ✓ Una manera económica de hacer Responsabilidad Social Empresarial sin necesidad de ninguna organización externa es mantener a los empleados en un ambiente laboral óptimo. esto incrementa la efectividad y por lo tanto la empresa se vuelve más productiva y competitiva.
- ❖ Aplicar constantemente encuestas de satisfacción a los empleados para conocer el estado actual del ambiente laboral y mejorar los puntos débiles de la empresa. Dar incentivos, vigilar que los salarios de los empleados sean los correctos a los que el mercado dicta.

- ✓ La RSE 2.0 es una manera novedosa para comunicar las acciones sociales que está tomando la empresa y ganar así simpatizantes. Las redes sociales pueden beneficiar más que perjudicar a la empresa si se sabe manejar de manera eficiente.
- ❖ Si la empresa no tiene páginas de redes sociales como facebook o twitter, debe crearlas con la finalidad de exponer sus trabajos y compartir puntos de vista con sus seguidores.

Bibliografía

- AED. (2011). *AED Asociación Empresarial para el Desarrollo*. Obtenido de AED: <http://www.aedcr.com/AEDInfo.pdf>
- AED. (2011). *AED Asociación Empresarial para el Desarrollo*. Obtenido de AED Asociación Empresarial para el Desarrollo: <http://www.aedcr.com/cmsmadesimple/>
- Chaves, J. V. (s.f.). *uinteramericana.edu*. Obtenido de Responsabilidad Social: Una estrategia competitiva para el desarrollo: http://www.uinteramericana.edu/portal_data/lo_ultimo/rs_estrategia_competitiva_desarrollo.pdf
- Chávez, S. V. (26 de 06 de 2006). *Microsoft Colombia y la RSE*. Obtenido de www.comunikandonos.com: <http://www.comunikandonos.com/sitio/reputacion-corporativa/79-la-rse-de-microsoft-en-colombia.html>
- Correa, F. A. (4 de 2004). *CEPAL*. Obtenido de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/14904/lcl2104.pdf>

- Deloitte. (2010). *Barómetro de Empresas LATCO Optimismo Moderado*. Obtenido de Barómetro de Empresas LATCO Optimismo Moderado: http://www.deloitte.com/assets/Dcom-CostaRica/Local%20Assets/Documents/Estudios/Barometro/100927-cr_BarometroCR-02.pdf
- Globant Company. (s.f.). *Corporate Social Responsibility*. Obtenido de Globant Company: http://www.globant.com/Content/Company/Corporate_Social_Responsability/
- González, J. W. (15 de 07 de 2008). *nacion.com*. Obtenido de http://www.nacion.com/ln_ee/2008/julio/15/opinion1620678.html
- Grupo CESA. (2011). *Grupo CESA*. Obtenido de Grupo CESA: <http://www.grupocesa.com/index.php/acerca-de-grupo-cesa/responsabilidad-social-empresarial/>
- Hassel, F. L. (13 de 09 de 2010). *Nacion.com*. Obtenido de <http://www.nacion.com/2010-09-13/Economia/NotasSecundarias/Economia2514997.aspx>
- ITS InfoCom. (2011). *Ciudadanía Corporativa*. Obtenido de Ciudadanía Corporativa: http://www.itsinfocom.com/es/ciudadania_corporativa.php
- Legrand, F. (17 de 2 de 2010). *RSEOnline*. Obtenido de RSEOnline: <http://rseonline.com.ar/2010/02/claves-uso-social-media-para-la-rse/>
- Microsoft Corporation. (01 de 01 de 2001). *Microsoft Lends a Helping Hand to At-Risk Teens in Costa Rica*. Obtenido de CSR Press Release: http://www.csrwire.com/press_releases/25104-Microsoft-Lends-a-Helping-Hand-to-At-Risk-Teens-in-Costa-Rica
- Microsoft Corporation. (18 de 01 de 2006). *Microsoft Technet*. Obtenido de Microsoft Technet: <http://www.microsoft.com/latam/technet/articulos/tn/ene06-11.msp>
- Salazar, S. (28 de 05 de 2009). *Fundación Neotrópica*. Obtenido de Hewlett Packard Proyecta su Responsabilidad Social Empresarial en Costa Rica: <http://www.neotropica.org/leer.php/3911415>
- Torino, M. (2011). La Hora de las Redes. *El Cronista*, 16-17.
- Yanina Kowszyk, D. D. (2009). *El estado de la Responsabilidad Social Empresarial bajo la mirada de los ejecutivos de las empresas Latinoamericanas 2009*. Obtenido de Empresa.org: http://www.empresa.org/sitio-2009/documentos/EstadoRSE_FE.pdf