

**Evaluación del impacto de la Internet en las organizaciones sociales
centroamericanas**

Resultados de una encuesta regional

Elaborado por: Kemly Camacho

2003

Tabla de Contenidos

1. EL CONOCIMIENTO DE NOSOTROS MISMOS ES UN REQUISITO PARA LA APROPIACIÓN DE LA INTERNET.....	5
2. LOS PRINCIPALES APRENDIZAJES: RESUMEN DE LOS HALLAZGOS CONCEPTUALES, EMPÍRICOS Y METODOLÓGICOS.....	6
2.1 EN LO CONCEPTUAL	7
2.2 EN LO EMPÍRICO	7
2.3 EN LO METODOLÓGICO.....	8
3. CONSTRUYENDO UN MODELO DE ANÁLISIS: LOS TRES NIVELES DE RETOS	9
3.1 EL ACCESO A LA INTERNET: EL RETO DE LA ADOPCIÓN DE ESTA TECNOLOGÍA.	10
3.2 EL USO ESTRATÉGICO DE LA INTERNET: EL RETO DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL.....	11
3.3 LA APROPIACIÓN DE LA INTERNET: EL RETO DE LA UTILIZACIÓN DE LOS RECURSOS DE LA INTERNET PARA LA GENERACIÓN DE NUEVOS CONOCIMIENTOS.....	11
4. APLICANDO EL MODELO A LAS OSC CENTROAMERICANAS	12
4.1 LA CONSULTA REALIZADA.....	12
4.1.a Las organizaciones consultadas	12
4.1.b Las personas consultadas.....	13
4.2 EL RETO DE LA ADOPCIÓN DE LA INTERNET.....	13
4.2.a El acceso.....	13
4.2.b La producción de sitios Web.	14
4.2.c La capacitación técnica para el manejo de la herramienta.	15
4.2.d Las dificultades que se perciben.....	15
4.3 EL RETO DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL PARA EL APROVECHAMIENTO DE LA INTERNET.....	16
4.3.a Los usos de la Internet.....	16
4.3.b Los recursos humanos.	17
4.3.c Los lineamientos, las políticas y los procesos.	18
4.3.d Las nuevas tareas.	18
4.4 EL RETO DE LA UTILIZACIÓN DE LA INTERNET PARA LA GENERACIÓN DE NUEVOS CONOCIMIENTOS.....	19
4.4.a Variación de la oferta.....	19
5. HACIENDO COMPARACIONES PARA BUSCAR NUEVAS EXPLICACIONES.	21
5.1 ORGANIZACIONES CON INTERNET – ORGANIZACIONES SIN INTERNET.....	21
5.2 ORGANIZACIONES EN EL 94 – ORGANIZACIONES EN EL 2000.....	23
5.3 RELACIONANDO VARIABLES.....	26
6. LA UTILIDAD Y LAS LIMITACIONES DE LA ENCUESTA COMO INSTRUMENTO PARA VALORAR EL IMPACTO SOCIAL DE LA INTERNET	30
6.1 POR QUÉ ESCOGIMOS ESTE INSTRUMENTO.	31
6.2 LO QUE APRENDIMOS SOBRE EL USO DE ESTE INSTRUMENTO PARA VALORAR EL IMPACTO SOCIAL DE LA INTERNET.	31
6.3 EL DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	32
6.4 CÓMO PLANEAMOS LA ENCUESTA ORIGINALMENTE.	32
6.5 CÓMO LA PUDIMOS HACER EN LA REALIDAD.	33
6.6 LO QUE NOS HA PERMITIDO LA ENCUESTA.	34
6.7 EL ANÁLISIS DEL INSTRUMENTO QUE UTILIZAMOS.	34
7. ANEXOS	39

7.1	ANEXO 1: DISEÑO DE LA ENCUESTA	39
7.2	ANEXO 2: CÓMO PROCESAMOS LOS DATOS.	39
7.3	ANEXO 3: GRÁFICOS RESULTANTES DE LA ENCUESTA.	44
7.4	ANEXO 4: TABLAS RESULTANTES DE LA ENCUESTA.	44
7.5	ANEXO 5: PRUEBAS DE RELACIÓN ENTRE VARIABLES.	44
7.6	ANEXO 6: DISEÑO ORIGINAL DE LA MUESTRA.....	44

Para conocernos mejor...

Hallazgos sobre el impacto social de la Internet a partir de una encuesta regional

1. El conocimiento de nosotros mismos es un requisito para la apropiación de la Internet.

Uno de los instrumentos que se ha utilizado para el desarrollo de este trabajo ha sido una encuesta telefónica a 102 organizaciones centroamericanas, de las cuales 34 están ubicadas en Costa Rica, 21 en Honduras, 18 en Guatemala, 13 en Nicaragua, 9 en El Salvador y 7 en Panamá. El propósito de esta encuesta era fundamentalmente conocer cuál es la situación de la Internet en las OSC de la región¹. El presente documento contiene los principales hallazgos conceptuales, empíricos y metodológicos surgidos de la experiencia de aplicación de este instrumento.

La apropiación de una herramienta tecnológica, como la Internet, en Centroamérica implica el desarrollo de nuevas formas de utilización, acordes con las necesidades y visiones de mundo de los mismos pobladores de la región. Sin embargo, para lograrlo, una condición indispensable es el conocimiento de nosotros (as) mismos (as) que permita comprender nuestras debilidades y fortalezas, nuestras buenas prácticas y las dificultades que enfrentamos con esta herramienta. El trabajo que se presenta pretende hacer una contribución en este sentido. Internet es una realidad en la región, esto ha implicado que de una u otra manera las organizaciones han tenido que enfrentar algún tipo de relación con esta tecnología. Sin embargo, a veces pareciera que el desarrollo de la Internet va más rápido que las oportunidades que tenemos de meditar sobre su importancia, su incidencia y sus formas de utilización.

La investigación que se desarrolló durante estos dos años, se refiere a la situación de la Internet en las organizaciones de la sociedad civil. La encuesta, que analizamos en esta primera gran parte de los resultados de la investigación², está centrada entonces en el papel que esta tecnología está desempeñando en estas organizaciones. Basada en preguntas guías tales como, ¿Qué estamos utilizando de la Internet?, ¿Quiénes lo están utilizando?, ¿Para qué se está utilizando?, ¿En qué condiciones se está utilizando?, ¿Qué cambios se perciben a partir de su utilización?, esta encuesta telefónica permite tener un mayor conocimiento de nosotros mismos que permite sustentar mejor las tomas de decisiones a nivel de cada organización, de cada país y de la región con respecto al papel que pueda desempeñar esta herramienta en nuestras realidades.

La encuesta se combina con otros instrumentos de análisis (análisis de contexto y estudios de caso a profundidad) como se indica en el marco teórico metodológico de esta investigación, en el presente documento se discutirán básicamente los resultados obtenidos a partir de la aplicación de este instrumento. Los resultados obtenidos con los otros instrumentos se desglosan en los otros tres documentos resultantes de la investigación que están disponibles para el lector.

La valoración del impacto de la Internet en las organizaciones se ha analizado a partir de los cambios que se han producido en la organización y su entorno a raíz de la adopción de esta tecnología. Estos cambios se analizan:

- Hacia lo interno de las organizaciones, es decir en la transformación de sus estructuras, procesos de trabajo, procedimientos, políticas, relaciones personales, juegos de poder, procesos de toma de decisiones, entre otros.
- Hacia lo externo de las organizaciones, es decir, en cuánto a la modificación de las condiciones de vida de las poblaciones con las que las organizaciones trabajan, la relación con la población meta (cobertura, variación, calidad de la relación), el relacionamiento con su entorno (en cuanto a detección de cambios e incidencia en este), la interacción con otras organizaciones y con los donantes, las redes de trabajo, etc.

¹ Esta encuesta fue realizada del mes de julio a noviembre del 2000

² El reporte completo de la investigación lo conforma una serie de cinco documentos que se pueden acceder en www.acceso.or.cr

El desarrollo del tema de evaluación de impacto social de la Internet en Centroamérica, ha permitido comprender que el acceso a esta tecnología no es el único factor que podrá hacer que las organizaciones conviertan la adopción de esta herramienta tecnológica en una ventaja para su propio funcionamiento y para un mejoramiento de las condiciones de vida de las poblaciones centroamericanas. El acceso a la Internet por sí mismo no causará las diferencias. El verdadero aprovechamiento de la Internet debe estar basado en hacer un uso estratégico de la tecnología, es decir un uso acorde con las necesidades de las organizaciones y de las poblaciones: un uso donde se relacionen los diferentes servicios que la Internet ofrece (listas, comunidades virtuales, navegación, Web, etc) con los requerimientos de los trabajos organizativos. Así mismo, la Internet se convertirá en una herramienta de trabajo cotidiano de las organizaciones, en un instrumento útil para el trabajo con las poblaciones con las cuales trabaja y en una herramienta para la transformación de las sociedades cuando estas hayan logrado su apropiación social.

Entonces se considera que existen tres niveles de análisis cuando se habla de la Internet en general: el acceso, el uso estratégico y la apropiación³. Estos mismos niveles de análisis podrían también ser utilizados en el diseño de proyectos que incorporen la Internet.

Relacionados con estos conceptos (acceso, uso y apropiación de la Internet) aparecen tres tipos de retos que las organizaciones tienen que enfrentar: el reto de la adopción, el reto del cambio organizacional y el reto de usar esta herramienta tecnológica como instrumento para la generación de nuevos conocimientos. Partiendo de este marco de análisis, que se ha llamado “Los tres niveles de retos” es que se ubica la situación de 102 organizaciones centroamericanas que participaron en la encuesta telefónica.

El presente documento está conformado por cinco secciones:

Primeramente se presenta un resumen sobre los principales hallazgos relacionados con la encuesta telefónica regional. Estos se encuentran divididos en los hallazgos relacionados con lo conceptual, con lo empírico, con lo metodológico. La presentación de este resumen permite al lector una visión rápida de la información que se encuentra dentro de la totalidad del documento.

En la segunda parte se presenta el marco conceptual que se utilizó para el análisis de la encuesta y que se ha llamado “Los tres niveles de retos”. Este surgió a medida que se fue desarrollando la investigación y que se fue haciendo contacto con los datos recolectados.

Se han desarrollado en la tercera parte, el análisis de los datos obtenidos en la encuesta a la luz del marco conceptual indicado anteriormente. En este apartado se observa la situación de las 102 organizaciones consultadas, a la luz de los tres niveles de retos. También se encuentran los análisis comparativos entre organizaciones con Internet y sin Internet, organizaciones en el 94 y organizaciones en el 2000, así como, las pruebas de relacionamiento entre variables.

Finalmente con el ánimo de contribuir con el estudio del impacto social de la Internet, tema bastante nuevo, especialmente en la región, el equipo que ha trabajado en esta investigación, hace una reflexión sobre la utilidad y las limitaciones que un instrumento como la encuesta tiene para el análisis de este tema. Esta parte se encuentra escrita en tercera persona del plural ya que aquí se presenta la experiencia vivida por el equipo de impacto con la utilización de este instrumento.

Los anexos no son menos importantes. Dentro de ellos se puede encontrar, el diseño de la encuesta, la discusión sobre como se procesaron los datos, los gráficos y tablas resultantes del análisis descriptivo inicial, las tablas resultantes de la prueba de relación entre variables y el diseño de la muestra que se utilizó originalmente.

2. Los principales aprendizajes: resumen de los hallazgos conceptuales, empíricos y metodológicos.

A través de las diferentes etapas que ha conllevado el diseño, aplicación y análisis de la encuesta regional se han ido desarrollando reflexiones referentes a tres aspectos: lo conceptual, lo empírico y lo

³ Si al lector le interesa un desarrollo mayor de estos tres conceptos puede referirse al documento “Internet, ¿una herramienta para el cambio social?, elementos para una discusión necesaria” en www.acceso.or.cr/publica

metodológico. En este apartado se tratará de puntualizar los principales hallazgos que luego son luego desarrollados con detalle en este documento.

2.1 En lo conceptual

Durante la primera fase de esta investigación, se creó un marco teórico metodológico que ha servido de guía y referencia durante estos años de trabajo. Sin embargo, considerando que este es un nuevo tema de estudio, se ha mantenido siempre la idea de manejarlo de una manera flexible y a través de la investigación este se ha modificado y mejorado.

A medida que se fueron observando y analizando los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta y después de haber trabajado la propuesta de acceso, uso y apropiación de la Internet (en “Internet, ¿una herramienta para el cambio social?, Elementos para una discusión necesaria”) se desarrolló un marco conceptual para basar el análisis de la información recopilada telefónicamente.

Este marco conceptual, no había sido incorporado en el marco teórico-metodológico creado durante la primera etapa de la investigación. Surge posteriormente, a partir de la reflexión durante la investigación y estimulado por las evidencias empíricas. Este se ha llamado: “Los tres niveles de retos” y se refiere a los tres tipos de retos que deben enfrentar las organizaciones para incorporar la Internet en su quehacer y se resumen a continuación:

1. El reto de la adopción de la tecnología: se refiere a lo más evidente. Por ejemplo, las necesidades de equipamiento, de conexiones, de capacitación, la curva de aprendizaje para manejar técnicamente la herramienta.
2. El reto del cambio organizacional que implica la adopción de la Internet: Se refiere a los cambios organizacionales que la adopción de la Internet produce en la organización. Por ejemplo, las nuevas tareas, los nuevos procesos de trabajo, las nuevas capacidades y habilidades requeridas. Todos cambios que por lo general no se planifican, sino que surgen en el camino.
3. El reto de la utilización de la Internet para la generación de nuevos conocimientos. Se refiere a como superar la suposición que existe de que el hecho de conectarse a la red implica de por sí la adquisición de nuevos conocimientos. Se refiere a la necesidad de adquirir nuevas destrezas, capacidades, visiones y procesos que ahora incorporen la Internet para generar nuevos conocimientos. Se dice que no es un proceso espontáneo y que hay muy poca reflexión al respecto.

Este modelo utilizado para el análisis de la encuesta (“Los tres niveles de retos”) sustituiría la segunda parte del marco teórico-metodológico inicial donde se intentaba presentar una propuesta de estadios, que tenían la debilidad de ser consecutivos. La propuesta de los retos, supera esta debilidad ya que una organización puede estar enfrentando varios de ellos al mismo tiempo, en diferentes momentos de su desarrollo. Esto implica un modelo dinámico, ajustable al contexto y al momento organizacional.

Otra virtud de “Los tres niveles de retos” es que es aplicable a cualquier tipo de organización. Es decir que no es un modelo que sea específico para organizaciones de la sociedad civil.

2.2 En lo empírico

Relacionando la evidencia empírica con el modelo de los tres niveles de retos se puede observar que:

- Las principales preocupaciones de las organizaciones centroamericanas están centradas en el primer reto, es decir en el proceso de adopción de la tecnología. Esto implica que sus esfuerzos están centrados en aspecto como la conectividad, la capacitación del personal, la adquisición de equipos.
- Aún no se enfrenta de una manera planeada todo el cambio organizacional que la Internet conlleva. Por el contrario, este se asume una vez que la misma herramienta lo demanda, cuando hay saturación de correo, cuando hay que actualizar el sitio Web o cuando hay que enviar información a diferentes personas interesadas en el quehacer organizacional. El cambio se ha enfrentado sobre todo por medio de la incorporación de nuevas tareas al personal de la organización, provocando a veces con esto duplicaciones de trabajo y saturación de funciones. No se ha meditado sobre el establecimiento de nuevas políticas y estrategias organizacionales, la modificación de los procesos de trabajo, la variación de los perfiles profesionales o la adquisición de nuevas capacidades.
- Se vislumbra muy poco pensamiento alrededor de cómo utilizar la Internet para generar nuevos conocimientos y para desarrollar nuevas propuestas que permitan mejorar las condiciones de vida de las poblaciones con las que trabajan las organizaciones de la región. En este sentido, se puede decir que se refleja la idea general de que este es un proceso que surge por sí mismo. Es decir, que el simple acceso a la Internet generará espontáneamente nuevas ideas, nuevos conocimientos y nuevas soluciones. Postura con la cual esta investigación no coincide.

Por otro lado, los análisis comparativos permiten comprender que:

- A partir del análisis de organizaciones con Internet y organizaciones sin Internet se puede observar que hay una diferencia entre la percepción que se tiene de la Internet y lo que en realidad puede proveer esta herramienta a la organización.
- A partir del análisis de la situación de las organizaciones en el 94 y en el 2000 se puede deducir que ha existido una evolución en el equipamiento y en el acceso a la tecnología. Sin embargo, existe un gran potencial por explotar en lo que a la Internet se refiere ya que pocas de ellas disponen de sitio propio o utilizan otros servicios que no sea el correo o la navegación en Web.
- Del relacionamiento entre variables se puede concluir que existen factores como el número de máquinas conectadas por empleado, el número de personal permanente en la organización, la disponibilidad de sitio Web, el área geográfica en la que trabaja la organización que están influyendo en el uso que se le da a la herramienta a nivel organizacional.

2.3 En lo metodológico

Otra parte muy importante que se propuso esta investigación fue la de aportar a la reflexión sobre el abordaje metodológico del impacto social de la Internet. Considerando que es un fenómeno bastante nuevo en el mundo, y en la región en particular, y que para muchos sectores la Internet representa el motor de una nueva “sociedad de la información y el conocimiento”, esta investigación se propuso aportar en las formas de abordar metodológica y conceptualmente el tema. En este documento se discute la utilidad y limitaciones de la encuesta como instrumento para la valoración del impacto social de la Internet.

La experiencia desarrollada permite decir que la encuesta es un instrumento útil para el análisis del impacto social de la Internet. Evidentemente depende de cómo se utilice, para qué se utilice y qué se pretenda con ella ya que la encuesta también tiene sus limitaciones.

En este sentido, la encuesta ha sido un instrumento muy valioso para el estudio regional ya que permite tener una idea mejor de nosotros mismos, de que está sucediendo con la Internet en la región, qué usos se le están dando y qué cambios está produciendo. Sin embargo, hay tres recomendaciones que es necesario destacar.

- La primera de ellas, se refiere a la necesidad de trascender la encuesta tradicional que se concentra en el proceso de adopción de la Internet (es decir, en las máquinas conectadas, en personas usando la herramientas, mensajes enviados, etc). La encuesta puede contribuir mucho a indagar sobre los efectos y los impactos que esta herramienta está produciendo en la dinámica organizacional y la de las poblaciones con las que esta trabaja. Este instrumento puede ayudar a comprender mejor el cambio organizacional, las nuevas dinámicas de trabajo, los nuevos productos y servicios, las interrelaciones desarrolladas, entre muchas otras cosas, si se superan las preguntas tradicionales.
- La segunda de ellas, es tratar de trascender el análisis tradicional también: buscar nuevas explicaciones relacionando variables, haciendo comparaciones, probando hipótesis. En este trabajo, se ha tratado de hacer un aporte en este sentido, sin embargo, queda mucho potencial en los datos que se pueden aprovechar.
- La tercera de ellas, es la necesidad de complementar la encuesta con otros instrumentos indagatorios. Existen muchos aspectos del impacto de la Internet que no podrán verse reflejados en un instrumento como este.

Finalmente, es importante decir que la encuesta nos permite tener una mejor comprensión de los mejores indicadores a los cuáles las organizaciones pueden irle dando seguimiento para realizar una incorporación “analítica” de esta herramienta a su quehacer organizacional.

3. Construyendo un modelo de análisis: los tres niveles de retos

Para construir la propuesta para el análisis de la encuesta se partió de otros trabajos desarrollados durante la investigación, principalmente a los que se refieren a la necesidad de trascender las acciones relacionadas con proveer acceso a la Internet y pensar en acciones orientadas al uso estratégico y la apropiación social de esta tecnología. Estos tres aspectos se confrontaron con los datos empíricos que iban recopilándose durante la ejecución de la encuesta. A partir de esta confrontación surge el modelo de análisis que se presenta a continuación y que se utilizó posteriormente para observar los datos recolectados.

Relacionado con el acceso encontramos el primer reto, el de adoptar la Internet en la organización. Cuando se habla de uso estratégico aparece el segundo reto, el que se refiere al cambio organizacional producido y necesario para aprovechar esta tecnología. Finalmente, cuando se analiza la apropiación se está también hablando del tercer reto, el de generar nuevos conocimientos que se apliquen al trabajo concreto de las organizaciones y que ahora utilice la Internet como herramientas para producirlos, compartirlos y retroalimentarlos.

La Internet	Tipos de retos que la organización enfrenta	Ejemplos⁴ de cosas que confrontar en cada reto
Acceso Equitativo a la Internet	1. La adopción de la Internet	a. El equipamiento b. La capacitación c. La conexión d. La curva de aprendizaje e. El mantenimiento de los equipos f. Las consultas de los usuarios

⁴ Por favor tomar nota que se trata de ejemplos, no se tiene la intención de describir todos los aspectos que confrontar en cada reto. Además, cada organización tiene su propia especificidad.

La Internet	Tipos de retos que la organización enfrenta	Ejemplos ⁵ de cosas que confrontar en cada reto
Uso estratégico de la Internet	2. El cambio organizacional para el aprovechamiento de la Internet	<ul style="list-style-type: none"> a. La modificación de los procesos de trabajo. b. La contratación de nuevo personal. c. La variación en las tareas tradicionales d. Los cambios en la estructura organizacional e. La diferencia en los procesos de toma de decisiones
Apropiación social de la Internet	3. La generación de nuevos conocimientos utilizando la Internet	<ul style="list-style-type: none"> a. Utilización de la información disponible en nuevos o mejores productos y servicios. b. Aprovechamiento de las agilidades de comunicación para el desarrollo de redes organizacionales. c. Utilización de las lecciones aprendidas por otros para nuevas formas de relacionamiento con las poblaciones con las que se trabaja.

Es muy importante notar que ni los niveles de análisis y por consiguiente tampoco los retos organizacionales son consecutivos. Dependen de los tiempos, los lugares y las organizaciones. Lo importante es tener siempre presente que tanto el análisis como la puesta en funcionamiento de proyectos o acciones que tienen que ver con la Internet deben considerar estos tres niveles y estos tres retos. Igualmente se debe entender que los tres retos son igualmente importantes, es decir que ninguno de ellos tiene más peso que los otros. El primero de ellos, es decir el de la adopción de la Internet, que implica la construcción de la “infoestructura” es el que es percibido más fácilmente y más directamente por las organizaciones. Sin embargo, este documento propone que los otros dos, aunque menos perceptibles, son igualmente importantes y difíciles de abordar. En los siguientes apartados se tratará de hacer un primer acercamiento a estos tres desafíos.

El acceso a la Internet: el reto de la adopción de esta tecnología.

El paso de ser una organización que no tiene Internet a ser una organización que tiene Internet y que aspira a mantenerla implica un esfuerzo en términos de la infraestructura (o “infoestructura”) que tiene que construir para lograrlo. Entendiendo este término no solo como la adquisición del equipo, las conexiones, los derechos de uso de la Internet, los servicios del proveedor de servicios Internet, los pagos de cuentas telefónicas, sino también la capacitación del personal, la curva de conocimiento⁶ de sus trabajadores, el gasto que implica la fiebre inicial de la Internet. Estos representan una inversión inicial importante y muchos de ellos se mantienen e incrementan a través del tiempo a medida que se utiliza la tecnología cotidianamente.

Muchas personas argumentan que la utilización de la Internet implica la disminución de otros costos, como las llamadas telefónicas internacionales y el uso del fax. Este es uno de los aspectos que pretende dilucidar este trabajo en la región y para lo cual se espera obtener una respuesta a finales de este año. Sin embargo, hasta el momento consideramos que si bien es cierto que estos gastos disminuyen, también es cierto que existen otros gastos que implica la Internet que se incrementan fuertemente en las organizaciones. Y también es importante considerar la saturación de trabajo que implica la incorporación de la Internet para mucho del

⁵ Por favor tomar nota que se trata de ejemplos, no se tiene la intención de describir todos los aspectos que confrontar en cada reto. Además, cada organización tiene su propia especificidad.

⁶ La “curva de conocimiento” se refiere al tiempo y los recursos que debe invertir una organización para que su personal adquiera las destrezas, conocimientos y habilidades para que este sea un usuario “activo” de la Internet.

personal de la organización, ya que frecuentemente no se modifican los procesos de trabajo y las estructuras organizacionales. Entonces se permanece realizando dobles trabajos: los tradicionales, cuando la Internet no existía y los que ahora implica la incorporación de la herramienta. Esto incrementa fuertemente los costos laborales.

El uso estratégico de la Internet: el reto del cambio organizacional.

Como se mencionó en el punto anterior, la utilización de la Internet conlleva una variación en la dinámica organizacional. En muchas ocasiones esta modificación de la dinámica no es esperada por la organización misma, es una sorpresa. La adopción de la herramienta implica nuevas tareas, nuevas capacidades, nuevos recursos, más tiempo para atender trabajos que anteriormente no se realizaban y un sobrecargo de labores. La organización, para atender la incorporación de esta tecnología, debe reorganizar y modificar sus estructuras, sus procesos de trabajo, sus procedimientos y políticas, reclutar nuevo personal, repensar las tareas de tal forma que por un lado, la adopción de esta herramienta implique una ventaja y no una saturación de trabajo en el personal que las conforma y por otro lado, para que la organización pueda aprovechar satisfactoriamente todo el potencial que esta tecnología pueda brindarle.

La simple adopción del correo electrónico que implica el establecimiento de nuevos contactos, nueva retroalimentación de ideas y nuevas demandas de información inmediata implica una variación de la dinámica organizacional. ¿Cómo aprovechar estos nuevos recursos para mejorar su desempeño? Si la organización no se plantea esta pregunta y trata de variar sus formas de trabajo puede llegar a puntos de saturación o de no aprovechamiento de la tecnología.

Otros ejemplos que se presentan con frecuencia se dan cuando una organización pone en funcionamiento su sitio Web, de pronto aparece mucha gente queriendo obtener información con respecto a lo que ellos hacen, se establecen nuevos contactos a los que hay que atender permanentemente, se incrementan los requerimientos de información, sobre sus proyectos y resultados que hay que responder rápidamente.

Igualmente, hay variaciones en la dinámica de trabajo, cuando la organización pretende no ser únicamente consumidora sino productora de información para la Internet. Es decir cuando esta desea ubicar en la red recursos disponibles para otros, producto de su trabajo organizacional, ya sea en un sitio Web, en listas de discusión o en comunidades virtuales.

Igualmente, si se dispone de un sitio Web, es importante que este no sea un recurso aislado de la dinámica organizacional, sino por el contrario esta debe aparecer reflejada en el sitio, debe variar constantemente a medida que cambia la organización, deben incorporarse fluidamente la alimentación del sitio dentro de las tareas que desarrollan sus miembros, debe formar parte de la estrategia de comunicación e información que se tiene. Los cambios organizacionales que implican estos ejemplos son importantes e indispensables para la salud de la misma.

Además aparecen nuevas labores que anteriormente no eran tan importantes, por ejemplo, el soporte a los usuarios, el mantenimiento de los equipos, la configuración de equipos, la capacitación en nuevas herramientas, el seguimiento a las nuevas herramientas que aparecen en la Internet. La organización tiene que asumir contratos externos, asumir acuerdos con voluntarios o incorporar nuevo personal para que pueda resolver estas nuevas tareas que surgen.

Tener conciencia de que hay que realizar estos cambios, definir cómo deben ser y finalmente ejecutarlos son aspectos que implican recursos humanos financieros y visiones de futuro en las OSC.

La apropiación de la Internet: el reto de la utilización de los recursos de la Internet para la generación de nuevos conocimientos.

Esta propuesta parte de la premisa de que lo importante será que la utilización de la Internet repercuta en nuevas formas de hacer las cosas, impacte el trabajo que desarrolla la organización, mejorándolo y que permita elaborar propuestas para la transformación de la sociedad y de las

condiciones de vida de las poblaciones con las cuales se trabaja. Es por esto que se sostiene que la simple adopción o acceso a la tecnología no es lo que hará la diferencia, sino cómo ésta se aproveche y se utilice para la transformación de las realidades en las que vivimos los países centroamericanos. A la vez es un juego de doble vía: lo ideal será que la utilización de esta tecnología en la región transforme no solo nuestras realidades, sino que se transforme a sí misma, a partir de las propuestas basadas en estos contextos.

El hecho de disponer de mayores facilidades de comunicación, con mayor agilidad y con más personas en el mundo, así como de disponer de mayor cantidad de información, son efectos resultantes de la adopción de la Internet. Sin embargo, la información no es conocimiento propio, sino hasta que se procesa y se aplica. El reto es convertir estas nuevas posibilidades de comunicación e información en soluciones concretas e innovadoras que se incorporen a la vida cotidiana, en nuevos conocimientos, en productos y servicios, en nuevas formas de relacionamiento con las poblaciones y otros actores. En fin, en utilizar la Internet para construir propuestas y acciones que transformen la sociedad centroamericana en una sociedad más justa, equitativa y solidaria.

Pero éste no es un resultado espontáneo, es un proceso que requiere descubrir cuáles son las nuevas capacidades que las organizaciones y las personas que las conforman deben desarrollar. Deben descubrirse las nuevas formas de organización que se deben poner en funcionamiento, los nuevos procesos, las nuevas tareas y las nuevas dinámicas organizacionales en general. Es un proceso complejo de aprendizaje y desarrollo de nuevas habilidades y capacidades que requiere recursos, visiones y tiempo.

A partir de esta propuesta de los tres niveles de retos que implica la incorporación de la Internet en las organizaciones de la sociedad civil es que se propuso desarrollar el primer análisis de la encuesta telefónica.

4. Aplicando el modelo a las OSC Centroamericanas

4.1 La consulta realizada.

4.1.a Las organizaciones consultadas

Aunque inicialmente se había decidido trabajar con una muestra estadística, tomando como población las organizaciones de la sociedad civil incorporadas en una base de datos regional existente, esto no nos fue posible. El principal problema que enfrentamos fue con la localización de las organizaciones seleccionadas, ya que muchas de ellas habían desaparecido o los datos de ubicación no estaban actualizados. Por lo consiguiente, no podemos inferir los resultados de la encuesta a una población mayor. Los datos obtenidos se refieren únicamente a las 102 organizaciones consultadas, pero se considera que éstos pueden dar una buena idea de la situación de la Internet en las organizaciones centroamericanas.

A grandes rasgos las organizaciones consultadas tienen las siguientes características. La mayoría trabaja en el área del medio ambiente (56.86%) y de equidad de género (45.10%)⁷. De acuerdo al número de empleados permanentes se deduce que casi el 50% de las organizaciones son de tamaño mediano pues tienen entre 6 y 20 empleados. Más de la mitad (60.79%) de las OSC cuentan con un 50% o más de empleados (as) que poseen un título universitario. Un 45,10% dice que del total de sus empleados (as) entre un 51 a un 100% son mujeres. Además las organizaciones en estudio se caracterizan por estar constituidas por uno a seis programas o departamentos, 40.20% de ellas desarrollan entre uno a tres proyectos y un 43.14% tienen de una a tres fuentes de financiamiento.

⁷ Esta situación se da porque se seleccionaron especialmente organizaciones que trabajan en los temas de género, medio ambiente, juventud, niñez y adolescencia. Esta fue una decisión basada en una de las líneas estratégicas de Acceso cuando se inició la investigación.

Por otro lado encontramos que el 60% trabaja a nivel local o de un área específica, frente a un 35% que lo hace en todo el país a donde pertenece, solo un 5% trabaja en el nivel regional.

Podemos observar que de las 102 organizaciones consultadas, 76 utilizan algún servicio de la Internet. Esto representa un 75%. El correo electrónico es el servicio más utilizado y más antiguo de haberse incorporado en las organizaciones centroamericanas consultadas. En promedio, quienes utilizan la Internet indican que lo hacen hace 41 meses, es decir poco más de tres años. Mientras tanto el uso del Web se ha incorporado en las organizaciones de la región consultadas desde hace 31 meses, es decir, casi un año después.

Cuando se analiza el porcentaje de personas dentro de la organización que utilizan esta herramienta tecnológica, encontramos que la mayoría de las organizaciones menos del 50% , pero más del 10%, del personal, tiene acceso a esta herramienta.

4.1.b Las personas consultadas

Cuando se programó la ejecución de la encuesta, se tuvo como meta tratar de que la persona que contestara el instrumento fuera el (la) directora (a) ejecutivo (a) o la persona responsable de comunicación electrónica o informática. En la mitad de las organizaciones (52%) se logró contactar a la dirección ejecutiva. Solamente en un 5% de ellas se logró conversar con el responsable de comunicación o informática, en muchas ocasiones porque este cargo no existía. Sin embargo, es significativo que en varias ocasiones nos refirieron con la secretaria o asistente de dirección (12%), porque en una buena cantidad de organizaciones estas cumplen un rol muy importante en relación con la Internet, ya que son las que se han encargado sobre todo del manejo del correo (este aspecto se confirma en los estudios de caso).

De las personas entrevistadas una gran mayoría utiliza el correo electrónico (80%) y la navegación (67%). Solamente un 17% tiene a cargo alguna labor técnica relacionada con la Internet. Un 20% no utiliza del todo esta herramienta.

Después de esta caracterización general se analizarán algunos datos de la situación centroamericana utilizando el marco propuesto. Para estos efectos se han seleccionado algunas de las tablas resultantes de la encuesta telefónica⁸. Se espera que un próximo aporte se agregue el análisis de otras de las tablas producidas. Con el propósito de hacer una lectura más fluida no se incorporan en el texto todas las tablas y gráficos que se analizan, estas se encuentran en el anexo 4 y 5 de este documento.

4.2 El reto de la adopción de la Internet

Como ha sido mencionado, este primer desafío refiere a los aspectos con los cuales se enfrentan las organizaciones para adoptar esta tecnología y aprovecharla como un instrumento de trabajo. En este apartado se discute la situación del acceso a esta herramienta por parte de las organizaciones consultadas, la producción de los sitios Web y las principales dificultades que éstas perciben para adoptarla como tres de las variables que ejemplifican el estado de este primer reto en la región.

4.2.a El acceso

Para conocer más en detalle las condiciones de la conectividad en la organización que acceden a la Internet, desarrollamos un factor donde se relaciona la cantidad de empleados permanentes con el número de computadoras conectadas. El resultado de este factor es de 0.38, lo cual indica que en promedio en las organizaciones alrededor de tres personas comparten una máquina conectada.

Solamente un 25% de las máquinas que utilizan las organizaciones son menos que Pentium y solamente un 20% tienen menos de 32 megas de memoria.

Son muy pocas las organizaciones que disponen de una línea dedicada (8%), la mayoría utiliza proveedores de servicio privado (55%) y el porcentaje que utiliza proveedor de servicio público

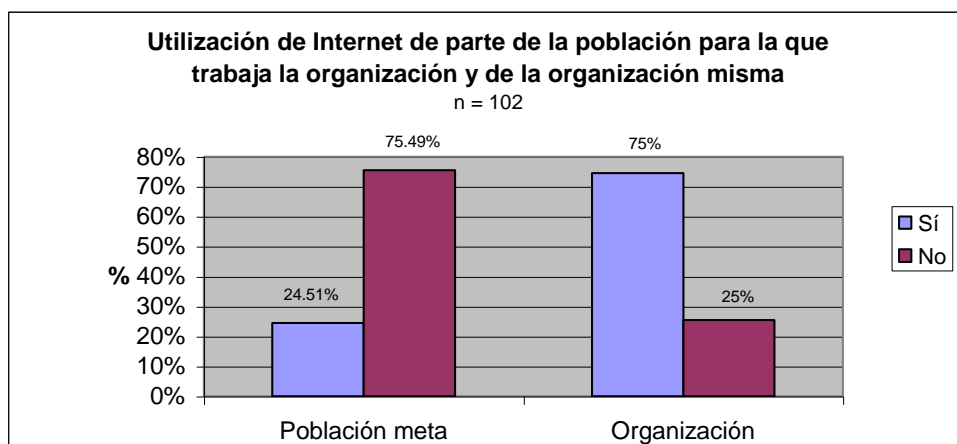
⁸ Para efectos de este análisis se utilizan 20 ítems de la encuesta realizada que consta de un total de 60.

es importante (34%), principalmente por el caso de Costa Rica, ya que este servicio es monopolio del Estado.

También se puede observar que los rubros de horas de uso y el pago de la línea telefónica son los que tienen más importancia en los gastos relacionados con la Internet. Le sigue el mantenimiento de equipos.

Analizando otro aspecto en el gráfico 1, un 75% de las organizaciones tienen acceso a la Internet y un 25% no lo tienen. Esto contrasta con la situación de las poblaciones con las cuales éstas trabajan en donde, un 25% tiene acceso a este servicio, frente a un 75% que no lo tiene. Esta evidencia plantea un importante desafío: ¿cuáles deben ser las capacidades y habilidades que deben desarrollar las organizaciones para que los beneficios que pueda proveer esta herramienta tecnológica lleguen hasta las poblaciones meta? No se pretende necesariamente que se provea acceso directo a la Internet, sino a los mecanismos para que las OSC de la región cumplan la función de puente para que las bondades de esta tecnología puedan ser disfrutadas por las mayorías. En este sentido, se está pensando en la variación de los productos y servicios que éstas ofrecen, en la reproducción y distribución de información útil para las poblaciones por otros medios, en las formas de compartir las lecciones aprendidas e inquietudes con otras poblaciones similares en otras partes del mundo, en la utilización de nuevas formas de interrelación entre las poblaciones, y de éstas con los miembros de las organizaciones y los donantes, entre otros ejemplos. Igualmente importante será establecer los procedimientos para que las poblaciones ubiquen su propia información y sus propias perspectivas en la red utilizando las organizaciones como intermediarias, en caso de que el acceso comunitario directo no sea una posibilidad.

4.2.b La producción de sitios Web.

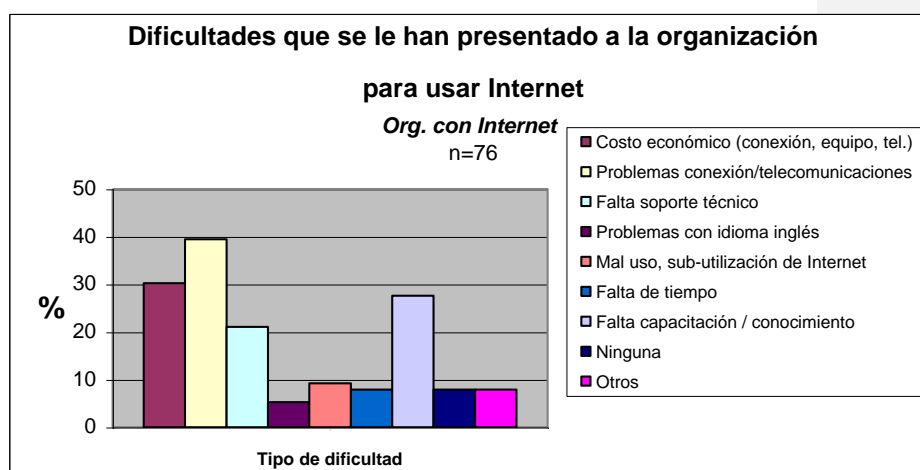


Del 75% que tiene acceso a la Internet, un 46% tiene sitio en Internet. Es decir, que de las 102 organizaciones con las cuales trabajamos, solamente 35 disponen de este recurso. La consideración de que no es una prioridad o necesidad organizacional, la falta de recursos económicos, seguidos de la falta de conocimientos, capacitación o personal para desarrollarlos son las tres principales razones por las cuales las organizaciones consideran que no tienen sitio Web. Al analizar la frecuencia con que estas organizaciones pueden actualizar el sitio, un 34% responde que ocasionalmente o nunca lo hacen y un 46% indica que lo hace en promedio 4 veces por año.

La actualización del sitio se hace principalmente por medio de la utilización de recursos internos (43%). Solamente un 17% utiliza contratos externos para realizar la actualización. Otro recurso al que se hace referencia es a la utilización de cooperantes para el desarrollo de esta tarea (14%).

Cuando se analiza la realización del diseño del sitio, se invierte el comportamiento ya que en su mayoría se utilizan los contratos externos (37%). Sin embargo, aún sigue siendo alta la incidencia del uso de los recursos internos (32%) y de la cooperación (26%) para el desarrollo del sitio. Un comportamiento prácticamente similar se observa para el montaje técnico del sitio. Se puede deducir que los recursos que se utilizan para el diseño, son los mismos que se utilizan para el montaje técnico del mismo.

Para las organizaciones que disponen de un sitio, el principal beneficio obtenido ha sido la promoción y proyección de su trabajo (81%). Cabe destacar que este beneficio es percibido como muy importante por parte de las organizaciones que disponen de un sitio Web. Cuando la organización no dispone de este servicio no se menciona como un beneficio potencial tan importante. También se mencionan con una incidencia similar (30%) otros beneficios como fuentes de financiamiento, comunicación con otros, trabajo con otras organizaciones, disponibilidad de publicación en línea. A criterio de la autora, el hecho de disponer de un sitio Web, le da un valor agregado a la percepción que se tiene de la Internet en la organización.



4.2.c La capacitación técnica para el manejo de la herramienta.

De las organizaciones que utilizan Internet, un 80% dice que en la organización han tenido algún tipo de capacitación sobre la herramienta. El porcentaje de personas que han sido capacitadas en cada una de las organizaciones es muy variable, pero el promedio se observa en un 38%. Es interesante recalcar que esta capacitación ha sido impartida por instituciones externas a la organización (52%) y a lo interno de la misma (45%). Uno de los mecanismos que más se utiliza es el de enviar a alguna (s) persona (s) a realizar algún curso sobre la herramienta y luego esta disemina su aprendizaje entre sus compañeros (evidencia basada en los estudios de caso). Sin embargo, sorprende mucho el alto porcentaje que indica que han recibido capacitación formal ya que no coincide con los estudios de caso, donde se observa que mucho del aprendizaje sobre la Internet ha sido autodidacta y por iniciativa individual.

4.2.d Las dificultades que se perciben.

Si se analizan los motivos explicitados por las organizaciones que no utilizan este servicio encontramos que los tres factores más importantes son los costos económicos que esto implica (77%), la falta de equipamiento e infraestructura⁹ (42%) y que no se considera una necesidad o

⁹ Entendida esta como los equipos de cómputo, el cableado, las líneas telefónicas internas.

prioridad organizacional (31%). Curiosamente, los problemas de conexión¹⁰ son mencionados como un quinto elemento.

Ahora bien, si se analizan las principales dificultades que se le han presentado a las organizaciones centroamericanas que sí disponen de la Internet, el principal motivo son los problemas de conexión y de la infraestructura de telecomunicaciones del país (38%). Este argumento es seguido por los costos que implica para las organizaciones la utilización de esta herramienta, la falta de capacitación para obtener un uso más eficiente y el poco soporte técnico. Otras dificultades que afectan en menor porcentaje son el mal uso que se da a la Internet (para uso personal en lugar de organizacional), falta de tiempo para utilizarlo y poco dominio del inglés.

Al analizar cuál es el rubro más alto de los recursos que se dedican a la Internet encontramos que el pago de la línea telefónica es el mayor, seguido del pago de la conexión a Internet y el mantenimiento de equipo. Es interesante destacar que aquí las organizaciones no incorporan otros aspectos como los costos de capacitación ni el de la curva de aprendizaje organizacional. Sin embargo, al indagar sobre la percepción de cuáles son los cambios que tiene que sufrir una organización para utilizar eficientemente esta tecnología se presenta nuevamente en primer lugar el equipamiento (42%), pero también con una incidencia muy importante la capacitación del personal (20%), la formación de empleados (as) responsables (12%) y el tiempo que se debe dedicar al uso de esta herramienta que antes se utilizaba para otras cosas (12%).

De los párrafos anteriores se puede deducir que, en general, las principales dificultades que perciben las organizaciones para el uso de esta herramienta son los costos elevados, los problemas de conexión y la falta de capacitación. Estos tres aspectos son sumamente importantes porque las organizaciones los sienten cotidianamente como dificultades para poder obtener los beneficios que la Internet podrían proveerles. Sin embargo, como se ha sostenido en este documento no es al único reto al que éstas se enfrentan, pero es probablemente el nivel más evidente.

Otro aspecto que llama la atención en el análisis es la consideración de que la Internet o el sitio Web no es una prioridad o una necesidad organizacional. Esta es una argumentación totalmente válida. La autora sostiene que la Internet no provee beneficios para las organizaciones incondicionalmente, más bien depende de sus condiciones, necesidad y posibilidades. Sin embargo, será muy interesante profundizar si esta argumentación se debe a un análisis realizado con base en un conocimiento profundo de las potencialidades que la Internet podría tener para el desarrollo organizacional. Es decir, si como dice el concepto de apropiación que se maneja en esta propuesta, se las organizaciones tienen todos los recursos y conocimientos suficientes para poder contestar que en estos momentos la Internet no es una necesidad o una prioridad.

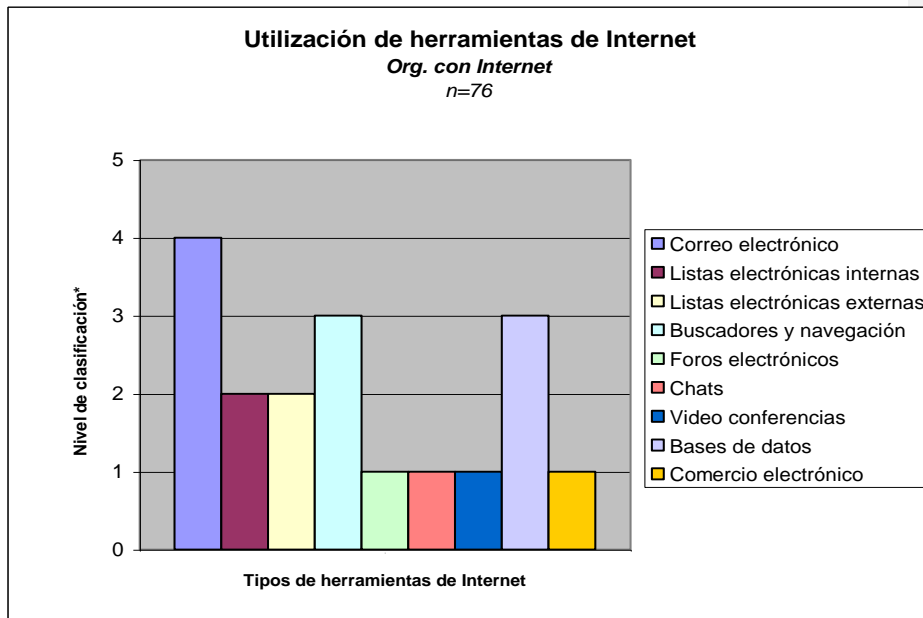
4.3 El reto del cambio organizacional para el aprovechamiento de la Internet.

Este segundo desafío refiere a las nuevas tareas que la incorporación de esta tecnología conlleva a las organizaciones que la adoptan y a la consecuente necesidad de reflexionar y modificar sus dinámicas para poder sacarle ventajas. Las variables de la encuesta que se seleccionaron para hacer una reflexión sobre cómo se percibe este segundo reto en las organizaciones de Centroamérica son: los usos que se le dan a la herramienta, la modificación en los recursos humanos, los lineamientos y políticas que se instauran y las nuevas tareas que se asumen.

4.3.a Los usos de la Internet.

Al acercarse a los usos que se le están dando a la Internet en las organizaciones estudiadas se encuentra que el servicio más importante es el correo electrónico, en segundo lugar se encuentran los buscadores y las bases de datos en Web. Las listas electrónicas internas y externas tienen un uso mínimo. Los foros, chats, videoconferencias, comunidades virtuales y el comercio electrónico prácticamente no son utilizados en este grupo.

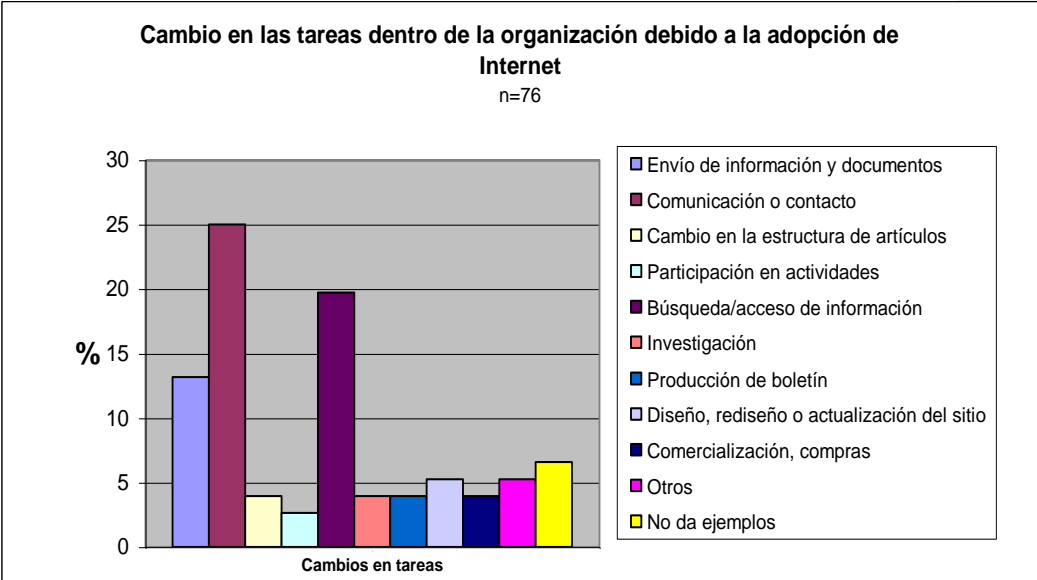
¹⁰ Entendidos estos como el pago del derecho a la Internet, el contrato del PSI, la agilidad en el servicios.



El uso del correo es el servicio más difundido y aventaja en mucho los otros servicios. Analizando más en detalle su importancia encontramos que éste no se usa especialmente para participar en listas de discusión o comunidades virtuales que podrían ser servicios que le dieran un importante aporte a la discusión de los temas en los cuales trabaja la organización y al establecimiento de contactos trabajando en las mismas áreas. Por otro lado, el correo electrónico no tiene una importancia relevante en la comunicación interna organizacional (un 40% de las organizaciones dicen que Internet no es utilizado a este nivel), principalmente es usado para la comunicación externa de la organización. Un 46% de las organizaciones consideran que este tipo de comunicación ha mejorado en cantidad y calidad la relación con los entes externos (con voluntarios, entes financieros o donantes y con organizaciones afines). También se menciona que este medio les ha permitido acceder a capacitación e intercambio de información gracias a los contactos establecidos.

4.3.b Los recursos humanos.

Al analizar el número de personas dentro de la organización que tienen a su cargo alguna labor relacionada con el desarrollo de la Internet encontramos que el rango de 1 a 2 personas es el mayor (60%), seguido por la opción donde se indica que ninguna persona interna tiene a cargo este tipo de labores (30%).



En este mismo capítulo, donde se analizan los recursos humanos, se consultó si las organizaciones que disponen de servicios de la Internet habían contratado nuevo personal para atender labores relacionadas con ésta. Para la gran mayoría (90%) no se había dado esta situación. Para atender las nuevas tareas que esta herramienta tecnológica implica, lo que ha sucedido en la mayoría de ellas, es que han agregado nuevas labores asignadas a algunos de sus integrantes (62%). Algunos ejemplos de las nuevas labores se refieren en orden de importancia a mantenimiento de contactos y comunicación con otros, búsquedas de información, envío de documentos e investigación en Internet. Se puede observar que no se destacan fuertemente la producción de contenidos como una de las tareas fundamentales.

Otro aspecto que se hace evidente es que existen diferencias en el uso que se hace de esta herramienta tecnológica entre el personal administrativo y el programático. Un 66% de los encuestados indica que si existe una diferencia, frente a un 33% que no lo percibe de esta manera.

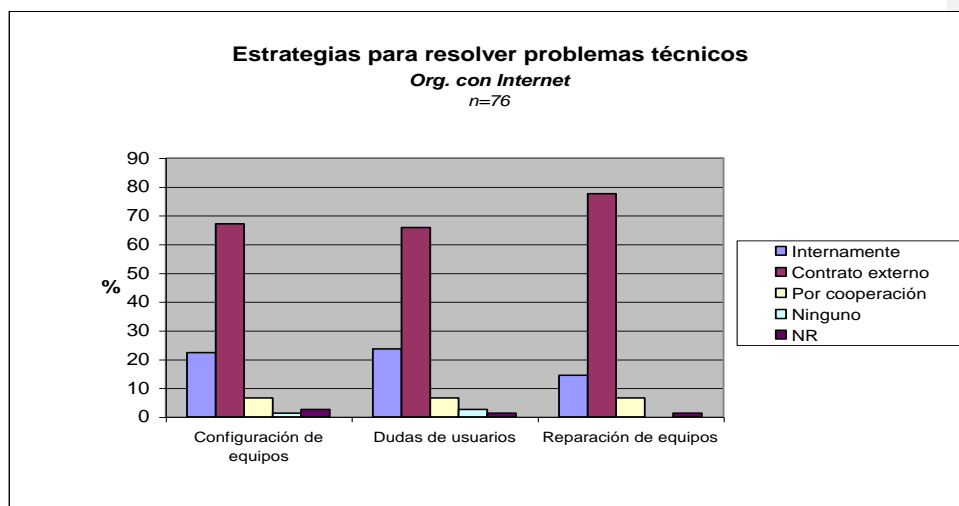
4.3.c Los lineamientos, las políticas y los procesos.

Al analizar si las organizaciones han desarrollado lineamientos o políticas para mejorar el aprovechamiento de la herramienta o para ir promoviendo desde el nivel de dirección el cambio organizacional que requiere su utilización, se observó que en su mayoría no se han desarrollado este tipo de actividades (67%). Quienes sí han establecido algún tipo de lineamiento se han referido principalmente a restricciones en el uso de la Internet (48% del 33% restante) y al establecimiento de horarios de uso (28% del 33% restante).

4.3.d Las nuevas tareas.

La comunicación con otros y la búsqueda de información, son considerados por las organizaciones que utilizan la Internet como los servicios que antes no se usaban y ahora se usan con la Internet. Ambos factores son igualmente percibidos como los beneficios que posiblemente aportaría la herramienta a las organizaciones que actualmente no la utilizan. Sin embargo es curioso observar que, para las primeras la tarea nueva más importante que han desarrollado es la comunicación, mientras que para el segundo grupo, lo que se percibe como más importante es la búsqueda de información relacionada con los temas con los cuales éstas trabajan.

Unas de las tareas nuevas que tendrán que enfrentar las organizaciones al adoptar la tecnología serán la configuración y reparación de equipos y el soporte de usuarios. Estas implican costos adicionales pocas veces contemplados ya que se observa una gran preponderancia de la utilización de contratos externos para estos efectos (70%) y en muy pocas ocasiones se puede resolver utilizando recursos internos. Además, la utilización de cooperantes o convenios con otras organizaciones es prácticamente insignificante para estos efectos.



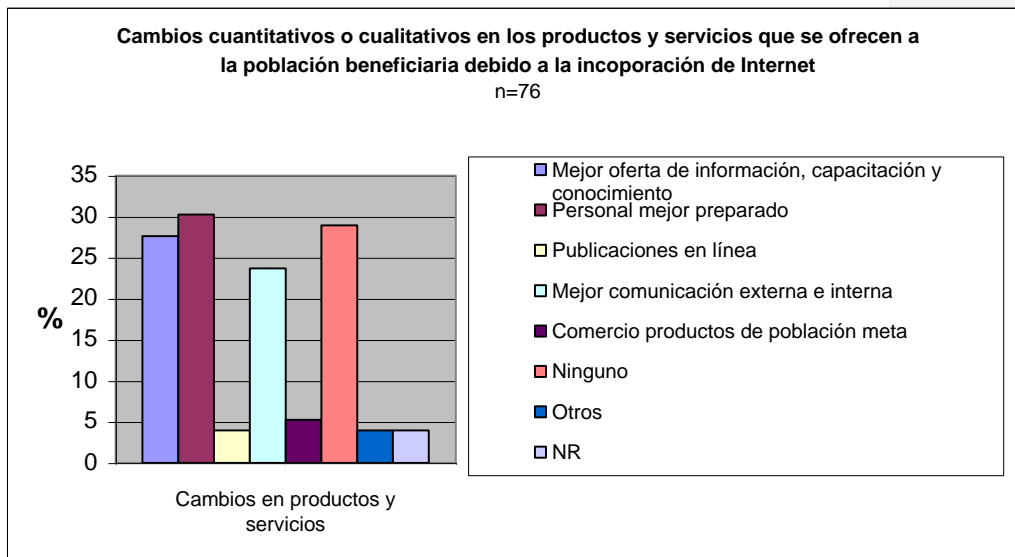
Es importante destacar que aunque las organizaciones observan un cambio en algunas actividades y una disponibilidad de nuevos recursos como la comunicación, los contactos y la información, no se percibe o no se menciona cómo éstos están impactando el trabajo organizacional. Es decir, en qué sentido, éstos están haciendo mejor o peor las labores que desarrollan, promoviendo la innovación, variando las formas de trabajo, creando nuevas opciones, en fin, cómo se está transformando la organización para aprovechar la Internet para la creación de nuevo conocimiento y su aplicación al trabajo cotidiano.

4.4 El reto de la utilización de la Internet para la generación de nuevos conocimientos.

Como se ha mencionado a través de toda esta propuesta, el impacto de la utilización de la Internet debería valorarse en el mejoramiento que ésta está provocando en las condiciones de vida de las poblaciones. En el caso particular de las OSC, en su rol de intermediación, esto significa que tanto están mejorando su trabajo, modificando sus productos y servicios, detectando los cambios del entorno, influyendo en ese entorno, variando la relación con la población meta, entre otros aspectos, debido a la incorporación de esta tecnología en su trabajo cotidiano. En este sentido se trató de indagar cómo ha influido la Internet en aspectos tales como el cambio en la variación de la oferta organizacional.

4.4.a Variación de la oferta.

Un personal mejor preparado (30%) es mencionado como el más importante cambio cuantitativo o cualitativo en los productos o servicios que ofrece la organización a las poblaciones con las que trabaja.



Sin embargo, llama la atención que un 30% de las organizaciones mencionan que en realidad todavía la utilización de esta tecnología no ha provocado ningún cambio en los productos o servicios que ellas ofrecen. Una tercera respuesta, según orden de importancia, es que consideran que ofrecen mejor información sobre los temas que ellas trabajan.

Es interesante destacar que un 42% de las organizaciones que utilizan Internet, es decir 32 de las 102 consultadas, ofrecen algún servicio que tenga relación con esta tecnología a la población con la cual trabaja. Entre los servicios más mencionados se encuentran la publicación de información, documentos y boletines (37.5%), el correo electrónico (19%) y el acceso a información (16%). Sin embargo, un 54% de las organizaciones que utilizan esta herramienta tecnológica no tienen proyectos que incluyan la Internet como uno de sus componentes.

Cuando se elaboró directamente la interrogante ¿en qué sentido disponer de la Internet permite que se mejoren las actividades con la población meta?, una gran mayoría optó por la opción de respuesta no sabe/no responde (40%) lo cual hace parecer que no hay una total claridad al respecto. Un 16% opina haber fundamentado mejor sus análisis y propuestas, y por lo tanto, haber logrado mayor apoyo financiero para las mismas como resultados de la cantidad y calidad de la información que pudo disponer. Además consideran que ha permitido mejorar las formas de trabajo que se desarrollan con las poblaciones (23%) y la detección de las necesidades de estos grupos sociales (12%). Aunque estos porcentajes no son elevados, sí representan algunos impactos interesantes del aprovechamiento de la Internet para el desarrollo social.

Otro impacto que consideran que ha sido importante para el trabajo organizacional es el mejoramiento cuantitativo y cualitativo de la comunicación (25%), principalmente hacia fuera de la organización, que ha incidido en el establecimiento de más y mejores relaciones con voluntarios (as), donantes, apoyos y organizaciones afines. Se considera que existe el potencial para utilizar esta herramienta para consolidar las redes organizacionales de Centroamérica. Aunque aún no se ve un efecto directo, esto se percibe como una buena posibilidad.

La reflexión e investigación para poder analizar, fortalecer, desarrollar habilidades, crear capacidades y poner en funcionamiento nuevas formas de hacer las cosas aprovechando los inmensos recursos que se encuentran en la Internet, es un desafío muy importante. Esto no es un asunto que tenga que ver solo con la conexión a la Internet, tiene que ver con estructuras de pensamiento, variación de relaciones, nuevas dinámicas de trabajo, entre otros aspectos que hay que descubrir. A criterio de la autora este es uno de los

grandes ejes sobre el cual debe girar la valoración del impacto de la Internet y la justificación de proyectos relacionados con esta tecnología.

5. Haciendo comparaciones para buscar nuevas explicaciones.

Una vez finalizado el análisis de las variables de la encuesta, se realizaron otras tres pruebas para buscar nuevas explicaciones:

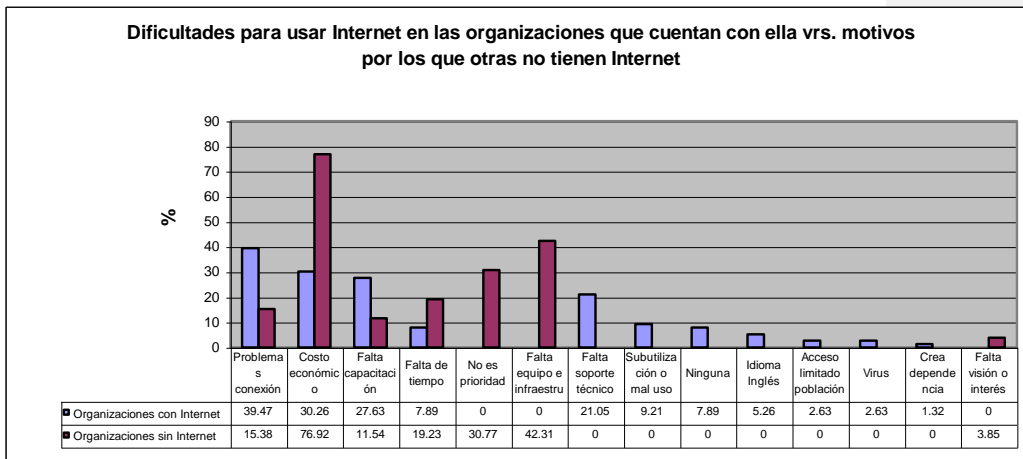
1. Se realizó una comparación entre las organizaciones que tenían Internet y las que no disponían de esta herramienta.
2. Se realizó una comparación entre organizaciones que se habían consultado en el 94 y las mismas organizaciones consultadas en el 2000.
3. Se realizó un análisis de relación entre dos variables para determinar si existía alguna evidencia de que una influía en la otra.

5.1 Organizaciones con Internet – Organizaciones sin Internet.

Esta comparación está basada en tres de las preguntas abiertas de la encuesta telefónica regional del 2000 que pueden compararse en ambos grupos. Hay que recordar que 74 de las organizaciones consultadas disponían de la Internet y 28 no habían incorporado esta herramienta a la organización. Este análisis permite valorar, entre otras cosas, si la percepción que tienen las organizaciones sobre la Internet cuando no lo han incorporado, coincide con la experiencia que tienen las organizaciones que si lo han hecho.

- **Motivos por los que no se usa la Internet frente a dificultades presentadas al utilizar esta tecnología.**

Se consideró que podrían compararse estos dos aspectos para analizar si los motivos por los cuáles las organizaciones no han adoptado la Internet tiene relación con las dificultades que tienen las organizaciones que lo adoptan.



En esta tabla podemos observar que la principal preocupación de las organizaciones que no tienen Internet es el costo que implica la adopción de la herramienta (77%). Aunque esta se presenta como una dificultad importante, el costo económico no es la principal preocupación de quienes si disponen de esta tecnología (30%). La que se encuentra mencionada como la dificultad más importante es la de enfrentar los problemas de conexión (40%). En el caso de las

organizaciones sin Internet los problemas de conexión aún no tienen un gran peso (15%), probablemente porque no ha sido todavía una realidad que enfrentar.

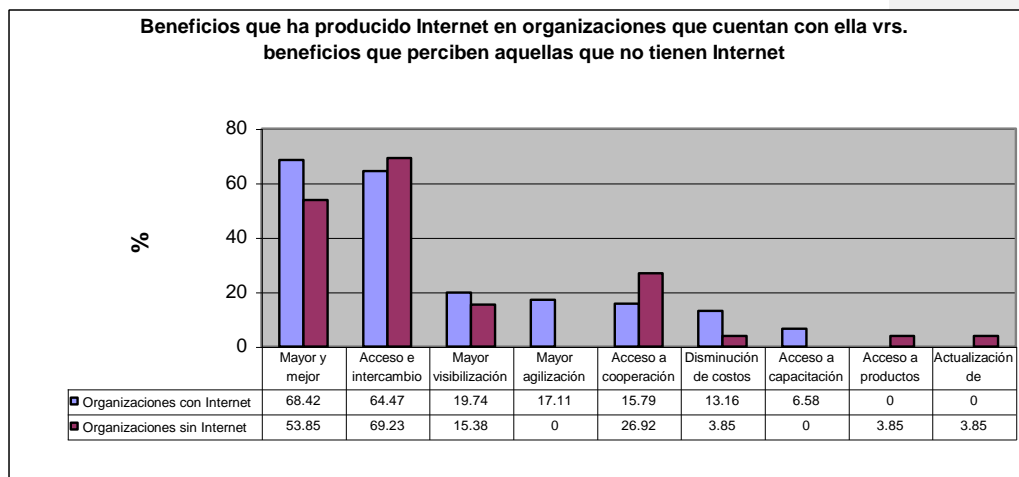
A este aspecto hay que agregarle que un 42% de las organizaciones que no tienen Internet consideran que otro de los motivos por el que no han adoptado la herramienta es por la falta de equipo e infraestructura. Esto muestra nuevamente la dificultad que representa la primera inversión requerida para la adopción de la tecnología.

Para las organizaciones que tienen Internet otra dificultad importante ha sido la falta de capacitación (28%) y la falta de soporte técnico (21%). Estos aspectos, tienen poco o ningún peso en las organizaciones que aún no disponen de la herramienta (11 y 0%, respectivamente). Es decir que aún no se percibe que estos sean aspectos importantes en el proceso de adopción de la herramienta, mientras que las organizaciones que ya la utilizan si consideran las dificultades que estas dos tareas implican.

El último aspecto a destacar en el análisis de esta primera tabla, es el hecho de que las organizaciones sin Internet no consideran una prioridad la adopción de la tecnología (30%) frente a otros requerimientos organizacionales. Este factor ya había sido analizado anteriormente en la encuesta, sin embargo, es importante destacarlo nuevamente.

- **Beneficios obtenidos del uso de la Internet frente a beneficios potenciales que perciben quienes aún no lo usan.**

Tanto los beneficios obtenidos, como los beneficios percibidos, se refieren al mejoramiento de la comunicación y la disponibilidad de mayor y mejor información. Es interesante observar que el mejoramiento de la comunicación es el mayor beneficio (69%) percibido por las organizaciones con Internet, lo cual coincide con los hallazgos de la encuesta donde se observa que el impacto mayor es en este punto. En el caso de las organizaciones sin Internet se percibe que el mayor beneficio se obtendría en mayor y mejor información (69%), más que en la comunicación



Un aspecto que interesa destacar es la visibilización del trabajo de la organización que permitiría una herramienta como esta. Este aspecto es mencionado como un beneficio en un 20% de las organizaciones que disponen de esta herramienta y es percibido como tal en un 15% de las que no disponen de este.

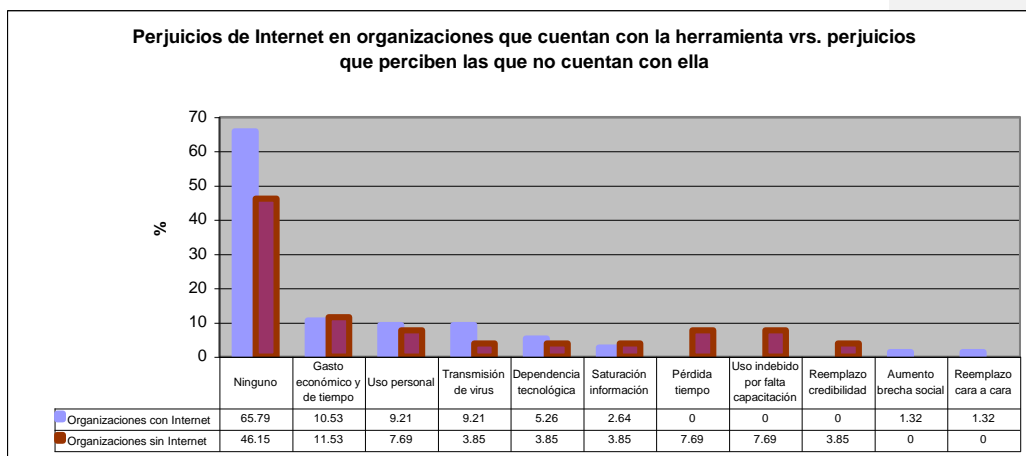
Otra diferencia importante de destacar es lo referente al acceso a donantes y cooperantes, donde quienes no disponen de la Internet consideran que esta herramienta les ayudaría a lograr estas

nuevas relaciones en un 27% mientras que solo un 16% de quienes si disponen de la tecnología consideran que les ha beneficiado en este aspecto.

En relación con la reducción de costos, observamos que es un beneficio importante para un 13% de quienes tienen acceso a la herramienta, mientras que solamente un 3% de quienes no tienen acceso lo perciben de esta manera. Probablemente por el costo inicial de la inversión que implica la adopción de esta tecnología. Esta misma diferencia también se observa en la agilización de los trámites administrativos que es mencionado por un 17% de las organizaciones que disponen de la Internet y no es percibido como un beneficio por parte de ninguna de las organizaciones que no disponen de la herramienta.

- **Perjuicios obtenidos por el uso de la Internet frente a perjuicios potenciales percibidos por quienes no disponen de esta herramienta.**

En ambos casos, una importante mayoría de las organizaciones indican que no encuentran que la Internet les perjudique en algún sentido. Fuera del gasto económico y el tiempo que implica la utilización de la Internet, que es mencionado por un alrededor de un 10% de ambos grupos, los otros perjuicios tienen un valor muy bajo.



Este análisis comparativo permite vislumbrar que existe una diferencia en cuanto a la percepción de la herramienta de quienes disponen de la Internet y de quienes aún no la han incorporado en su dinámica organizacional.

5.2 Organizaciones en el 94 – Organizaciones en el 2000

Para comparar el estado de algunas organizaciones entrevistadas para el estudio del impacto de Internet en el 2000, y su situación en 1994. Se utilizó información recolectada en entrevistas realizadas en 1994 para detectar las necesidades de comunicación e información de organizaciones de la sociedad civil de Centroamérica.

Se encontraron 4 organizaciones que participaron en ambas entrevistas: CIPRES y CAPRI, de Nicaragua; Agua para el pueblo (APP) de Honduras; y Fundación Mujer, de Costa Rica.

Se buscaron los temas o datos que se contemplaban por igual en ambas entrevistas. Los ítems comunes fueron: el nombre y puesto de la persona entrevistada, las áreas en que trabaja la organización, sus principales servicios o funciones, su población beneficiaria o meta, el número de personal que labora en la organización, procedencia de sus financiamientos y/o donaciones, su nivel tecnológico, y por último, el acceso o uso de otros servicios relacionados con Internet.

Una vez localizados los datos que permitían la comparación entre los dos momentos de la vida organizacional, se seleccionaron los factores más cercanos al análisis que se buscaba (nivel tecnológico y usos de la Internet) y se elaboraron tablas para visualizar dichos momentos para las cuatro organizaciones analizadas. Por último, se analizaron los cambios ocurridos en las organizaciones a partir de la información proporcionada por las tablas.

- **Nivel tecnológico y uso de correo y navegación**

Como puede observarse en la tabla #5.2.a , CIPRES, CAPRI, APP y Fundación Mujer han pasado por cambios significativos en su nivel tecnológico entre 1994 y el 2000. Dichos cambios se reflejan en su paso hacia la conectividad y el acceso a Internet, el uso del correo electrónico y la navegación; y en el caso específico de CIPRES, en la tenencia de un sitio web.

En 1994, las organizaciones entrevistadas contaban con entre 1 y 3 líneas telefónicas y fax. Tres de ellas tenían computadoras sin módem. En el 2000, entre un 20 (APP) y un 87% (Fundación Mujer) de las computadoras de las cuatro organizaciones tenían conexión a Internet.

CAPRI contaba ya desde 1993 con computadoras con módem, o sea, con acceso al servicio de correo electrónico. Para el 2000, esta organización clasificaba su uso de esta herramienta en 5, en una escala donde 1 era el uso más bajo y 5 el más alto.

Fundación Mujer y CIPRES incorporaron el correo desde 1997 y reportaron tener, en el 2000, un uso alto (5 de 5), de esta herramienta. En Agua Para el Pueblo de Honduras, la utilización de esta herramienta era también de 5.

Es interesante notar que a pesar de que CAPRI se haya adelantado con respecto a las otras tres organizaciones en el uso del correo electrónico, el porcentaje de su personal que utiliza el servicio es el más bajo (18%). En Fundación Mujer un 50% del personal usa el correo, un 33% en APP, y un 28% en CIPRES.

En cuanto a la navegación, todas las organizaciones reportan un uso de 3 de 5, en la misma escala que va de 1 a 5. El porcentaje del personal de las organizaciones que utiliza este servicio oscila entre un 6 (CAPRI) y un 28% (CIPRES). Esta herramienta llegó a CIPRES, CAPRI y Fundación Mujer entre 1997 y 1998.

Las dos organizaciones nicaragüenses (CIPRES y CAPRI) cuentan con un Proveedor de Servicios de Internet privado, mientras que APP y Fundación Mujer (Costa Rica) trabajan con un PSI público.

Tabla #5.2.a
Organizaciones entrevistadas en 1994 y 2000, según nivel tecnológico, uso de correo y navegación

Nivel tecnológico							
CIPRES		CAPRI		APP		Fund. Mujer	
1994	2000	1994	2000	1994	2000	1994	2000
1 línea telefónica Fax Computadoras sin módem	5 computadoras conectadas a Internet de 16 (31%) Correo electrónico Desde 1997 Uso*: 5 de 5 28% del personal PSI privado Navegación Desde 1997 Uso*: 3 de 5 28% del personal Sitio web www.nicarao.org.ni/cipres	1 línea telefónica Fax Computadoras con módem Correo electrónico (nicarao)	2 computadoras conectadas a Internet de 8 (25%) Correo electrónico Desde 1993 Uso*: 5 de 5 18% del personal PSI privado Navegación Desde 1998 Uso*: 3 de 5 6% del personal	2 líneas telefónicas Fax De 2 a 4 computadoras sin módem	2 computadoras conectadas a Internet de 10 (20%) Correo electrónico Desde ¿1984? Uso*: 5 de 5 33% del personal PSI público Navegación Desde principios de los '90 Uso*: 3 de 5 13% del personal	3 líneas telefónicas Computadoras sin módem	13 computadoras conectadas a Internet de 15 (87%) Correo electrónico Desde 1997 Uso*: 5 de 5 50% del personal Navegación Desde 1997 Uso*: 3 de 5 25% del personal

Comentario [F.A.1]:

- **Otros servicios Internet: bases de datos, foros, listas electrónicas, comercio electrónico, videoconferencias y chats**

En cuanto al uso de otras herramientas de Internet, en 1994 CIPRÉS, CAPRI y Fundación Mujer no habían incorporado las bases de datos o foros en línea a su vida organizacional, como puede observarse en la tabla #2. No hay datos para APP en esta fecha.

En el 2000, las bases de datos eran clasificadas por tres de las organizaciones como de uso regular o alto (3, 4, y 5 en la escala de 1 a 5). En APP, esta herramienta era poco utilizada (1 de 5).

Los foros en línea seguían sin incorporarse de lleno en la cotidianidad de las cuatro organizaciones entrevistadas, y su uso fue clasificado entre 1 y 2 de 5.

Tabla # 5.2.b
Organizaciones entrevistadas según uso de otros servicios de Internet

Acceso a/uso* de otros servicios Internet								
CIPRES		CAPRI		APP		Fund. Mujer		
1994	2000	1994	2000	1994	2000	1994	2000	
Bases datos: no	Bases datos: 3 de 5	Bases datos: no	Bases datos: 4 de 5	El cuestionario no incluía esta pregunta	Bases datos: 1 de 5	Bases datos: no	Bases datos: 5 de 5	
Foros: no	Foros: 1 de 5	Foros: no	Foros: 2 de 5		Foros: 1 de 5	Foros: no	Foros: 1 de 5	
	Listas dentro de org.: 3 de 5				Comercio-e: 3 de 5			

Otros dos servicios de regular importancia (clasificados ambos en 3 de 5) para CIPRES y APP fueron las listas electrónicas dentro de la organización y el comercio electrónico, en ese orden.

Los chats, videoconferencias y listas electrónicas fuera de la organización eran poco o nada utilizados en el 2000 por las organizaciones entrevistadas.

Del análisis anterior se desprende que 1) Las organizaciones entrevistadas han pasado por cambios muy importantes a nivel tecnológico. 2) Se utiliza más intensivamente la Internet para comunicarse e informarse que hace seis años y 3) No se conocen todavía plenamente muchos de los servicios que ofrece Internet que podrían ser parte o complemento del trabajo cotidiano. En general, el correo electrónico, la navegación en Internet y las bases de datos son las herramientas más utilizadas por CAPRI, CIPRES, APP y Fundación Mujer.

5.3 Relacionando variables.

A medida que se dió un acercamiento con el fenómeno de la Internet en la región fueron apareciendo una serie de supuestos que implicaban relaciones entre diferentes variables. Se tomaron algunas de los datos recopilados en la encuesta para tratar de ver estadísticamente como se comportaban estas relaciones.

Las pruebas que se realizaron no permiten observar ninguna causalidad, solamente la relación existente entre dos variables determinadas. Está claro, que con los datos recolectados se pueden desarrollar muchas otras pruebas de correlación, de causalidad, de hipótesis y de creación de índices. Sin embargo, para efectos de esta primera investigación únicamente se valoraron las relación entre ciertas variables. Se espera que esto genere el interés por utilizar los datos recopilados de muchas otras maneras que contribuyan al análisis del impacto de la Internet.

Básicamente se utilizaron dos tipos de pruebas: 1) Chi cuadrado, el coeficiente de contingencia y los promedios entre grupos y 2) la comparación de promedios por medio del análisis de varianza utilizando Anova de una vía. Se desea recalcar que los resultados de estas pruebas únicamente nos permiten suponer o no que existe relación entre las variables analizadas, en ningún sentido se estará probando causalidad o direccionalidad.

Además, es indispensable volver a recordar que las pruebas que se exponen a continuación, únicamente son válidas para las 102 organizaciones que participaron en la encuesta telefónica. La ejecución del análisis estadístico puede consultarse en el anexo 5.

Se realizaron pruebas con las siguientes variables.

1. Número de empleados permanentes vrs comunicación interna.

Estas dos variables se relacionaron ya que la experiencia en el campo parece indicar que entre mayor es la cantidad de personas que integran la organización mayor es el uso que estas realizan de la Internet para la comunicación interna.

El análisis que se realizó muestra que hay evidencia para pensar que si existe una relación entre ambas variables.

2. Organizaciones con sitio Web vrs contratos de personal con tareas de Internet.

El trabajo en el campo hizo suponer que las organizaciones que disponen de un sitio Web tienen mayor necesidad de contratar nuevo personal, con nuevas capacidades y habilidades que se haga cargo de las nuevas labores que el sitio implica.

La prueba nos indica que existe suficiente evidencia para pensar que si existe una relación entre ambas variables.

3. Máquinas conectadas por empleado vrs formas de enfrentar la configuración de equipos.

En diferentes pruebas se utilizó el factor máquinas conectadas por empleado para valorar el nivel de conectividad dentro de la organización. Se consideró que entre mayor sea la cantidad de máquinas por empleado, más factible y necesario se hacía que las organizaciones dispusieran de personal interno para configurar los equipos, bajar e instalar programas (internamente, por contrato, por cooperación).

La prueba muestra que existe suficiente evidencia para pensar que si hay una relación entre las máquinas conectadas por persona en la organización y la forma que estas utilizan para configurar equipo e instalar los programas.

4. Máquinas conectadas por empleado vrs formas de enfrentar las dudas técnicas.

Otra forma en que se utilizó este factor fue relacionándolo con las formas (por contrato, internamente, por cooperación) en que las organizaciones enfrentan las dudas técnicas. La experiencia nos indica que entre mayor sea la cantidad de máquinas disponibles por empleado mayor debería ser la solución de estas dudas en forma interna.

La prueba muestra evidencias de que el número de máquinas disponibles por empleado y la forma de enfrentar las dudas técnicas están relacionadas.

5. Máquinas conectadas por empleado vrs formas de enfrentar el mantenimiento de los equipos.

También se utilizó el factor máquinas conectadas disponibles por empleado para ver si esta influía en la forma como se enfrentaba el mantenimiento de los equipos. Igualmente la experiencia indicaba que entre mayor fuera el número de máquinas disponibles, más factible era que la organización desarrollara estrategias internas de enfrentar estos nuevos requerimientos.

Al igual que las pruebas anteriores se encuentran evidencias para pensar que si existe una relación entre ambas variables.

6. Número de empleados permanentes vrs organizaciones con Internet.

Una de las suposiciones que existen es que el tamaño de la organización tiene un peso importante en la decisión de utilizar la Internet. Es decir que entre más grande sea la organización, mayor será la posibilidad de que disponga de esta herramienta.

La prueba indica que existe suficiente evidencia para decir que no existe una relación entre estas dos variables.

7. Área geográfica donde trabaja la organización vrs organizaciones que utilizan Internet.

Otro aspecto que se intuye es que el área geográfica donde trabaja la organización es un factor muy importante para la adopción de la Internet. Si la organización solo trabaja a nivel local es muy probable que no requiera tanto de esta herramienta como si trabaja a nivel nacional o regional.

La prueba muestra que hay evidencia de que hay una relación entre el área geográfica y el uso de la Internet.

8. Tiempo de usar navegación vrs disponibilidad de sitio Web.

Se supone que a medida que las organizaciones tienen contacto y han usado e incorporado a su quehacer la navegación, sienten mayor necesidad de tener su propio sitio Web y que por lo consiguiente existe una relación entre ambas variables.

Sin embargo, la prueba nos muestra que no hay suficiente evidencia para pensar que exista una relación entre ambas variables en esta población.

9. Número de empleados permanentes vrs personas con labores de Internet.

Otro supuesto es que entre mayor es el número de empleados permanentes en una organización, mayores son las posibilidades de que haya personas dedicadas a labores relacionadas con la Internet. Esto porque entre más grande es la organización se hace más necesario coordinar y organizar tareas relacionadas con esta herramienta.

Sin embargo, en la población analizada no existe evidencia que pueda sustentar que haya relación entre estas dos variables.

10. Máquinas conectadas por empleado vrs cambio en tareas de las personas.

También se ha intuido que entre mayor sea el número de máquinas disponibles por empleado en una organización, mayor será el cambio en las tareas que los trabajadores realizan con el propósito de incorporar la Internet en sus labores cotidianas.

Sin embargo, la prueba indica que no hay suficiente evidencia para pensar que existe una relación entre estas dos variables, Es decir, que el número de máquinas disponibles por empleado no está influyendo en el cambio de las tareas que realizan los trabajadores.

11. Número de donantes vrs uso de correo electrónico.

Otro supuesto ampliamente manejado es que el número de donantes del que dispone una organización influye mucho en el uso del correo electrónico.

Sin embargo, la prueba demuestra que no hay suficiente evidencia para mostrar que exista una relación entre ambas variables en el grupo estudiado.

12. Tiempo de uso de correo vrs cambios en tareas de los integrantes de la organización.

Otro factor que se considera que puede influir en el cambio de las tareas de las personas en la organización es el tiempo que esta tenga de usar correo electrónico, ya que el uso del correo implica nuevas dinámicas de trabajo y nuevos tipos de labores.

Sin embargo, la prueba nuevamente demuestra, que al menos en este grupo de organizaciones no hay suficiente evidencia para demostrar que exista relación entre estas dos variables.

13. Tiempo de uso de Web vrs cambio en tareas de los integrantes de la organización.

Igualmente se piensa que el tiempo de uso de la Web produce cambios en las tareas que realizan los empleados de las organizaciones.

Sin embargo, al igual que en el caso anterior no hay evidencia que permita afirmar que existe una relación entre ambas variables.

14. Pruebas con variables relacionadas con el género.

Uno de los aspectos que hubiera sido ideal incorporar en esta investigación, es el análisis de género. Sin embargo, este no estaba contemplado desde el diseño del trabajo. Evidentemente con la elaboración de estas pruebas no se pretende hacer un análisis de este tipo. Únicamente se hace una pequeña contribución para futuros estudios relacionados con este tema.

En el primer caso, se trata de observar si existe una relación entre el porcentaje de mujeres que labora en la organización y algunas variables que determinan el uso de la Internet. Los análisis realizados arrojan los siguientes resultados.

Porcentaje de mujeres en la organización	Relacionada con:	Resultado de la prueba
	Uso de la Internet	No se prueba la relación
	Impacto en comunicación interna	No se prueba la relación
	Formas de enfrentar configuración de equipos	No se prueba la relación
	Formas de enfrentar las dudas técnicas	No se prueba la relación
	Formas de enfrentar el mantenimiento de equipos	No se prueba la relación
	Disponibilidad de sitio Web	No se prueba la relación
	Cambio de tareas relacionadas con la Internet	No se prueba la relación

En el segundo caso, se trata de observar si existe una relación entre las organizaciones que trabajan con el tema de género y algunas variables que que determinan el uso de la Internet. Los análisis realizados arrojan los siguientes resultados.

Trabaja el tema de género	Relacionado con:	Resultado de la prueba
	Tiempo de usar correo	No se prueba la relación
	Tiempo de usar Web	No se prueba la relación
	Impacto en la comunicación interna	No se prueba la relación
	Utiliza la Internet	No se prueba la relación
	Formas de enfrentar configuración de equipos	No se prueba la relación
	Formas de enfrentar las dudas técnicas	No se prueba la relación
	Formas de enfrentar el mantenimiento de equipos	No se prueba la relación

Trabaja el tema de género	Relacionado con:	Resultado de la prueba
	Disponibilidad de sitio Web	No se prueba la relación
	Cambio en tareas relacionadas con la Internet	No se prueba la relación

Como puede observarse, con base en los datos recopilados, no se puede asegurar que exista algún tipo de relación entre el número de mujeres que trabaja en la organización y los usos que estas hacen de la Internet. Tampoco se puede asegurar que las organizaciones que trabajan con género tengan usos diferentes de esta tecnología.

Es necesario tener claro que estas conclusiones se refieren a los datos recopilados por medio de la aplicación de la encuesta.

Esta prueba de relación entre variables permite vislumbrar cuáles factores están interrelacionados, de tal forma que puede ser muy útil para tomar acciones referentes a los aspectos a los que hay que prestar atención al incorporar la Internet en la organización y los que podrían ser posible indicadores para el seguimiento.

La Internet tiene la potencialidad de ofrecer múltiples ventajas a las organizaciones que la incorporan en su trabajo cotidiano. Estas pueden resultar en importantes beneficios para las poblaciones con las cuales trabajan, que es lo que finalmente se desea. Sin embargo, como podemos deducir de la discusión planteada hasta el momento, el proponerse utilizar eficiente y efectivamente esta herramienta implica muchos nuevos desafíos, mucha disposición a realizar los cambios pertinentes, necesarios y urgentes, para realmente lograr un impacto en el trabajo por la construcción de sociedad más justas y equitativas. Es también un reto importante el tratar de influir en la misma Internet para que en la red existan recursos y formas de utilizar esta herramienta acordes con las perspectivas de mundo, las necesidades, las virtudes y las dificultades de poblaciones como las nuestras.

6. La utilidad y las limitaciones de la encuesta como instrumento para valorar el impacto social de la Internet

Uno de los principales propósitos de esta investigación es descubrir y proponer marcos conceptuales, métodos, instrumentos y herramientas adecuados para la valoración del impacto de las nuevas tecnologías en las sociedades. Este apartado se escribe en tercera persona del plural, ya que por medio de las siguientes páginas, el equipo que ha trabajado en la investigación del impacto social de la Internet desea exponer la experiencia y las lecciones aprendidas con el uso de la encuesta para la investigación de este tema.

La Internet es un fenómeno relativamente nuevo pero que avanza a grandes velocidades y que va permeando todo el quehacer de los individuos, organizaciones, instituciones y países de la región. Es importante reflexionar sobre cómo analizarlo, cómo delimitar su análisis, con qué métodos abordarlo, qué tipo de instrumentos utilizar.

Si se hace una revisión de las posiciones existentes con respecto al uso de la encuesta como instrumento para la valoración del impacto de la Internet, encontramos dos posiciones:

- a. Quienes han utilizado la encuesta como instrumento base para la evaluación del impacto de la Internet. Si se analizan con detenimiento estas experiencias se observan algunas características: son encuestas principalmente descriptivas, por ejemplo, no proponen explicaciones o relaciones de causalidad que podrían ser resultado de un análisis cuantitativo. Además, las variables están enfocadas en los que se han llamado en esta investigación, los aspectos más evidente del proceso de adopción de la Internet.
- b. En el otro extremo se encuentran las posiciones que sustentan que el impacto social de las TIC no puede ser analizado en forma cuantitativa y que consideran que la encuesta que se centra en este tipo de análisis no es de gran utilidad para la valoración del impacto social de las nuevas tecnologías. Esta otra posición sostiene que hay que centrar el análisis del impacto de las TIC en las personas, como seres integrales y determinar en qué aspectos afectan su individualidad la adopción de esta

herramienta. Esta posición está sustentada por algunos integrantes del grupo somos telecentros y por la APC women.

6.1 Por qué escogimos este instrumento.

En este apartado trataremos de reflexionar sobre la utilidad y la utilización que le dimos a este instrumento dentro de esta investigación. En el caso de la evaluación del impacto social de la Internet en las organizaciones de la sociedad civil centroamericana, se ha utilizado la encuesta como *uno de los tres* recursos metodológicos que han conformado este trabajo. Existen algunas condiciones que sustentaron la decisión de utilizar este tipo de instrumento:

- a. El trabajo se centraba en las organizaciones de la sociedad civil centroamericana. No se tiene un dato exacto de cuántas son, ni de sus características principales pero se estiman alrededor de 2500. Es una población grande y en muchos casos difícil de ubicar.
- b. Por limitaciones de recursos se hacía imposible visitar una gran cantidad de organizaciones en toda la región y utilizar un acercamiento más a profundidad en una mayoría de ellas.
- c. Sin embargo, existía un interés explícito de tener un mayor acercamiento y una mejor comprensión general de cuál era la situación de la Internet en las organizaciones de la región.

Estas fueron las tres principales motivaciones que nos hicieron optar por la encuesta como uno de los recursos metodológicos.

6.2 Lo que aprendimos sobre el uso de este instrumento para valorar el impacto social de la Internet.

Sin embargo, consideramos que existen algunos aspectos sumamente importantes al utilizar este instrumento que determinaron el uso que se le dió en el marco de esta investigación:

- a. La encuesta tiene un alcance limitado.

Queda claro, a partir de la aplicación de este instrumento en nuestra investigación, que la encuesta tiene un alcance limitado en lo que se refiere a comprender los impactos y efectos que la Internet tiene en los diferentes ámbitos de la organización. Es difícil capturar por medio de este instrumento todos los cambios organizacionales, personales y las nuevas dinámicas que implica la adopción de esta nueva tecnología.

- b. La encuesta es básicamente descriptiva pero debe trascender el análisis de lo más evidente.

Desde el principio que se decidió aplicar este instrumento se partió del hecho de que su contribución sería principalmente a nivel descriptivo. No por limitaciones del instrumento en sí, sino porque así fue decidido en el caso de esta investigación concreta. Esta decisión se dio principalmente por los recursos disponibles existentes y por el interés de invertir esfuerzos en otras herramientas complementarias.

Se definió que la encuesta sería útil para analizar la tercera columna del marco teórico metodológico, es decir, lo que se han llamado en esta investigación, los resultados del proceso de adopción, y que ha sido lo que básicamente se ha valorado en otras encuestas.

Sin embargo, tratamos de extender un poco el uso de la encuesta hacia los efectos resultantes y a la influencia de la cultura organizacional. En este sentido, se trató de indagar a nivel descriptivo algunas de los efectos que la Internet ha tenido en los procesos de comunicación, información y servicios de la organización y de la situación

organizacional que podría influir en la adopción de la Internet. Consideramos que al incorporar estos elementos se ha trascendido lo que tradicionalmente se ha valorado en las encuestas de Internet. Más adelante hacemos una discusión de los indicadores y las preguntas que ilustran nuestra perspectiva en este sentido.

Otros aspecto que avanzamos en la utilización de un instrumento como la encuesta, y que aún no hemos encontrado en otra literatura referida a la evaluación del impacto de las Internet es un primer intento de relacionar variables para comprender como unas pueden estar influyendo en las otras.

c. La encuesta debe estar complementada con otros recursos metodológicos.

Si algo nos ha quedado claro durante el desarrollo de la investigación es *la necesidad de complementar las encuestas con otros instrumentos indagatorios*. Como se ha mencionado anteriormente, con el propósito de trascender lo descriptivo y de rescatar las nuevas dinámicas que la Internet implica se hace absolutamente necesario utilizar otros instrumentos de análisis. Esta es una de las principales recomendaciones que en términos metodológicos sobresaltaríamos del trabajo realizado durante esta investigación. En este caso, utilizamos los estudios de casos y el análisis de contexto como los dos recursos metodológicos que complementaron la encuesta. Esta complementareidad es, a nuestro criterio, indispensable e ineludible. (En nuestro caso la complementan el análisis de contextos y los estudios de caso a profundidad)

6.3 El diseño de la encuesta.

Como se dijo anteriormente, el diseño de la encuesta se basó principalmente en el marco teórico metodológico que habíamos construido anteriormente y que fue además lo primero que se trabajó. Se considera que haber utilizado como base el marco teórico-metodológico, permitió definir un tipo de indagación diferente a la tradicional y nos permitió enfocar en lo que se deseaba descubrir con este instrumento. El diseño de la encuesta puede observarse en el anexo 1. Se consideró importante incorporar los aspectos que podían ser valorados cuantitativamente. Nuevamente se hace necesario mencionar que este no es el único instrumento utilizado, sino que es complementado con otras dos indagaciones. Se incorporaron aspectos relacionados con los siguientes factores:

Factores independientes: Son los que condicionan la adopción de la tecnología.

- Factores estructurales: son los que se refieren a las características de la organización
- Factores tecnológicos: son los que se refieren al equipamiento del que dispone la organización.
- Factores humanos: son los que se refieren al recurso humano disponible y la capacitación técnica que estos tienen.

Factores dependientes: Son los que se modifican al adoptar la Internet.

- Factores organizacionales: son los que se refieren a los nuevos procesos de trabajo, perfiles laborales, políticas y procedimientos incorporados en la organización.
- Factores de cultura organizacional: se refieren a las nuevas capacidades, habilidades y visiones de mundo.
- Factores de uso: son los que se refieren a los servicios de la Internet que ofrecen y demandan las organizaciones.
- Factores valorativos: se trata de los beneficios, dificultades y perjuicios percibidos por las organizaciones.

También es necesario indicar que la encuesta tiene una parte en común y otra parte diferenciada, ya que se bifurca el instrumento para las organizaciones que tienen Internet y para las organizaciones que no disponen de esta herramienta.

6.4 Cómo planeamos la encuesta originalmente.

Nuestro propósito original al desarrollar esta encuesta fue diseñar una muestra que nos permitiera posteriormente inferir los resultados a una población mayor. Partimos de la base de datos Ceiba que contiene información de organizaciones de la sociedad civil centroamericana. Invertimos bastantes recursos en el diseño de la muestra, estratificando primero por país y posteriormente por temática de trabajo de la organización.

Como fue mencionado anteriormente, el diseño de la encuesta se realizó con base en el marco teórico metodológico, ya diseñado para este momento y considerando que esta sería útil para valorar la tercera columna (los resultados del proceso de adopción) y algunos aspectos de la segunda (cultura organizacional) y de la tercera (efectos del proceso de adopción de la Internet).

Una restricción planteada desde el principio y que se mantuvo a través de la aplicación fue que nos íbamos a basar en la percepción de la persona entrevistada. Nos resultaba imposible verificar las opiniones de quienes nos respondieran. Siempre tratamos de conversar con el director ejecutivo o con el responsable del área de comunicación de la organización, lo cual se cumplió en la mayoría de los casos.

6.5 Cómo la pudimos hacer en la realidad.

Cuando iniciamos la ejecución, nos dimos cuenta que la información existente en la base de datos no se encontraba actualizada. Nos fue imposible ubicar a más de la mitad de las organizaciones seleccionadas en la muestra. Fuimos tratando de hacer las sustituciones correspondientes para mantener la integridad de la misma pero se presentaban los mismos problemas con las que reemplazaban. Estábamos invirtiendo una grandísima cantidad de recursos en mantener la rigurosidad de la muestra y no se estaban obteniendo buenos resultados. A esta situación que se nos presentó con la información base de la que partimos, se le sumaba que la duración de la encuesta era de alrededor de 30 minutos, lo que estaba provocando un gran retraso en el tiempo programado para la misma. Así que tuvimos que tomar algunas decisiones que obligaron a reducir el alcance de la encuesta.

- Aplicamos la encuesta a las organizaciones que podíamos ubicar, hasta tratar de llegar a las 100, tratando de mantener la proporción por países de la muestra original.
- Ya no utilizaríamos únicamente la base de datos Ceiba, sino la referencia de una organización a otra (cuando terminábamos la encuesta en una organización le pedíamos las referencias de alguna otra).
- También utilizamos otros directorios organizacionales impresos e inclusive los directorios telefónicos de los países.

Esta decisión provocó las siguientes limitaciones:

- Los resultados que se obtienen de la encuesta únicamente son válidos para las organizaciones que participan en esta.
- No hay posibilidad de inferir hacia poblaciones mayores.
- Debido a la decisión que tuvimos que tomar al final, de buscar las organizaciones que fuera factible ubicar, el total de organizaciones entrevistadas ya no correspondía a las características de la muestra inicial. Se trató de respetar la proporción por países, pero no se logró del todo. En lo referente a la estratificación por área temática, finalmente no se aplicó y se incorporaron organizaciones que trabajaban en otras áreas.
- Sin embargo, por la decisión inicial de priorizar ciertas áreas temáticas, las organizaciones que quedaron seleccionadas trabajaban principalmente en los temas de medio ambiente, género, juventud, niñez y adolescencia.

Una de las principales conclusiones a las que llegamos con respecto a la utilización de la encuesta es lo fundamental que son los datos base y la poca existencia en la región de información sobre las organizaciones de la sociedad civil y sus características. Sin embargo, también pudimos palpar la movilidad que tienen estas organizaciones, ya que hicimos una segunda encuesta para el análisis de los contextos de esta misma investigación, con las mismas organizaciones que participaron en esta primera encuesta, y ya varias de ellas habían cambiado de dirección o no se podían ubicar. Igualmente varias de las personas que contactamos originalmente ya no se encontraban laborando en las mismas organizaciones.

Otro de los aspectos importantes de destacar fue la dificultad de utilizar el correo electrónico para la aplicación de este tipo de instrumento. En un principio pensamos en la posibilidad de utilizar este medio de comunicación, sin embargo, en las pruebas iniciales no recibimos respuesta por parte de las organizaciones. Por este motivo se decidió hacer la encuesta telefónicamente. También es necesario tener claro que debido a que finalmente decidimos hacer la encuesta por medios telefónicos, el machote no estaba diseñado para correo electrónico. Sin embargo, consideramos que los instrumentos largos como el que utilizamos en esta ocasión no pueden ser provistos por medio de correo.

6.6 Lo que nos ha permitido la encuesta.

A pesar de todas las dificultades con las que nos enfrentamos en la aplicación de este instrumento, la encuesta nos ha permitido adelantar en lo siguiente:

- Aunque tenemos claro que las conclusiones son válidas únicamente para estas 102 organizaciones encuestadas, su análisis nos permite tener una idea general inicial de lo que está sucediendo con esta tecnología en las organizaciones de la región.
- El análisis de los datos generados por la encuesta ha permitido elaborar un nuevo marco conceptual que hemos llamado “los tres niveles de retos de las organizaciones frente a la Internet”.
- Con su diseño y aplicación hemos podido afinar algunos indicadores cuantitativos y relaciones entre variables que permiten probar hipótesis y que pueden ser insumo para nuevos trabajos en este tema en la región.

6.7 El análisis del instrumento que utilizamos.

Como parte del aporte de esta investigación deseábamos hacer un análisis con respecto al instrumento que utilizamos, específicamente relacionado con los indicadores en cada una de las categorías, la utilidad que tuvieron y algunas observaciones relacionadas con su funcionamiento. Creemos importante destacar la mezcla que se hizo en este instrumento de indicadores tradicionales con indicadores no tradicionales para este tipo de estudio. También, como se puede ver a continuación hacemos reflexiones con respecto a la necesidad de afinar y mejorar algunos de estos indicadores.

Indicador	Utilidad	Observaciones
Ubicación de la Organización		
Nombre de la organización	Fundamental	Identifica y ubica
País	Fundamental	Constituía el primer estrato de la muestra
Area temática	Fundamental	Constituía el segundo estrato de la muestra.
Características del entrevistado		
Nombre de la persona	Fundamental	Sobre todo se utilizó para una segunda ubicación de la persona
Tipo de contacto	No necesario	Casi siempre fue telefónico

Sexo	No lo utilizamos	
Edad	No lo utilizamos	
Puesto que ocupa	Importante	Nos permitió definir quién estaba contestando el cuestionario y creemos que el puesto determinó en cierta medida las respuestas obtenidas.
Utilización personal de Internet	Importante	Igualmente consideramos que el uso y la percepción de la Internet por parte de la persona que respondió influyó en las respuestas.
Caracterización del personal		
Principales funciones de la org.	Importante	Nos permitió ubicar a grandes rasgos el ámbito de trabajo de la organización.
Núm. de empleados permanentes	Fundamental	Fue un indicador base para la conformación de varias hipótesis.
Núm. de empleados temporales	Importante pero no fue útil	Pretendíamos valorar la influencia de los empleados temporales (casi siempre voluntarios extranjeros) en el uso de la Internet. Pero los datos recolectados no fueron significativos, (es decir, se reportaron muy pocos empleados temporales en las organizaciones).
Porc. de empleados profesionales	Importante pero no fue útil.	Pretendíamos valorar la influencia de los profesionales en el uso de la Internet. Sin embargo los datos recolectados no fueron significativos porque la cantidad de profesionales es muy grande en todas las organizaciones y entonces no representa una diferencia.
Porc. de empleados extranjeros	No fue determinante.	La incorporamos originalmente considerando que era un factor que influyó mucho en el uso de la Internet pero no se reportaron muchos extranjeros laborando en las organizaciones.

Indicador	Utilidad	Observaciones
Porc. de empleados mujeres	Fundamental	En la encuesta tenemos pocos análisis con respecto a la situación de las mujeres. Esta variables nos permite obtener algunos hallazgos al respecto.
Caracterización de la población que atiende		
Tipo de población a la que atiende	Importante pero la diseñáramos mejor.	Nos permitió comprender mejor la dinámica de la organización, aunque no lo incorporamos como parte del análisis cuantitativo. La diseñáramos mejor la próxima vez para comprender mejor si se refiere a individuos, organizaciones, redes u otros.
Area geográfica en la que trabaja	Fundamental	Nos permite analizar la hipótesis de la relación entre el área geográfica y el uso de la Internet.
Total de la población	Importante pero no fue útil	En varias ocasiones las organizaciones no tenían muy claro la población total a la que atienden.
Población utiliza Internet	Muy útil	Nos permitió comprender mejor el rol de intermediación de las organizaciones de la sociedad civil entre los beneficios de la Internet y las poblaciones con las que estas trabajan.
Programas y proyectos		
Núm de programas, dptos y unidades	Util pero difícil de utilizar	No todas las organizaciones se dividen de la misma manera, entonces nos da un dato heterogéneo que es difícil comparar
Número de proyectos	Muy útil	Es más estandarizado en todas las organizaciones que el indicador anterior, nos sirvió como variable comparativa.
Areas temáticas en las que trabajan	Muy útil	Era uno de los subestratos y pudimos analizar la combinación de sectores
Número y ubicación de los donantes	Util pero no la pudimos utilizar	El dato es muy heterogeneo, en la próxima habría que profundizar más en información sobre los donantes si se quiere utilizar esta variable.
Caracterización del Uso de la Internet		
Uso de la Internet	Fundamental	Se comprendió la Internet como los servicios de Web y el correo electrónico. Nos permite comprender el nivel de uso de la Internet en las OSC.

Indicador	Utilidad	Observaciones
Tiempo de utilización del correo	Fundamental	Nos da una idea clara del acceso y uso de la Internet en las organizaciones.
Porcentaje de empleados que lo usan	Fundamental	
Tiempo de uso del Web	Fundamental	
Porcentaje de empleados que lo usan	Fundamental	
Nueva capacidad institucional		
Personas a cargo exclusivamente de tareas de la Internet	Fundamental	Nos da una idea clara de cómo se enfrentan las nuevas tareas que la Internet implica en la organización.
Nuevo personal contratado para tareas de Internet	Fundamental	
Cambio de tareas en el personal	Fundamental	
Capacitación al personal de la org.	Fundamental pero no nos fué tan útil	No tenemos claro por qué pero no nos dió datos relevantes y que se contradicen con lo recopilado en los estudios de caso
Porcentaje de personal capacitado	Fundamental pero no nos fué tan útil	
Tipo de capacitación recibida	Fundamental pero no nos fue tan útil.	El resultado que nos arroja este dato contradice los estudios de caso realizados donde la mayoría del personal de estas organizaciones aprende solo con la misma práctica en la org. o por medio del apoyo de los otros compañeros. Los datos de la encuesta indican que en general se recibe capacitación formal
Establecimiento de lineamientos o procedimientos de trabajo	Muy útil	Nos clarifica el poco desarrollo de lineamientos y políticas sobre la comunicación electrónica que se da en las organizaciones.
Diferencia entre el uso en el área administrativa y el área programática.	Útil	Nos fue muy importante para descubrir una diferencia importante entre el uso en el área administrativa y el área programática.
Infraestructura instalada en la organización		
Total de computadoras	Fundamental	Necesario para tener información con respecto a la conectividad dentro de la organización y para comprender las dinámicas organizacionales que Internet genera a partir de las posibilidades de acceso que tienen su personal
Total de computadoras con acceso a la Internet	Fundamental	
Total de personas con acceso directo a la Internet	Fundamental	
Total de personas con acceso indirecto a la Internet	Fundamental	
Tipo de conexión	Fundamental	
Porcentaje de Pentium o más	Inútil	Será mejor descubrir otros indicadores para valorar la calidad del equipo disponible.
Porcentaje de máquinas con menos de 32 megas	Inútil	Se tienen que buscar mejores indicadores para valorar calidad del equipo.
Porcentaje de máquinas que duran más de 3 minutos bajando una página	Inútil	

Indicador	Utilidad	Observaciones
Formas de enfrentar las dudas técnicas de los usuarios	Excelente indicador.	Estos tres indicadores nos revelan muy bien la capacidad instalada de la organización y nos permite comprender la relación entre la organización y los servicios técnicos que se ofrecen y las estrategias a que se recurren.
Formas de enfrentar la configuración de equipos	Excelente indicador.	
Formas de enfrentar la reparación de maquinaria	Excelente indicador.	
Porcentaje de los egresos que se dedican a la com. organizacional	Util pero no hay información	Las organizaciones tienen muy pocas estimaciones de este dato.
Actividad más cara de los recursos que se destinan a la comunicación electrónica	Util	Creemos que no se valoran claramente otros gastos e inversiones que se realizan al incorporar la Internet como cambios organizacionales, reestructuración de tareas, etc y se percibe solamente la conexión como un gasto o inversión en esta área.
Porcentaje de los proyectos que tienen algún componente de comunicación electrónica.	Importante pero no tan útil	La información recopilada no nos permitió sacar ninguna conclusión
Servicios de la Internet que se utilizan		
Prioridad de uso de los servicios de la Internet	Fundamental	Nos permitió categorizar los servicios de la Internet. Creemos que pudimos haber incluido otros (p.e: referencias de sitios por correo) o mejorar la definición de los que utilizamos (p.e: listas electrónicas internas).
Disponibilidad de sitio organizacional	Fundamental	Nos permite comprender la magnitud de organizaciones que utilizan este servicio.
Frecuencia de actualización	Fundamental	Nos permite conocer el tipo de atención que se le da al sitio de la organización.
Tipo de responsable del diseño del sitio	Fundamental	
Tipo de responsable del montaje del sitio	Fundamental	
Tipo de responsable del mantenimiento del sitio	Fundamental	
Tipo de razones por las que no se dispone de sitio	Fundamental	Nos permiten obtener una valoración de la percepción de los sitios WEB que tienen las organizaciones que no utilizan este servicio.
Opinión sobre posible beneficio para la organización de tener un sitio	Fundamental	
Oferta de servicios en Internet para la población meta	Util	La respuesta cerrada fue útil pero deberíamos haber mejorado la conducción de los ejemplos.

Indicador	Utilidad	Observaciones
Preguntas abiertas Organizaciones con Internet		
Tipos de dificultades presentadas para hacer uso de la Internet	Muy útil	Nos clarifica la visión de la Internet para las organizaciones que utilizan la Internet y nos permite la comparación org. con Internet y sin Internet.
Tipos de beneficios obtenidos	Muy útil	
Tipos de perjuicios provocados	Muy útil	
Cambios en los productos y servicios ofrecidos a la población meta	Fundamental pero mal utilizado.	La pregunta no estaba clara y se repitieron aspectos ya mencionados anteriormente
Cambios en la comunicación con entes externos	Muy útil	Se hicieron dos preguntas en una y entonces perdimos claridad pero las dos fueron muy útiles para comprender la nueva dinámica de la comunicación externa.
Tipos de relaciones externas desarrolladas a partir del uso de la Internet	Muy útil	
Cambios en la comunicación interna	Muy útil	Nos clarificó los pocos cambios en la comunicación interna que la Internet produce
Tipo de información que se busca	Muy útil pero mal utilizada	La pregunta no estaba clara y se repitieron aspectos ya mencionados anteriormente. Se hicieron dos preguntas en una y esto confundió.
Cambios producidos por esta información	Mal diseñada	Estas preguntas quedaron mal diseñada, no logramos obtener la información que queríamos.
Nuevos servicios utilizados por la organización.	Mal diseñada	
Preguntas abiertas organizaciones que no usan Internet		
Principales motivos para no utilizar Internet	Fundamental	Nos clarifica la visión de la Internet para las organizaciones que no lo utilizan y nos permite la comparación org. con Internet y sin Internet.
Aspectos en los que se podrían beneficiar la organización al incorporarla	Fundamental	
Aspectos en los que se perjudicaría la organización al incorporarla	Fundamental	
Tipos de cambios organizacionales	Fundamental	

Para no extender más el documento no vamos a detallar el proceso utilizado para el procesamiento de los datos. Esta información la hemos incorporado en el anexo 2, con el propósito de que sea consultada en caso de que se tenga interés específico en este punto.

Probablemente si tuviéramos que rehacer la encuesta, después de esta experiencia, la diseñaríamos distinta, sobre todo la basaríamos más en los tres retos organizacionales, descubiertos a partir del análisis de la misma. Pero estamos claras que el nuevo diseño partiría de los hallazgos proporcionados por la aplicación de este primer instrumento, es decir, que sería un nuevo paso después de una experiencia inicial.

7. Anexos

7.1 Anexo 1: Diseño de la encuesta

7.2 Anexo 2: Cómo procesamos los datos.

A continuación explicamos los pasos que seguimos para procesar los datos de la encuesta:

Codificación de las preguntas

a. Como primer paso en el procesamiento de los datos, requerimos asignarle un código numérico a todas las respuestas posibles en las encuestas. A cada opción de respuesta le asignamos un número con el fin de facilitar la tabulación de los datos.

Para lograr lo anterior fue necesario que hiciéramos distinción entre los tres tipos de preguntas que habíamos aplicado en la encuesta, las cerradas, las abiertas y las que hemos llamado para nuestros efectos, directas:

Preguntas Abiertas: en este caso leímos detenidamente todas las encuestas con el propósito de obtener los elementos comunes de cada respuesta en todas las encuestas. Una vez que identificamos los tipos de respuestas, hicimos una lista de ellas y les asignamos un código numérico a cada una.

Por ejemplo, cuando preguntamos por los principales motivos por los cuales la organización no cuenta con un sitio en Internet, las respuestas que dieron el conjunto de organizaciones fueron: costo económico, no es necesario / no es prioritario, falta de tiempo, falta de personal, falta de conocimiento o capacitación, problemas técnicos de conexión o de infraestructura en Telecomunicaciones, falta de equipo o de infraestructura adecuada, falta de visión o de interés de la Junta Directiva, ninguno y no responde

Al tener identificadas todas las posibles respuestas, le relacionamos a cada una un número:

1. Costo económico
2. No es necesario / no es prioritario
3. Falta de tiempo, falta de personal
4. Falta de conocimiento o capacitación
5. Problemas técnicos de conexión o de infraestructura en Telecomunicaciones
6. Falta de equipo o de infraestructura adecuada
7. Falta de visión o de interés de la Junta Directiva
8. Ninguno
9. No responde

Preguntas Cerradas: En el caso de las preguntas cerradas sólo requerimos determinar el número con el que representaríamos cada opción de respuesta previamente sugerida en la encuesta.

Por ejemplo cuando preguntamos si la organización utilizaba el correo electrónico o la navegación en Internet, no fue necesario revisar todas las encuestas para conocer las opciones de respuestas porque éstas (Si y No) ya eran dadas. Sólo le determinamos 1 para Si y 2 para No.

Preguntas directas: Otras preguntas indican datos directos, como por ejemplo número de empleados temporales, porcentaje de empleados que son profesionales, etc. En estos casos, no realizamos ninguna codificación pues las respuestas generaban un número directamente. Al finalizar el proceso de análisis de los datos, nos dimos cuenta que en realidad no era necesario hacer la distinción entre preguntas directas y abiertas, porque consideramos que las directas podrían haberse procesado de la misma forma que las abiertas y ser parte de ellas, creando rangos para ubicar los números o porcentajes indicados desde la codificación y no esperar hasta crear las tablas para hacerlo (ver punto 3).

b. Posteriormente, elaboramos una tabla que titulamos “Guía de Codificación” dividida en “Guía de Codificación para preguntas abiertas” y “Guía de Codificación para preguntas cerradas y directas”, las cuales contienen todas las preguntas con sus opciones de respuestas posibles ya codificadas.

c. Finalmente, volvimos a revisar las encuestas una por una, para registrar el código o los códigos correspondientes a cada respuesta.

Tabulación

Una vez que terminamos la codificación procedimos a tabular. Construimos una tabla en Excel que contiene los códigos de todas las encuestas, le asignamos una columna a cada pregunta y una fila a cada

encuesta, de tal forma que pudiéramos registrar las respuestas de cada organización de forma horizontal (por filas).

Por ejemplo, a continuación mostramos la tabulación -para el caso de las encuestas número 3, 4, 9, 13, 16, 17 y 18- de tres preguntas, una cerrada (utilización de correo electrónico o Internet) , una abierta (principales motivos por los cuales la organización no cuenta con un sitio en Internet) y una directa (número de empleados temporales en la organización):

Encuesta #	Utilización de correo-e o Internet	Motivos no Internet	Empleados temporales
3	1	1,2	10
4	1	3	17
9	1	4	0
13	1	1,5,3,6	nr
16	1	1	3
17	1	2	0
18	1	4,3	38

Para completar esta tabla, consultamos nuevamente la encuesta, tomamos los códigos que ya le habíamos asignado a cada respuesta y los anotamos en la celda de Excel correspondiente.

Preguntas Abiertas: En el caso de las preguntas abiertas, las respuestas podían ser múltiples, por lo que anotamos varios códigos numéricos en una sola celda, tal y como se demuestra en las encuestas 3, 13 y 18 de nuestro ejemplo.

Preguntas Cerradas: En las columnas de las preguntas cerradas registramos un sólo código, ya que sólo había una opción de respuesta.

Preguntas Directas: Si se trataba de una respuesta directa anotamos el número suministrado por la persona encuestada.

Tanto este proceso como el anterior requirió que revisáramos con detenimiento cada encuesta para ordenar y registrar la información de forma correcta.

Presentación de los resultados en tablas

El paso siguiente consistió en procesar la tabulación para presentar los resultados de una forma más sistemática y clara. Tanto para las preguntas abiertas como para las cerradas seguimos el mismo procedimiento. Elaboramos una tabla para visualizar las respuestas de cada una de las preguntas, en cuyas columnas anotamos las opciones posibles de respuestas para cada país centroamericano, una fila por país. Para lograrlo fue necesario que consultáramos las Guías de Codificación (ver punto 1) para incluir todas las respuestas posibles.

Por ejemplo, para presentar los resultados de las cuatro primeras respuestas de la interrogante: “los principales motivos por los cuales la organización no cuenta con un sitio en Internet”, construimos la siguiente tabla:

País	Motivos			
	Costo económico	No necesario/no prioridad	Falta tiempo/falta personal	Falta conoc./capacitación
Costa Rica	7	7	3	0
Guatemala	3	1	0	0
El Salvador	1	0	0	0
Honduras	6	0	1	1
Nicaragua	0	0	0	0
Panamá	3	0	1	2

En esta tabla totalizamos las organizaciones por país que dieron una u otra respuesta. Basándonos en la información de la tabulación, contamos el número de organizaciones que tenían asignado el código número 1, número 2, etc. y ubicamos el total resultante (para cada código) en la opción de respuesta correspondiente. En el caso de las preguntas abiertas una misma organización puede tener registrados varios códigos lo que significa que contabilizamos la misma organización en varias opciones de respuesta (columnas). En el caso de las preguntas cerradas sólo existe un código por organización, por lo tanto incluimos a ésta en una sola respuesta (columna).

El procedimiento cambia cuando se trata de respuestas directas, pues para ellas creamos rangos en los cuales ubicar los datos o porcentajes indicados. Por ejemplo para el caso de “Número de empleados actuales temporales” definimos los rangos que se muestran en la siguiente tabla:

País	Empleados temporales						
	Entre 1 y 5	Entre 6 y 10	Entre 11 y 20	Entre 21 y 30	Entre 31 y 40	Más de 40	Ninguno
Costa Rica	4	4	3	2	3	0	12
Guatemala	5	3	0	0	1	2	5
El Salvador	3	3	0	0	0	0	2
Honduras	8	2	1	1	0	1	6
Nicaragua	3	3	0	0	0	0	2
Panamá	1	1	0	0	0	0	4

Posteriormente les agregamos a la tabla una columna con el número total de encuestas realizadas por país y una fila con la sumatoria de las organizaciones que optaron por cada respuesta. Esto con el objetivo de transformar en porcentajes los resultados e indicar qué porcentaje del total de las organizaciones encuestadas daban una u otra respuesta tanto por país como para el conjunto de todas las organizaciones, como se demuestra en el ejemplo:

País	Total de Encuestas	Motivos							
		Costo económico		No necesario/no prioridad		Falta tiempo/falta personal		Falta conoc./capacitación	
		Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Costa Rica	12	7	58,33	7	58,33	3	25,00	0	0,00
Guatemala	3	3	100,00	1	33,33	0	0,00	0	0,00
El Salvador	1	1	100,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Honduras	7	6	85,71	0	0,00	1	14,29	1	14,29
Nicaragua	0	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Panamá	3	3	100,00	0	0,00	1	33,33	2	66,67
TOTAL	26	20	76,92	8	30,77	5	19,23	3	11,54

Graficación de los resultados

Presentar los resultados gráficamente fue nuestra siguiente labor. Escogimos las preguntas que más nos interesaban resaltar gráficamente, luego construimos para cada una de ellas, tablas resúmenes con los porcentajes totales de organizaciones para cada opción de respuesta, es decir sin hacer diferenciación entre países.

En el caso de nuestro ejemplo, la tabla resumen que elaboramos como base para graficar fue:

Motivos	Porcentaje total de organizaciones
Costo económico	76,92
No necesario, no prioridad	30,77
Falta tiempo, falta personal	19,23
Falta conocimiento, capacitación	11,54

A partir de esta nueva tabla construimos gráficos de barras (en Excel) para representar los resultados. Tanto para preguntas abiertas como para las cerradas el procedimiento en la elaboración de gráficos fue el mismo.

Luego clasificamos los gráficos de acuerdo a la referencia que hacen en cuanto a los tres retos que tienen las organizaciones frente a Internet a saber, el acceso, el uso y la apropiación (*poner referencia*).

Análisis de los gráficos

Una quinta etapa consistió en escribir un documento de análisis de los gráficos. En este documento describimos el comportamiento de las variables graficadas, es decir el comportamiento de la información suministrada por las organizaciones, con el objetivo de llegar a conclusiones sobre el impacto de Internet en sus diferentes dimensiones.

Con base en este análisis escribimos el reporte titulado: “La Internet, un gran desafío para las organizaciones de la sociedad civil centroamericana” (*poner referencia*) que presenta los principales hallazgos de la encuesta al margen de los tres retos organizacionales frente a esta herramienta.

Prueba de hipótesis

Como proceso adicional al análisis de los datos, decidimos probar algunas hipótesis. Con este objetivo en mente llevamos a cabo los siguientes pasos:

a. Definición de hipótesis o variables a relacionar

Con el propósito de profundizar en el análisis de la información, decidimos relacionar los resultados de una interrogante con los de otra y así determinar si una afectaba a la otra. Escogimos aquellas variables que creímos podrían influir sobre alguna otra o aquellas que nos parecieron importantes de procesar no porque se visualizara alguna relación entre ellas, sino porque queríamos probar si esta existía. Finalmente, determinamos someter a prueba 19 hipótesis.

b. Nueva codificación de las variables a relacionar

Para la mayoría de las variables utilizamos la misma codificación que habíamos definido inicialmente, solo en un caso tuvimos que volver a asignarle un código numérico a las respuestas para hacer más fácil su tabulación.

c. Relacionar variables (análisis)

Para relacionar las variables no fue necesario que volviéramos a tabular. Nuestra tarea a este nivel consistió en copiar la tabulación (que ya habíamos montado antes) de aquellas preguntas a relacionar, una al lado de la otra para facilitar la comparación de los datos.

Luego definimos todos los cruces posibles entre las dos variables, relacionando cada respuesta de la primera variable con cada una de la segunda y contamos el número de organizaciones que se ubicaban en cada cruce.

Por ejemplo, para conocer si las organizaciones que tenían sitio Web habían contratado más personal para realizar tareas en Internet, definimos cuatro escenarios: uno constituido por las organizaciones que tienen sitio y que han contratado nuevo personal, otro por las organizaciones que no tienen sitio pero que han contratado nuevo personal, un tercero constituido por organizaciones que tienen sitio y que no han contratado nuevo personal y el último por organizaciones que no tienen sitio y que no han contratado nuevo personal.

d. Construcción de tablas de resultados

Creamos tablas ubicando verticalmente (por columnas) las respuestas de una variable y horizontalmente (por filas) las de otra, de tal forma que lográramos presentar la cantidad de organizaciones que se ubicaban en cada uno de los cruces o escenarios.

Posteriormente transformamos esas cantidades en porcentajes para determinar más fácilmente los cambios entre un escenario y otro y para simplificar el análisis. Como resultado, en el caso de nuestro ejemplo anterior, obtuvimos la siguiente tabla:

	Sí nuevo personal		No nuevo personal	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Tienen sitio	7	77,78	28	41,79
No tienen sitio	2	22,22	39	58,21
Total	9	100,00	67	100,00

e. Análisis de los resultados

Finalmente, describimos el comportamiento de los resultados y determinamos si a través de estos podíamos probar o rechazar la hipótesis planteada inicialmente. En algunos casos encontramos que una variable influía sobre la otra pero en otros no encontramos evidencias suficientes para afirmar la existencia de alguna relación.

7.3 Anexo 3: Gráficos resultantes de la encuesta.

7.4 Anexo 4: Tablas resultantes de la encuesta.

7.5 Anexo 5: Pruebas de relación entre variables.

7.6 Anexo 6: Diseño original de la muestra