

“Caracterización de la Responsabilidad Social de las Pymes en Venezuela”

Dra. Ana María Rusque

El tema de la R.S.E que articula la sociedad y la empresas es un asunto de enorme vigencia en Venezuela hoy, no solamente porque nos plantea desafíos globales y regionales, como son destacar el papel del empresario en la sociedad involucrando cada vez más los llamados grupos de interés, asumiendo liderazgos, escuchando al consumidor y avanzando en el cumplimiento de las regulaciones, dando así la oportunidad de vincular a las empresas en su contexto, tendiendo un puente entre estas y las necesidades de las comunidades.

Es así como las Empresas desarrollan diversidad de acciones de responsabilidad social respecto de los principales grupos de interés con que se vinculan: trabajadores, clientes, proveedores y comunidades donde se insertan.

Este tema no es algo novedoso en el mundo empresarial, aunque los últimos diez años ha ido adquiriendo una nueva cara por el interés que conlleva una gestión cuidadosa que supere lo filantrópico y lo anecdótico.

Se trata de crear sinergias que aumenten el bien común a corto y largo plazo, en armonía con el entorno y los intereses comunes tanto tácitos como explícitos.

Es practicar y fomentar el comportamiento ético y en especial como influimos sobre los otros a través del lenguaje y las narraciones. Por otra parte el clima político del país, como contexto no se puede considerar como propicio al fortalecimiento de las empresas. Nos interesa conocer ¿Qué están haciendo los pequeños empresarios en relación a la RSE de sus empresas? ¿Pymes que generan puestos de trabajo, son a la vez promotores de riqueza social? ¿Cuál es la función de los empresarios de pymes en el contexto político del país? ¿Pueden desarrollar programas de RS más allá de cumplir con la legislación vigente?

¿Qué es una PYME y cuál es la RSE que desarrollan en este momento en el país?

Siendo nuestro objeto de estudio las pequeñas y medianas empresas (PyMES) lo primero es aclarar esta definición, tanto como el concepto de RSE y así determinar nuestro objeto de estudio.

Qué es la responsabilidad social?

Es crear sinergias que conduzcan a aumentar el bien común a corto y largo plazo, en armonía con el entorno y los intereses comunes e individuales tanto tácitos como explícitos.

¿Qué es la responsabilidad social de las empresas?

- Es practicar y fomentar el comportamiento ético y en especial hacernos cargo de las diversas formas en que influimos sobre los otros y sobre el medio ambiente.
- Es distinto que la responsabilidad legal: es decir no es un logro de la RS cumplir con las leyes. Este es un componente básico del comportamiento social y el mínimo para entrar al juego de las empresas responsables.

Definición de pequeña y mediana empresa

No existe un consenso en la comunidad académica sobre una definición de pequeña y mediana empresa. Hay algunos criterios compartidos con respecto a la distinción siendo el más usual el número de trabajadores de la organización. No obstante, cada país tiene parámetros distintos y las discrepancias que aumentan si los países pertenecen al grupo de los desarrollados o a los denominados países emergentes. Según Zevallos (1999):

“...en el mundo desarrollado, la definición de gran empresa está asociada básicamente a niveles superiores a los 500 trabajadores, mientras que en los países de A. L. tal especificación está dada por niveles mucho menores (que oscilan entre 60 y 500 trabajadores).” (p. 4)

Para el caso venezolano, la estratificación por ocupación es elaborada por la Oficina Central de Estadística e Informática (OCEI) trabaja con cuatro estratos:

- ✓ **Gran industria:** personal ocupado, más de 100 trabajadores;
- ✓ **Mediana Industria Superior:** personal ocupado, entre 51 y 100 trabajadores;
- ✓ **Mediana Industria Inferior:** personal ocupado, entre 21 y 50 trabajadores;
- ✓ **Pequeña Industria:** personal ocupado, entre 5 y 20 trabajadores.

En la actualidad la estratificación y las mediciones en el país sólo abarcan a las empresas del sector industrial, excluyendo el sector servicio y agrícola.

Para un grupo de países, las definiciones de pequeñas y medianas empresas son las siguientes:

[Organizaciones, sistemas, entorno y lenguaje: las organizaciones como sistemas conversacionales abiertos.](#)

Desarrollamos ahora el conjunto de proposiciones teóricas que nos permitan “leer” el fenómeno de estudio, desde las opciones conceptuales y metodológicas que hemos asumido para esta investigación. Para ello hemos utilizado los aportes que han venido desarrollando autores como Rafael

Echeverría, Fernando Flores, Niklas Luhmann, en el campo de las organizaciones-, Víctor Córdova, Humberto Maturana, en el campo de la teoría del caos y de los enfoques cualitativos propuestos por ellos para entender la organización. Buscamos dotarnos de un modelo que posibilite relacionar las construcciones de sentido en las pequeñas y medianas empresas con sus implicaciones en las formulaciones de gestión, su desempeño en la RSE, las formas particulares de actuar de los empresarios y actores involucrados.

Con esta intención, hemos desarrollado el contenido en dos secciones:

La primera sección nos remite al papel del lenguaje como acción. Desde nuestro enfoque entendemos al lenguaje, como acciones de gestión, encaminadas a lograr las actividades de la organización. Observamos el papel de estructuras coherentes de lenguaje que desarrollan sentidos sobre los dominios de gestión. A estas estructuras las hemos denominado narrativas.

En la segunda sección desarrollamos la idea de las narrativas organizacionales como sistemas de acción que se encuentran en un entorno altamente complejo y en donde se despliegan ricas interrelaciones entre narrativas y entorno.

1.-El papel del lenguaje como acción organizacional

Según Heráclito, el *logos*, la palabra es el fundamento del universo y esta concepción heraclitana ve al lenguaje como activo transformador del mundo y fuente primordial de organización.

En efecto, tomamos en este trabajo al lenguaje como la principal estructura capaz de generar organización en las empresas. Asumimos los planteamientos de la ontología del lenguaje de Rafael Echeverría, que postulan al lenguaje no sólo como pasivo y descriptivo, sino, además, con un papel activo y generativo. Es decir, se reconoce que a través del lenguaje, de su utilización, se producen resultados, hechos, que de otra manera no hubiesen ocurrido.

En el enfoque tradicional, el lenguaje era considerado como un instrumento para describir lo que percibíamos, lo que sentíamos o lo que pensábamos. Las palabras se encargaban de describir, expresar, comunicar lo que previamente observábamos. Pero no se modificaba en absoluto la realidad. Simplemente se le nombraba: la acción y la palabra eran cosas distintas. Echeverría (2000, p. 57-58) señala sobre ello lo siguiente:

“El lenguaje (...) es acción. A través de él generamos nuevos objetos y productos, transformamos el mundo, abrimos y cerramos posibilidades, construimos futuros diferentes. A través de él también vamos construyendo nuestras identidades, sean éstas tanto individuales como colectivas. Lo que decimos, lo que callamos, va progresivamente contribuyendo a definir cómo somos percibidos por los demás y por nosotros mismos”...

El lenguaje es el principal medio por el cual se logra la gestión en las empresas. Con él los empresarios, los gerentes, dirigen, motivan, instruyen, corrigen, en fin organizan. La palabra es el principio capaz de conferir organización.

Pero el lenguaje, como generativo de la realidad, no sólo es "apalabramiento". Es un entramado entre el hablar y el escuchar. Por tanto, es la comunicación la que genera la acción. Estamos hablando de las conversaciones. Desde los nuevos enfoques entendemos que el lenguaje tiene capacidad para modificar las acciones, crear hechos nuevos, generar lo inédito, lo que sin su intervención no se hubiese logrado. Cuando un empresario declara que la estructura de la organización va a ser de una determinada manera y que tal persona va a depender de esta otra, hasta ese momento esa realidad no existía, no tenía validez, pero a partir del momento en que el empresario la nombró ella tiene vigencia. Por tanto, no se está describiendo la realidad, lo que ya existe y dando palabras, sino que en verdad a través de estas palabras se está generando la realidad. "Las conversaciones son los componentes efectivos de las interacciones lingüísticas – unidades básicas del lenguaje. Por lo tanto, cada vez que nos ocupamos del lenguaje estamos tratando, directa o indirectamente, con conversaciones" (Echeverría: 1998, p. 229)

Desde esta perspectiva, entonces, podemos ver a las organizaciones como

"... unidades construidas a partir de conversaciones específicas, que están basadas en la capacidad de los seres humanos para efectuar compromisos mutuos cuando se comunican entre sí" (op. cit: id, p. 259)

Ello implicaría cuatro características que descubrirían la estructura de las organizaciones desde un enfoque lingüístico, a saber:

a.-Las unidades que conforman la organización y la organización están definidas en función de sus límites. Los límites nos permiten distinguir entre quienes pertenecen a la organización o a la unidad y quiénes no. El criterio que define la adscripción a la unidad o a la organización es netamente lingüística, es una declaración por la cual la persona es reconocida como miembro de la unidad o de la organización.

b.-Las organizaciones son redes estables de compromisos mutuos entre los miembros sobre el desarrollo de sus acciones. La estructura de una organización no sería más que el conjunto de obligaciones y responsabilidades armonizados por las redes de compromisos.

c.-Las acciones de los miembros de las organizaciones se articulan en función de un 'trasfondo compartido' a la que denominamos "cultura organizacional". Ella permite reducir la incertidumbre en torno a la realización eficiente y adecuada del desempeño, es decir, fija los estándares mínimos de desempeño y los procedimientos adecuados para la ejecución de las acciones en el contexto de la organización.

d.-Igualmente, las organizaciones, como unidades lingüísticas, realizan producciones de visiones compartidas, que facilitan la elaboración, por parte de sus miembros, de visiones individuales sobre las condiciones de posibilidad de la praxis de la organización así como de orientaciones hacia la realización de

estados ideales futuros. Las visiones son desarrolladas a través de narraciones sobre la historia común, que denota la identidad de la organización. Estas narrativas son fuertes medios que facilitan los compromisos colectivos para la realización de esas visiones. Es más, posibilitan metas comunes en los miembros de la organización, a lo que se ha denominado “acuerdos de dirección”.

2.-El papel de las narrativas como articulación organizacional

Hemos señalado anteriormente, siguiendo a Echeverría, que las narrativas son poderosas herramientas para otorgar sentido a las acciones de los seres humanos. Sin la producción de narrativas, los seres humanos constantemente enfrentarían el universo de las incertidumbres, al encontrarse descentrados en el mundo. El autor lo señala así:

En las organizaciones, el efecto de las narrativas cuenta con las mismas características. La diversidad de hechos, acciones, acontecimientos y eventos es interpretada desde las narrativas –“... tejidos lingüísticos interpretativos que, como tales, procuran generar sentido y establecen relaciones entre las entidades, las acciones y los eventos de nuestro mundo de experiencias”... (op. cit: id, p. 403), Echeverría.

Las narrativas son formulaciones del lenguaje que permiten enfrentar los retos del futuro con los ojos del presente. Desde las narrativas obtenemos las piezas básicas con las cuales otorgar las direcciones necesarias para actuar, a partir de las historias que tenemos de nosotros y del mundo que nos rodea. En términos de las organizaciones, nos proveen un sentido de nuestra identidad organizacional, de nuestras principales fortalezas y competencia, de una visión de futuro y de las características del entorno donde operamos.

Además, las narrativas configuran el entramado de compromisos que surgen de la estructura lingüística de las organizaciones, permitiendo a los miembros de los elementos necesarios para comprender lo que se espera de ellos en término de comportamiento y de resultados significativos de su desempeño.

Al hablar sobre nosotros y el mundo, las narraciones registran distinciones significativas sobre nuestros ámbitos de interés. Estas distinciones abren y cierran oportunidades y capacidades de acción por ejemplo de oportunidades de negocios, de potenciar o disminuir capacidades de acción. Es por ello que podemos hablar de narrativas poderosas, que pueden expandir nuestra acción y, por tanto, mejorar nuestra producción de resultados.

Las narrativas están sustentadas en parte en juicios que son relaciones establecidas en el lenguaje y fundadas en los consensos de las comunidades lingüísticas y en los hechos de experiencias pasadas. Como juicios, proporcionan una base para, utilizando el pasado, comprender el presente y proyectar el futuro. Tienen un sustento ético y por eso nos interesan particularmente para comprender la RSE.

3.-Las narrativas organizacionales como matrices conversacionales

Las narrativas organizacionales conforman una matriz desde las cuales se configuran, conversaciones que son posibles en las organizaciones. Ellas delimitan el espacio de los que es conversable y de lo que no lo es. Permiten determinadas acciones, fomentan unas y obstruyen otras. Son especies de matrices (en tanto que el concepto matriz involucra sistema y estructura, desde una perspectiva dinámica) que rigen las conversaciones que se producen al interior de las organizaciones.

Permiten 'observar' determinadas formas de la realidad del entorno y de la organización, mientras ocultan otros hechos, fenómenos, eventos. Actúa como mecanismo de selección de las percepciones que autoriza seleccionar aquellos elementos relevantes de la experiencia, y, a su vez, despreciar otros.

No siempre se tiene conciencia clara de su existencia, pero son las que secretamente se ponen en funcionamiento cuando se toma una decisión. Preceden lógicamente a las conversaciones y a las decisiones, las cuales rigen.

Pero a su vez, las conversaciones emitidas dentro de las organizaciones modifican a las narrativas en su positividad. Es una relación dinámica y dialéctica entre conversaciones y narraciones. Es una relación estructuradora-estructurante entre conversaciones y narraciones y por lo tanto no es posible un cambio social a favor del desarrollo humano, como la RSE sino se considera la potencialidad presente en las empresas a favor de ese cambio. Las narraciones son un producto histórico, de las condiciones económicas, sociales, de conocimiento de un momento dado, mediadas por la cultura.

La función del empresario como figura simbólica:

Desde el primer día de la existencia de una empresa, la sensación del empresario es la de una enorme tarea por hacer. No hay una estructura organizacional segura, los procesos de los productos o servicios se encuentran incipientes, todavía no se tiene una visión clara del mercado: empieza el camino para lograr una cartera segura de clientes, apenas cuenta con algunos trabajadores.

En este caos inicial el equipo empresario emerge como la figura que se encarga de crear la organización. Se comienzan las primeras actividades de la empresa. Se contrata personal, se compran las primeras maquinarias, se contactan a los primeros potenciales clientes. Se instauran las primeras actividades y procedimientos de la organización.

Se comienzan a desarrollar lo que es legítimo esperar de la empresa y que no. Se plantean las primeras normas y reglas de actuación. Que es considerado adecuado y que no. La distribución de las responsabilidades y del poder.

Es un momento creativo en toda su dimensión. En estos momentos iniciales se simboliza al equipo emprendedor como las personas visionarias que fueron

capaces de reducir las resistencias y las amenazas del entorno para lograr una empresa que refleja los valores éticos y la experiencia de los mismos. Es así como el relato de los tiempos iniciales se transforma en la narración simbólica que descubre el ideal de la empresa. Transforma la historia originaria en la narración del imaginario organizacional sobre un modelo de la RSE .

Esta experiencia de los orígenes míticos de la organización, se une a las narrativas re-fundacionales, cuando las circunstancias críticas de la empresa, muestran crisis de agotamiento de la forma en cómo se viene trabajando. Es la empresa que muestra un camino insatisfactorio y necesita de un nuevo comienzo, una re-creación. Se pierden mercados, la competencia arrecia, el entorno de la empresa se vuelve hostil, la supervivencia de la organización está en una encrucijada y salen a relucir la extrapolación del mundo subjetivo y simbólico del iniciador. Sus valores éticos son las necesarias para gestionar exitosamente la empresa y reinsertarla en el contexto.

En estos momentos el empresario y los gerentes asumen un papel de gran importancia dentro de la formación, modificación y transmisión de las narrativas en las organizaciones. Gracias a su iniciativa, a su desarrollo, se constituyen en los personajes fundamentales y así su primera función es la de ser el centro simbólico de las narraciones.

Una segunda función es la de centro de transmisión y modificación de las narrativas organizacionales. Sobre todo en las pequeñas y medianas empresas, donde el tamaño de la organización deja poco espacio para una clara diferenciación de funciones, el empresario es el centro de las decisiones, el formulador de las narrativas, el primero en ponerlas en acción, el primero en transmitirla a su personal. Él es el encargado de transferir ese arsenal de experiencia, reunida previamente en su memoria y articularlo a la narrativa de los demás trabajadores.

Una tercera y última función del emprendedor como figura simbólica es la de ser el depositario de la experiencia de la narración. Es él centro de acumulación de la narrativa, el primero en utilizarla como esquema de gestión, en modificarla en función de sus aprendizajes personales y su praxis empresarial.

Las narrativas como sistemas de acción y su relación con el entorno:

Si entendemos a las narrativas como:

“... tejidos lingüísticos interpretativos que, como tales, procuran generar sentido y establecen relaciones entre las entidades, las acciones y los eventos de nuestro mundo de experiencias”... (op. cit: id, p. 403)

Podemos observarlas como un sistema de acción, compuesta de diversas acciones que se tejen en torno a un núcleo de significaciones bordeado por un entorno complejo.

Para ello asumimos el concepto luhmanniano de sistema de acción:

“Sistema que se componen de acciones concretas de una o varias personas y que se delimitan con respecto a un ambiente por medio de relaciones de sentido entre sus acciones” (Luhmann: 1983, p. 10)

Desde esta perspectiva, estamos en capacidad de poder reconocer las múltiples interrelaciones que surgen entre narraciones y entorno, con lo cual avanzamos en la comprensión de las narrativas como productos de las condiciones históricas de un espacio de tiempo determinado.

Tal como lo refiere Echeverría:

“Las historias que contamos de nosotros y de los demás (las narraciones) están fabricadas a partir de un trasfondo de relatos e historias generados históricamente por la comunidad para darse sentido... Si queremos comprender mejor a un individuo, debemos conocer los discursos históricos a partir de los cuales éste se constituye”... (Echeverría: 1998, p. 57, subrayado en el original)

Sin embargo, las narrativas no agotan el conjunto de relaciones internas sino que se configuran en la interacción con el entorno. Las prácticas sociales de responsabilidad social en las empresas, en tanto forma particular de asumir la existencia y hacerla praxis, también son relaciones importantes para comprender el entramado entre narraciones y entorno.

Desde las prácticas sociales se desprenden un conjunto de elementos del entorno que permiten acceder a los complicados intersticios que se dan entre narraciones y las esferas de la economía, la cultura, la política, el conocimiento y lo simbólico. Al respecto pensamos que existe un círculo de retroalimentación entre lo político y lo económico, cuya consecuencia más clara es la disociación de lo social.

En el enfoque tradicional de teorías de sistemas se entiende que el sistema modela la conducta particular del individuo. Nosotros en cambio asumimos que existe una relación estructuradora-estructurante entre individuo y sistema, entre narración y entorno, entre acciones y narración, entre lo político, lo económico y lo social.

La pensamos como una relación en forma de bucle, donde las acciones de los individuos generan el sistema pero a su vez el sistema mediatiza, normas, restringe el universo de posibilidades con las cuales las acciones de los individuos se expresan. Igualmente, el universo de posibilidades de expresión de las narraciones –y en nuestro caso particular, las narraciones en las organizaciones- es configurado desde ese telón de fondo que es el entorno, pero a su vez las narraciones impactan ese entorno del cual son dependientes.

Víctor Córdova lo expresa, siguiendo a Ferraroti y hablando de la relación entre individuo y sistema social, de la siguiente manera:

“...nuestro sistema social está en todos nuestros actos, en todos nuestros sueños, delirios, obras y comportamientos, y, la historia de éste sistema está también en la historia de nuestra vida individual”.“...el individuo no es un epifenómeno de lo social. En relación con las estructuras y la

historia de una sociedad, el (sic) es un polo activo, se impone como praxis sintética”.(Córdova: 1995, p. 70-71)

Es importante resaltar esta particularidad, ya que si entendemos a los individuos como la producción sintética de las relaciones entre sistema e individuo e insistimos que esta particularidad en torno a las narraciones y su entorno entramos a reconocer el concepto básico de asignación de sentido como pieza primordial para entender la organización, la praxis sintética, y la producción de acciones.

Es nuestra propuesta entendemos que las narrativas tienen el importante papel dentro de la formación social que denominamos empresa de ser el aprendizaje histórico por el cual el sistema (la organización, en su sentido institucional) se crea a sí misma, es decir, genera su identidad, sirviendo como soporte para dar positividad a la auto-observación, a la reflexibilidad y así mantener organización recursiva. Es ello lo permite a la organización su capacidad de acción.

Concebimos por entorno del sistema de acción al medio externo al cual se tiene que enfrentar la empresa de manera de garantizar identidad en medio de condiciones extremadamente complejas, cambiantes y en su conjunto no-dominable, pero del cual obtiene energía, información y organización para su constitución como sistema.

El entorno es el contexto en el cual la praxis del sistema discurre. Mediante ella, se produce la vinculación entre las grandes estructuras sociales y las acciones de los sistemas micros de la sociedad. A esta problemática se la ha denominado en los debates de las ciencias sociales el conflicto macro-micro (ver Ritzer: 1993) Sin entrar en detalles sobre esta discusión, tomaremos el modelo de contexto presentado por Córdova (1995, p. 75ss)

Según nuestro autor, podemos segmentar –por estrictas razones metodológicas- el contexto donde discurre la praxis del sistema en:

- ✓ **Contexto socio-estructural;**
- ✓ **Contexto socio-simbólico.**

El contexto socio-estructural es el básico donde discurre la práctica del sistema. Involucra las dimensiones económicas, políticas, culturales, sociales e históricas que sirven de entramada red de trasfondo para la acción del sistema. Es en ella donde el dato narrativo se inserta y del cual reacciona.

En cambio el contexto socio-simbólico se refiere al proceso interactivo entre los actores donde se producen los significados que van a incorporarse a las narrativas y por esto tiene un carácter micro.

Abordaje metodológico

Como instrumento de recolección de la información se seleccionaron las entrevistas orientadas por un guión o guía de entrevista. Por cuanto, este tipo de entrevista encuentra su fundamento central en la relación dialógica y el encuentro “cara a cara” entre el investigador y el informante. La situación de entrevista supone un alto en la cotidianidad del individuo en el sentido de que se realiza una negociación previa con los informantes para determinar hora y lugar del encuentro, y donde además “... la participación del entrevistado y el entrevistador cuenta con “expectativas explícitas”: “el uno de hablar y el otro de escuchar” (Valles, 1997: 180). De tal modo, que las entrevistas realizadas adoptaron la forma de un diálogo que supone una mezcla de conversación y de preguntas insertas por parte de la investigadora, lográndose así, una mayor intervención de los entrevistados y la posibilidad de una narración más extensa. Además, durante la situación de entrevista se llevo a cabo un proceso de observación que permitió a la investigadora tomar nota en su libreta de campo, de aquellos elementos presentes en el encuentro e imposibles de ser registrados por la cinta magnetofónica, como lo es el lenguaje gestual y corporal de los entrevistados, el cual ofrece una información tan importante como la palabra.

Estas conversaciones que suelen ser casuales, sin una selección previa de temas para el diálogo y que incluso perduran por pocos minutos, pueden sin embargo, conducir a oportunidades para sesiones más extensas y llevarnos a un proceso de interacción más profundo, tal como dicen Shatzman y Strauss, “... En el campo, el investigador considera toda conversación entre él y otros como formas de entrevista “. Las conversaciones además, nos proveyeron de una riquísima información que permitió ampliar la guía temática de las entrevistas. Las conversaciones no fueron grabadas, pero, sí inscritas en la libreta de campo.

Se entrevistaron a un total de seis (6) informantes, hasta lograr el punto de saturación. El proceso de interacción que se produce entre entrevistador y entrevistado, elemento pivotal del encuentro entre ambos sujetos, conduce irremediamente al sujeto entrevistado a recordar y por lo tanto reflexionar sobre aquellos hechos que indaga el investigador. Por ello, en los textos de las entrevistas y de los relatos se encuentran no solamente aspectos importantes de las actividades productivas de los informantes contextualizados en un tiempo presente, sino, de igual manera, semblanzas importantes de otras facetas de su condición humana, tales como: la influencia de la familia o los grupos primarios en su formación para la actividad que hoy realizan; las motivaciones que los conducen a escoger una actividad independiente y autónoma y, la construcción de una identidad a partir del tipo de negocio y del entorno social.

A su vez, como lo cualitativo centrado en el encuentro dialógico entre dos sujetos con igual paridad de conocimientos (procedimental/experiencia) está mediado por la oralidad y por la búsqueda de los aspectos más significativos de la vida del entrevistado, esto supone no solamente la remembranza de lo pasado y la puesta en escena del presente sino igualmente la proyección hacia el futuro.

También, con respecto a la interacción, podemos decir que aún cuando no se mantuvieron encuentros previos con los entrevistados, con los cuales se podría haber logrado una mayor confianza entre investigador e informante, el resultado de las entrevistas denotan la empatía y cercanía lograda por ambos sujetos, y la disponibilidad de los entrevistados a contar su vida y experiencias. Las entrevistas fueron transcritas de manera fidedigna, guardando el léxico, los giros lingüísticos y modismos propios de cada uno de los informantes. De las 6 entrevistas se elaboraron por considerarlos los más representativos. Los relatos fueron montados como historia del trabajo a partir de los ejes temáticos propuestos en la guía de entrevista y de los hallazgos encontrados en las propias entrevistas, a saber: a) el quehacer diario; b) la historia laboral –y en algunos casos familiar-; c) las satisfacciones y la autodefinición; d) expectativas a futuro; e) el entorno político y la RSE.

Para el análisis de la información recopilada a partir de las entrevistas, se trabajaron de forma individual cada una de ellas para posteriormente cruzarlas y obtener los principales ejes temáticos que se construyeron a partir de las visiones *etic* (perspectiva del investigador) y *emic* (perspectiva de los entrevistados), en un cruce que va desde lo teórico, lo planteado en la guía de entrevista formulada de acuerdo a los objetivos de la investigación y lo encontrado en la narración de los entrevistados. Estos temas iniciales indican lo que algunos autores denominan como los “índices” es decir, “... aspectos que son reconocidos por los autores de los relatos y/o por el investigador como hechos que han marcado la experiencia de vida” (Kornblit, 2004; 22).

Los primeros temas que corresponden a datos emergentes, luego de ser analizados con mayor profundidad permitieron elaborar un *sistema de acción de valores asociados a la cultura empresarial* en donde se integran las categorías formales de análisis: lenguaje, narrativas y función simbólica del empresario a fin de conocer su praxis de RSE. Cada una de ellas se profundiza en el apartado sobre el análisis.

Por otra parte, la construcción de las categorías analíticas condujo a descubrir el “punto de viraje o de inflexión”, es decir, el momento vital, reconocido por el narrador o por el investigador, a partir del cual la trayectoria de los sujetos entrevistados toma un nuevo rumbo. Este *punto de viraje* es de acuerdo a la narración de los informantes y corresponde al momento en que los entrevistados comienzan su empresa, ya que este hecho marca un cambio fundamental en su vida, como se puede apreciar en cada uno de los textos de las entrevistas.

De tal forma, que el análisis del material recopilado estuvo dirigido tanto al ámbito socio-estructural de los sujetos (lo objetivo, lo dado, las condiciones de la vida material) como al mundo de lo socio-simbólico (los significados, los deseos, los sueños, las expectativas).

BIBLIOGRAFÍA:

Córdova, Víctor. (1995) *Hacia una Sociología de lo vivido*. Caracas. Fondo Editorial Trópicos.

Echeverría, Rafael. (2001) *La Empresa Emergente, la confianza y los desafíos de la transformación*. Editorial Granica > Buenos Aires .Argentina

Fillion, Louis Jacques (1997) *Réaliser son projet d'Enterprise*. Quebec-Montreal: Les éditions transcontinental INC.

Flores, Fernando.(2000) *Abrir nuevos mundos*. Santillana de Ediciones

Grunning, J. P. (1992) *The new subjects elucidations of entrepreneurship*. Quebec-Montreal: Journal of Business.

Kornblit, Ana Lía (2004) *Metodologías cualitativas en ciencias sociales*. Buenos Aires: Biblos.

Luhman, Niklas (1996a) *La Teoría de Sistemas sociales*. Barcelona: Anthropos

Manimala, M. J. (1992) *Entrepreneurial heuristic: a comparison between High PL and Low PL*. Quebec-Montreal: Journal of Business.

Maturana, Humberto. (2003) *El árbol del conocimiento*. Lumen. Editorial Universitaria.

Schütz, Alfred (1962) *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu.

Valles, Miguel (1997) *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.

Weber, Max (1973) *Ensayos sobre metodología sociológica*. Buenos Aires: Nueva Colección Ibérica.

ANEXO 1: Tabla 1

DEFINICIÓN DE EMPRESAS POR NÚMERO DE TRABAJADORES

	Micro	Pequeña/ SME	Mediana	Gran
PAÍSES EN DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA				
Argentina	Se utiliza una fórmula que pondera empleo, ventas, activos, etc.			
Bolivia +	No existe una única definición, MICT, FEPOBI, BI, ONUDI, BID			
Chile	1-9	10-49	50-99	Más de 100
Colombia	1-10	PyMES: 10-199		200 y más
Brasil (industria)	1-19	20-99	10-499	Más de 500
Costa Rica +	1-10	6-30	31-100	Más de 100
Guatemala +	n. d.	5-20	21-60	Más de 60
México**	Hasta 30	31-100	101-500	Más de 500
Perú +	1-4	5-19	20-199	Más de 200
Venezuela	Menos de 5	5-20	(21-50)(51-100)	Más de 100
PAÍSES DESARROLLADOS				
Canadá*		Menos de 200		Más de 200
Francia*		10-499		Más de 500
Alemania*		1-9	10-499	Más de 500
Italia	51-100	101-300	301-500	Más de 500
Japón*		Menos de 300		Más de 300
España		Menos de 200	Menos de 500	Más de 500
Reino Unido	Menos de 10	10-49	50-499	Más de 500
Estados Unidos	Menos de 20	20-99	100-499	Más de 500
Corea*		Menos de 300		Más de 300

Notas: n. d.: No disponible

* Donde se aplica el concepto de SMEs, ** Nueva definición

+ Hay otra definición asociada a ventas o activos

Fuente: Zevallos (1999, p. 3)

Anexo 2

La Global Reporting Initiative

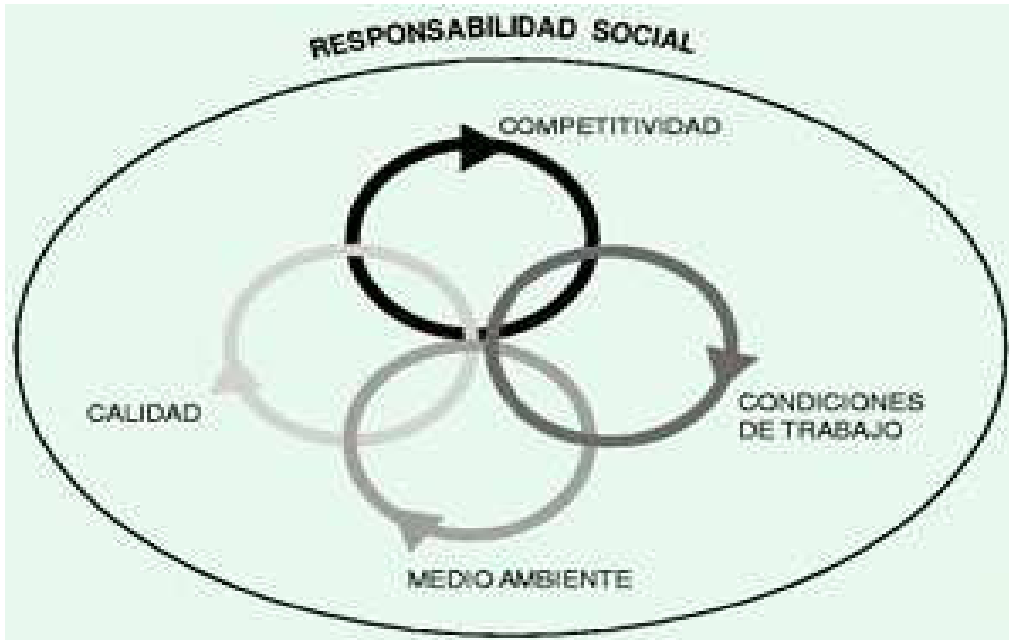
- La Global Reporting Iniciativo. se basa en una serie de recomendaciones orientadas a homogeneizar la rendición de cuentas en materia de RS Corporativa.
- Creada en 1997 es operativa y a partir del 2002 es un centro in dependiente que colabora con el programa ambiental de las N.U. (UNEP) y su misión es desarrollar y divulgar las dimensiones siguientes: Derechos Humanos, Buen Gobierno, Transparencia, Empleo y Relaciones Laborales, medio ambiente, lucha contra la corrupción, intereses de los consumidores, ciencia y tecnología, fiscalidad y consulta a los grupos de interés.

AMBITOS DE LA RSE

- Autoridades Públicas. Control y participación.

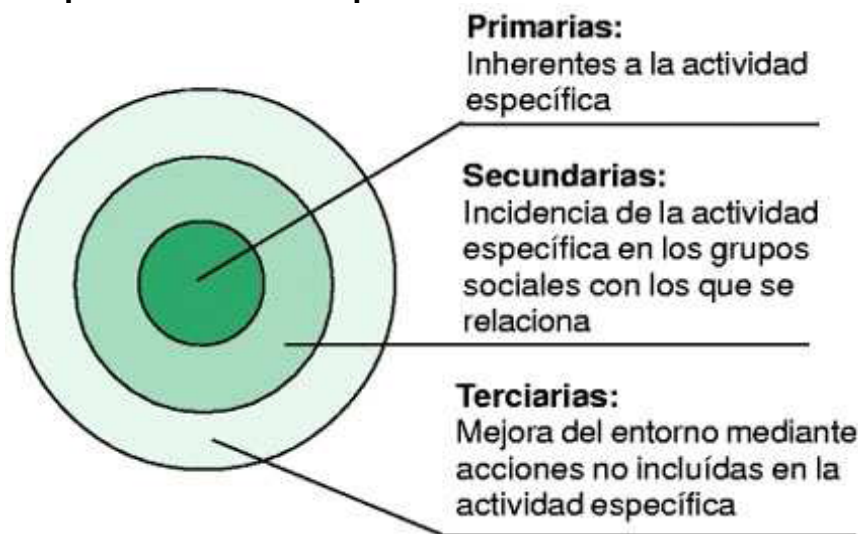
- Accionistas. Rentabilidad
- Proveedores. Practicas de Negociación
- Ambiente.
- Consumidores/Clientes. Mercadeo Responsable
- Empleados / Ambiente Laboral

Responsabilidad social e integración de sistemas:



Matriz diferencial entre Responsabilidad Social y otras situaciones "empresariales"

Responsabilidades empresariales



Responsabilidades primarias con los trabajadores y la comunidad:

- Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas.
- Crear riqueza de la manera más eficaz posible.

- Rentabilidad (no como fin en sí mismo)
- Respetar los derechos humanos con unas condiciones de trabajo dignas que favorezcan el desarrollo humano y profesional de los trabajadores.
- Procurar la autocontinuidad de la empresa y de ser posible lograr un crecimiento razonable.

Responsabilidades primarias con los trabajadores y la comunidad:

- Respeto por el medio ambiente. Racionalizar el uso de recursos naturales y energéticos. Evitar cualquier tipo de contaminación.
- Cumplir con rigor las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando contratos.
- Procurar la distribución equitativa de la riqueza generada.

Responsabilidades Secundarias con los trabajadores:

- Ofrecer calidad de vida en el trabajo en equilibrio con la vida extra laboral.
- Favorecer la iniciativa, autonomía y creatividad en el trabajo.
- Proporcionar empleos estables.
- Facilitar la reinmersión laboral a una persona accidentada.
- Favorecer la formación permanente que asegure la calificación del trabajador.

Responsabilidades Secundarias con los trabajadores:

- Facilitar asistencia sanitaria cuando se precise.
- Atender necesidades acuciantes ante problemas humanos y familiares.
- Beneficiarse de los productos de la empresa a precios más económicos.
- Aportar información transparente sobre la situación de la empresa y futuras.
- Celebrar colectivamente éxitos alcanzados

Responsabilidades Secundarias con la comunidad:

- Facilitar el empleo y la actividad económica en la comunidad.
- Contribuir a mejorar el medio ambiente.
- Publicitar la promoción de productos.
- Facilitar la integración al trabajo de minusválidos.
- Facilitar ayuda a los proveedores para mejor calidad de su servicio.

Responsabilidades Secundarias con la comunidad:

- Facilitar asesoramiento y ayuda a la comunidad en materias que esta precisa y la empresa dispone.
- Colaborar a la formación en prácticas de estudiantes de formación profesional universitaria.

Responsabilidades terciarias con los trabajadores.

- Facilitar el trabajo a tiempo parcial
- Flexibilidad de horario laboral.
- Facilitar asesoramiento jurídico.
- Prestamos monetarios limitados a bajos intereses.
- Anticipos salariales sin interés.
- Ayudas e incentivos a la formación.

Responsabilidades terciarias con los trabajadores II

- Ayudas a Planes de Pensiones.
- Ayudas por hijo en Edad Escolar.
- Ayudas por comidas fuera del Hogar.
- Facilitar transporte al trabajo.
- Ayudas para viviendas.

- Promover cuidado de la salud personal.
- Facilitar actividades culturales.

Responsabilidades terciarias a la comunidad.

- Contribuir a la mejora del entorno socio cultural.
- Colaborar con los centros de formación Profesional.
- Difundir valores de una nueva cultura de empresa.
- Gestionar asuntos sociales de la comunidad.

Responsabilidades terciarias a la comunidad II.

- Participar en proyectos de desarrollo local y regional.
- Ofrecer cooperación a proyectos de países pobres.
- Mecenazgo de actividades artísticas y culturales.
- Ayudar benéficamente a colectivos necesitados.

REFERENCIAS INTERNACIONALES MÁS RECIENTES Y RELEVANTES DE R.S.E

- · Modelo Europeo de Excelencia Empresarial, EFQM (2000)
- · UN / "Global Compact Initiative" (2000)
- · OIT/Principios de actuación de empresas multinacionales, (1997/2000) y conjunto de Convenios y Recomendaciones
- · OCDE / Directrices para empresas multinacionales, (2000)
- · Libro Verde de la Comisión Europea (2001)
- · OIT-ANDI / Manual de Balance Social, (2001)
- · Social Accountability 8000 (Acción social)
- · Global Reporting Initiative 2003 (Sostenibilidad)