

Escuela Agrotécnica Ejército Argentino
7mo año 1ra división.
Espacio curricular organización y gestión agropecuaria.

Escuela Agrotécnica Ejército Argentino

Docente: Molina Rodolfo Fabricio

Cel nro:2644395977.

Cue: 700054700

7mo año 1ra división.

Espacio curricular Organización y Gestión Agropecuaria.

Relación empresa y la comunidad.

Propuesta: Que demuestre actitud crítica de conocimientos.

Actividades:

- 1- Como fueron los comienzos de la responsabilidad social.
- 2- Que es una empresa y una sociedad.
- 3- Diferencias de la antigua empresa y la nueva empresa.
- 4- Por qué la importancia de la empresa en la sociedad.
- 5- Que son las relaciones con la comunidad.

Para reflexionar.

- _ ¿Con qué sistema moral me siento más identificado?
- _ ¿En qué medida el conocerlos más me ayuda a identificar nuevos criterios de decisión para mi realidad laboral?
- _ ¿Cuál es para mí el verdadero rol de la administración?

La responsabilidad social es un área de estudio de suma importancia, no solamente porque es una tendencia empresarial del siglo XXI para la ejecución de economías sustentables que garanticen sostenibilidad a largo plazo, sino también porque al ser tan extenso su contenido cada vez aparecen nuevos procesos, mecanismos e ideologías diferentes que se pueden aplicar en esta disciplina.

La responsabilidad social en términos generales no tiene una fecha de inicio exacta, sin embargo, existen varios indicios que llevan a los estudiosos de este campo a deducir que, en el siglo XIX aparecen los primeros documentos que constatan las primeras prácticas de las empresas en pro de sus trabajadores (EXPOK, 2016). Posteriormente nace la Organización de las Naciones Unidas y poco tiempo después se crean los derechos humanos, ambos sirven como el fundamento que aumenta la conciencia social en las personas. Con el afán de cada vez crear mayor conciencia social y medioambiental se desarrollan un sin número de conferencias a nivel mundial, se fundan instituciones en pro de los derechos del medio ambiente, el cuidado de la tierra y todos los recursos naturales y animales, luego se crean organizaciones que siguen vigentes hasta la actualidad para dar soporte a todo lo que hoy en día se conoce como Responsabilidad Social Empresarial. Entre los acontecimientos más importantes que se han dado están: en 1971 la Conferencia de Estocolmo, en 1987 el Informe Brundtland, en 1997 el Protocolo de Kyoto, la fundación de grupos civiles como WWF, Amnistía Internacional, Greenpeace, a nivel empresarial iniciativas como AA1000, SA8000, el Pacto Mundial y organizaciones como la Global Reporting Initiative o el Instituto Ethos (EXPOK, 2016).

Hoy en día son cada vez más formales y se encuentran institucionalizados los diferentes organismos y reglas que rigen para los empresarios a nivel mundial (o a nivel país) para la realización de sus operaciones comerciales, entre los que se puede mencionar el documento del Libro Verde y el Libro Blanco, guías de directrices de OCDE así como la ISO16000.

La responsabilidad social jamás puede quedar a un lado. Los continuos cambios del mercado, de los consumidores, la contaminación, la escasez de recursos y materias primas favorecen la búsqueda de nuevas maneras para preservar lo que actualmente tienen las empresas en la realización de sus operaciones comerciales. La responsabilidad social

también exige de los empresarios una capacidad de adaptación y flexibilidad impresionante al propiciar nuevas estrategias comerciales y de producción en pro del mundo y la preservación del mismo.

La Importancia de la relación empresa – comunidad.

En el pasado, el objetivo principal de las empresas en todo el mundo, era ser económicamente rentables y lograr mantenerse en el tiempo. Hoy en día, esta realidad está cambiando bruscamente, ya que las organizaciones no sólo deben solventarse, sino que además deben cumplir con una serie de temas fundamentales.

Así, temas como el respeto por el medio ambiente, políticas sociales internas claras y una buena relación con la comunidad, son puntos que en la actualidad una empresa no puede dejar pasar.

Con el tiempo, las organizaciones han pasado a ser miembros activos de la sociedad, por lo que deben estar atentas y abiertas a cumplir con las demandas de la comunidad y de su público interno, las que no sólo abarcan temas de calidad de productos o aspectos sociales, sino que incluyen aspectos que van mucho más allá.

Si bien la preocupación social de las empresas no es algo extremadamente nuevo, es un aspecto que la misma comunidad les ha ido exigiendo, puesto que las organizaciones han adquirido un rol fundamental dentro de la sociedad.

La mayoría de los individuos se relaciona con el mundo privado, ya sea consumiendo sus productos, formando parte de la masa laboral de las mismas o viéndose afectados por el funcionamiento de las empresas en cuestión.

Así, la relevancia social de las organizaciones ha aumentado considerablemente, y por lo mismo, los alcances que posee afectan a toda la sociedad. La influencia de las empresas en diversos ámbitos de la vida diaria implica la adopción de un rol que se extiende más allá del simple campo de acción tradicional de la misma, es decir tiene injerencia directa en el entorno, la sociedad, el medio ambiente, entre otros temas.

En este contexto, la Responsabilidad Social Empresarial se traduce en asumir y preocuparse por los efectos de los impactos de sus operaciones en la sociedad. Un comportamiento empresarial ético no se limita solamente en cumplir con consideraciones morales o legales, sino que toma en cuenta diversas aristas que sí se traducen en efectos directos para la comunidad.

Una empresa socialmente responsable es aquella que no sólo logra ser sustentable económicamente, primer punto a cumplir por parte de una organización, sino que es la que se preocupa por los efectos que provoca su gestión en todos los ámbitos posibles, considerando sus alcances desde los clientes, trabajadores, proveedores y la comunidad en general.

No basta con tener una excelente gestión administrativa económica dentro una empresa, sino que es necesario preocuparse por aquellos factores que quizás no están relacionados directamente con las gestiones de una organización, pero que a la larga influyen directamente en su desarrollo y producción.

Muchos son los casos de empresas que han logrado un excelente desempeño económico, pero que han dejado de lado temas de impacto ambiental, políticas sociales internas y externas, relación con la comunidad, entre otros, y por lo cual, a la larga, han dejado de existir.

En conclusión, una empresa socialmente responsable, es aquella que además de poseer una administración eficiente y una sustentabilidad económica adecuada, se preocupa por aquellos aspectos paralelos que son igual de importantes que los anteriormente nombrados, y que, por lo mismo, vela por el bienestar de la comunidad cercana y lejana, aplicando políticas que benefician directamente a los individuos o stakeholders.

No existen noticias relacionadas.

Relación empresa-sociedad

Mientras algunos lo consideran como una estrategia de marketing, para otros es un deber moral. Pero lo que no está en discusión es que hoy la responsabilidad social empresarial es un elemento que no se puede desconocer en la nueva relación que desarrollan las empresas con su entorno.

Los últimos años han sido testigos de una tremenda transformación en la relación entre las empresas y la sociedad. Hoy se habla de Responsabilidad Social. Para algunos esto es un simple maquillaje al frío rostro del capitalismo: sólo otra variable dentro de la función de maximización de la utilidad. Para otros, un deber.

En muchos países, las grandes empresas han ido aprendiendo la importancia y la conveniencia de la responsabilidad social. Pero aún queda por aprender. Muchas empresas contribuyen directa e indirectamente al desarrollo de las comunidades donde operan. Sin embargo, esto no siempre es conocido por el público general.

Edward Freeman dio inicio a lo que se conoce como la teoría de los stakeholders: si los accionistas tienen la propiedad de la empresa, también existen empleados, proveedores, consumidores, clientes y una comunidad que tiene derechos sobre la empresa. Desde una perspectiva histórica, Freeman observa una tendencia social a favorecer a los stakeholders.

Es un hecho que las leyes han ido privilegiando cada vez más a los trabajadores y a los consumidores. El intercambio, como proceso en que ambas partes acuerdan lo que a ambos les conviene, se ha regulado de manera de favorecer a los consumidores. Las leyes laborales también han tendido a proteger a los trabajadores. Recientemente, es la comunidad la que ha ido adquiriendo cada vez más poder frente a las corporaciones y, por ello, según la teoría de los stakeholders, la empresa no sólo debe velar por sus accionistas, sino también por su comunidad. La Responsabilidad Social sería una consecuencia de este fenómeno. Esto exige que la administración juegue un rol más político en su relación con la comunidad.

En tanto, para Milton Friedman, exponente de la teoría de los shareholders, el tema de la Responsabilidad Social sería sólo una máscara para camuflar la fría cara de la maximización de la utilidad. Si la Responsabilidad Social es simplemente una estrategia de marketing para disfrazar la realidad del mercado y sus condiciones, para Friedman no existiría conflicto alguno. En definitiva, si aumenta el valor de una empresa por cooperar con la comunidad, entonces eso es lo que debe hacer la administración. Ese sería el correcto análisis costo-beneficio. En cambio, para los seguidores de Freeman, las

empresas, independiente de sus utilidades, tienen obligaciones con sus stakeholders.

Independiente de la postura que asumamos, entender el entorno donde nos movemos, el contexto político, social y económico, es fundamental. La opinión pública juega un rol cada vez más gravitante, y los stakeholders son agentes claves para definir ese rol.

Lo que sí podemos concluir es que la ética juega un rol cada vez más relevante en el mundo de los negocios. Ignorarla puede traer costos significativos. Estar conscientes de su importancia resulta hoy una necesidad que va incluso más allá de la posición ética que uno defienda. Por ello no es de extrañar que hoy, así como existen índices de clasificación de riesgo, existan índices que valoran la responsabilidad social.

En resumen...

- Las perspectivas éticas del utilitarismo y kantianismo nos permiten ver dos sistemas morales basados en principios totalmente distintos, que sin embargo tienen aplicaciones al mundo de los negocios.
- Las teorías de los stakeholders y los shareholders nos entregan visiones alternativas acerca del rol de la administración y su relación con la ética. Mientras la primera cree en la participación cada vez más activa de la comunidad en los negocios, para la segunda este fenómeno no pasaría de ser una mera estrategia de marketing para cumplir con el verdadero objetivo de la empresa: velar por los intereses de los accionistas.
- La historia sugiere que la comunidad ha ido adquiriendo cada vez más protagonismo en la vida de las empresas y la responsabilidad social sería, por consiguiente, un resultado de ese fenómeno. Sin embargo, autores como Friedman señalan que esto no sería más que una máscara. Así y todo, la ética cobra cada vez más relevancia en el mundo de los negocios.