

MAESTRIA: Comercialización y Comunicación Social.

TESIS

LA EMPRESA Y SU RELACION CON LA SOCIEDAD QUE LA CIRCUNDA.

EL FACTOR HUMANO, COMUNICACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

ALUMNO: GUEVARA JULIO C.

DIRECTOR DE LA MAESTRIA: Dr. NAON ARGERICH P.

ASESOR METODOLOGICO: Prof. Dr. COZZA LEONARDO

TUTOR DE LA TESIS: Cdor. Púb. ZICARI ADRIAN

ROSARIO, Octubre 2010.

ABSTRACT:

En el escenario dónde se desenvuelven las empresas, siempre hay oleadas, hasta puede decirse tsunamis de temas que la invaden, se instalan por un tiempo y luego desaparecen, dejando experiencia y bibliografía archivada.

En algún momento se habló de reingeniería, en otros de calidad total, porque no del justime, y ahora es la Responsabilidad Social Empresaria.

En este último caso, sólo el tiempo dirá si fue una moda, o realmente se instaló para siempre en la cultura de los empresarios.

En el caso de la Responsabilidad Social Empresaria, se pone énfasis en grandes acciones, por parte de importantes empresas, con abundante difusión, como si se estuviera ante un nuevo tsunami de la empresa, cuándo en realidad no se está ante nada nuevo, sino que ahora tiene un título y las personas tienen mayor énfasis en ser protagonista con solidaridad y responsabilidad.

Sin embargo, detrás de estos títulos convocantes, que atrapan, seducen, hay personas, que los materializan, sea como generadores, o bien como receptores del significado que tienen.

Si hay personas, por su sola presencia, implica comunicación, interrelación, coherencia, coordinación, para materializar en este caso la Responsabilidad Social Empresaria.

Es necesario, entonces, estudiar el factor humano - su importancia - que constituyen la empresa, y el de la sociedad que la circunda, como así también la comunicación que las integra, para realmente lograr el objetivo principal de la Responsabilidad Social Empresaria.

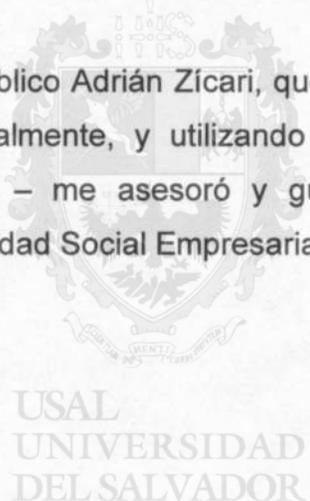
Comprender que cada persona debe ser responsable socialmente, e involucrarse organizadamente con otras, mediante una estratégica comunicación implícita, llevará a lograr una real Responsabilidad Social Empresaria, caso contrario se estará ante un título vacío de contenido.

AGRADECIMIENTOS

Cuándo por muchos años no se está en el ámbito académico, realizar una tesis implica un esfuerzo superior a de aquel que cotidianamente lo está. Se logra la meta no sólo con esfuerzo, disciplina, constancia, pasión, sino también con la palabra apropiada o la ayuda operativa en el momento justo de algún integrante de la familia, como del tutor que guía y aporta utilizando términos adecuados, precisos y firmes para no menoscabar la labor realizada por el maestrando, ni herir su sensibilidad que lo desmoralicen.

Agradezco a mi señora esposa – La Gallega – por respetar mi silencios, a mis hijas María Verónica por su aporte intelectual, que es escaso en mí, y a Victoria por su practicidad en la vida, que me preguntaba: ¿A tu edad que obligación tenés de hacer una tesis?

Especialmente al Contador Público Adrián Zicari, que desde Paris, sin tener el gusto de conocernos personalmente, y utilizando las herramientas que la tecnología provee, - Internet – me asesoró y guió desde su reconocido conocimientos en Responsabilidad Social Empresaria.



TEMA: La empresa y su relación con la sociedad que la circunda.

El factor humano, comunicación y Responsabilidad Social
Empresaria

CONTENIDO

Introducción.....

CAPITULO I Empresa

Concepto, magnitud, ámbito de desarrollo.....

CAPITULO II Factor Humano

Empresario.....

Titular.....

Inversionista. Socios. Accionistas.....

Clientes Internos.....

Interrelación con el contexto.....

CAPITULO III Responsable

Responsable – Responsabilidad. Concepto. Desarrollo.....

El Empresario. Marco Jurídico de sus acciones.....

Las personas. Marco Religioso.....

Las personas. Marco Etico.....

CAPITULO IV Solidaridad. Cultura. Social.

Solidaridad. Concepto. Desarrollo.....

Cultura. Concepto. Desarrollo.....

Social. Concepto. Desarrollo.....

CAPITULO V Comunicación.

Concepto. Clasificación.....

Producto o Servicio. Marca.....

CAPITULO VI. Responsabilidad ante la comunidad.

Diferentes acciones

Responsabilidad Social Empresaria. Los actos espontáneos de compromiso ante la sociedad, de las personas y de las empresas antes de tener el título de RSE.....

Filantropía. Concepto. Desarrollo.....

Marketing Social. Concepto. Desarrollo.....

Voluntariado Corporativo. Concepto. Desarrollo.....

CAPITULO VII. Qué percibe la comunidad, de la comunicación.

¿Son acciones de grandes empresas únicamente?.....

Grandes acciones, cambio climático, contaminación ambiental, Etc. ¿Son acciones de grandes empresas?.....

CAPITULO VIII. Involucrar.

Comunicación interna. Su importancia en el desarrollo de las acciones de Responsabilidad Social Empresaria.....

Actitudes individuales, y acciones empresariales ante la sociedad.....

Concientizar y/o involucrar una forma de comunicar.....

CAPITULO IX. La comunidad sabe que es la RSE o dice que sabe.

¿El entorno sabe que es la Responsabilidad Social Empresaria?..

Las acciones de Responsabilidad Social Empresaria. Comunicar que a quién.....

CAPITULO X. La persona y su contexto.

El factor humano. Su importancia según el contexto externo de la empresa.....

Culturas urbanas, rurales, globalizadas.....

Conclusión.....

Bibliografía.....

Anexo.....



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCION

En la actualidad hay una importante cantidad y variedad de bibliografía referida a la empresa y su responsabilidad ante la sociedad.

La misma tiene origen en diversos autores, con diferentes ideologías, enfoques teóricos y/o prácticos, escrita en países desarrollados y/o emergentes, en tiempos pasados y contemporáneos.

En alguna de ellas se observa como se diseña el comportamiento del empresario-empresa ante la sociedad sin hacer el más mínimo análisis de que tipo de empresa se habla, su dimensión, en que lugar y en que tiempo se deben desarrollar.

Algunos autores encasillan la función del empresario diciendo "el empresario actual o moderno **debe.....**" o bien: "**los nuevos paradigmas** del empresario **deberá** tener en cuenta....." y a partir de estos títulos se le pretenden establecer un número de responsabilidades y obligaciones para con la sociedad.

Se toma a la empresa como si esta fuese un ente al que se le puede adherir obligaciones y responsabilidades de todo tipo sin consecuencia alguna y a la sociedad como una persona minusválida, mera receptora de esas obligaciones. Así, se construye un marketing sobre los más débiles que siempre es bien visto.

En este dar y recibir, entre empresa y sociedad la comunicación juega un rol importante, en muchos casos no se le da la que realmente debe tener, quizás por desconocimiento o porque con materializar las acciones se considera suficiente.

En otras oportunidades, hay un exceso de comunicación de las acciones de Responsabilidad Social Empresaria, que terminan por opacarlas. En ciertos

escenarios la comunicación está concentrada en acciones realizadas, y se pierde de vista la comunicación para ejecutarlas, y lograr una coherencia entre el factor humano, comunicación implícita y explícita de la empresa.

Ante esta situación, se plantea el presente ***trabajo con la intención de acotar y precisar las acciones del empresario, sus obligaciones y responsabilidades ante la sociedad que la circunda, los medios a utilizar para comunicar esas acciones y su valoración por parte de aquellas personas que la ejecutan como de las que la reciben.***

Se realizará un análisis crítico de la comunicación vigente, sus mensajes, medios, por parte de las empresas que tienen acciones de Responsabilidad Social Empresarial, y cuál es la importancia que se da al factor humano en este escenario.

Más allá de una obligación académica del alumno, se pretende que el presente sea útil a los que estén por comenzar a incursionar en acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

Si bien se tendrá en cuenta la bibliografía que existe sobre el tema, fundamentalmente desde la óptica de la comunicación, también se analizarán casos de empresas de la ciudad de Rosario, para determinar con precisión la función de la comunicación, y el factor humano de las mismas.

CAPITULO I - EMPRESA

CONCEPTO, MAGNITUD, AMBITO DE DESARROLLO.

Que significa la palabra empresa para el Diccionario de la Real Academia Española: ".....acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo.

Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

Lugar en que se realizan estas actividades.

Intento o designio de hacer algo.

Símbolo o figura que alude a lo que se intenta conseguir o denota alguna prenda de la que se hace alarde, acompañada frecuentemente de una palabra o mote¹

El significado está diciendo que empresa es una acción o tarea, esto implica movimiento en el tiempo y en el espacio.

¿Cualquier acción significa empresa? No.

¿Es espontánea esa acción? No.

¿Debe lograrse fácilmente? No.

La acción o tarea tiene que tener un componente que dificulte la acción.

En los hechos concretos, puede ser la limitación en los recursos económicos, la incertidumbre de un escenario comercial, la presencia de fuertes competidores, así se puede seguir enumerando dificultades diarias para que realmente esa acción sea una empresa.

Debe haber una decisión de ponerse en acción.

Es la persona que trabaja en una fábrica de lavarropas en relación de dependencia y decide desvincularse e instalar un taller de reparación de electrodomésticos con todas los riesgos y dificultades que ello implica: perder entre otras la certeza de un horario fijo de trabajo y cobro mensual de un sueldo, para asumir muchas horas de trabajo e incertidumbre de ingresos.

Dice: unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o prestación de servicios con fines lucrativos.

Está hablando de una conjunción de personas y bienes dispuestos para realizar una actividad de transformación (industrial) de mera transmisión

¹ <http://buscon.rae.es/draeI/srvltGUIBusUsual?LEMA>

(comercial) o prestación de servicios. Se está frente a una acción o tarea con el fin específico de obtener un lucro o renta.

Dice el tercer párrafo: Lugar donde se realiza estas actividades, es decir dónde se concretan las acciones o tareas, con un objetivo específico y obtener un lucro o renta.

Intento o diseño de hacer algo, es otro significado de la palabra empresa.

Es una forma de definir la acción en cualquier actividad prescindiendo si es comercial, industrial o de servicios, si es gratuita o con fines de lucro, es el caso de aquella persona que se pone a pintar su propia casa y le comenta a su vecino " en que empresa estoy!!!!!!".

Aquí también se está remitiendo a la acción o tarea de una persona.

De lo expuesto se deduce que la palabra empresa significa: la decisión de una persona o varias de ponerse en acción en un tiempo y lugar determinado, sortear las dificultades para lograr un objetivo y producir o no lucro.

Oscar Malfitano Cayuela, define a la empresa, "es una organización y como tal, es un grupo humano deliberadamente construido para realizar emprendimientos, es decir, para emprender²

Entre el significado de la palabra empresa y la definición que da el autor de empresa como ente, hay un común denominador que es acción, tarea, realizar para un objetivo determinado.

En la realidad, las empresas en su mayoría no nacen grandes, lo hacen en un lugar y tiempo dado, por la decisión de una persona o conjunto de ellas de asumir un riesgo para lograr un objetivo que le permita obtener un lucro, y en la medida que esa persona se lo proponga y las circunstancias se lo permitan la hará grande.

² MALFITANO CAYUELA, Oscar, Recreando empresas. Ediciones Interoceánicas S.A. Buenos Aires 1993. Pag.1

Esa persona comúnmente no tiene una formación profesional empresaria, no tiene cuantificado el riesgo que implica cada acción y en muchos casos eso es lo que contribuye a iniciar una acción o tarea empresaria.

La empresa Paladíni "nació en 1923 gracias al empuje y a la visión de don Juan Paladíni que empezó con una muy modesta empresa artesanal de embutidos"³, y hoy tiene más de 1500 personas trabajando y su marca es reconocida internacionalmente.⁴

En otra dimensión, Alberto C. Gollán que "en 1960 se obstinó en jugarse por la incipiente televisión. Reunió a 30 socios con 300 mil pesos cada uno a pesar de que muy pocos le tenían fe a una TV Rosarina".⁵

Hoy es uno de los complejos de radio y televisión más importante de todo el país.

El fundador, o el que plantea la inquietud para llevar adelante la organización de la empresa, es un factor humano preponderante, por su iniciativa, audacia, capacidad de riesgo, vocación de servicio para con los clientes internos, externos, por su contribución a la economía local, regional o de un país, por la generación de impuestos para el estado, y así se puede seguir enunciando otros aspectos al cual contribuye la iniciativa de un empresario.

Esta actitud lleva a la materialización de una unión entre el factor humano del empresario y la empresa, que se irá consolidando con el tiempo y se regirá por su criterio empresarial o posición ante la vida, es decir: Integrarse a la sociedad que lo vio nacer, o no importarle para nada, hacer la empresa cada vez más grande a cualquier costo, quedarse en el barrio con una empresa chica y

³ La Capital. Suplemento Especial 140 aniversario –Rosario Noviembre 2007 Pàg 216

⁴ www.paladini.com

⁵ La Capital. Suplemento Especial 140 aniversario Rosario Noviembre 2007. Pàg 116

controlada, trabajar exclusivamente para un cliente o incursionar mercados nacionales y extranjeros.

Se puede agregar otras variantes, en última instancia es producto de la decisión que tome el empresario y sus circunstancias.

CAPITULO II - FACTOR HUMANO

A - EMPRESARIO

Es el que decide reunir personas y bienes, ponerlos en acción o tarea con un objetivo determinado que puede o no producir lucro.

A partir de esa decisión, junto al resto del grupo humano tomará decisiones en forma permanente para dar vida a ese ente que acaba de crear llamado empresa.

En algunos casos será una persona física la que lleva adelante la decisión, en otra dimensión puede ser una persona jurídica, llámese sociedad, asociación. Atrás de esa figura jurídica, siempre habrá una persona física que tome las decisiones para lograr el objetivo planteado, no como dueño pero sí como ejecutivo que obedece a un organigrama y plan de trabajo, siempre esta el factor humano en todos los niveles de la empresa.

A partir del momento que una persona reúne estos factores, comienza a recorrer un camino de incertidumbre que sólo su capacidad y habilidad le permitirán ir sorteándolo para lograr el cometido planteado.

Esa persona adopta **una profesión**, la de "empresario". ¿Que significa la palabra profesión?⁶ "1.- Acción y efecto de profesar. 2.- Ceremonia eclesiástica en que alguien profesa en una orden religiosa. 3.- Empleo, facultad u oficio que alguien ejerce y por el que percibe una retribución."

⁶ <http://buscon.rae.es/draeI>

Es el que puede brindar un servicio o elaborar un bien, garantizando el resultado con calidad, puede ser una persona con un reconocimiento de grado universitario, técnico o experto en cierto tema, disciplina o arte. Sin embargo, una persona también puede ser considerada profesional por el hecho de proveer un servicio o producto y exhibir un comportamiento honesto, calificado, responsable y capaz, característica que se obtiene con constancia y talento en la disciplina desempeñada.

La persona provee un servicio no necesariamente a un público externo a la empresa, sino a los accionistas, superiores, directivos, por su comportamiento y conocimientos adquiridos o incluso por su propio talento, que sin duda tiene la habilidad suficiente para exteriorizarlo y materializarlo en hechos que hacen a la empresa.

Desde lo etimológico la palabra "profesional" viene de la palabra "Pro" y "Fe", de ahí también viene la palabra "Profeta", ser "Pro" hace referencia a adelantarse a los acontecimientos deducidos por el intelecto y la racionalización y que no son vistos por los demás o por personas comunes, tal vez lo puedes ver como alguien Proactivo, y Fe que más que decir y al margen de la connotación o interpretación religiosa que se le quiera dar, Fe, hace referencia en "creer" en "confiar" en saber que las cosas pasarán porque simplemente lo sabes.

Sin duda que el empresario tiene una gran cuota de fe, de creer en lo que hace y confianza suficiente, para asumir un riesgo, embarcarse en proyecto que quizás si no tuviera estos aspectos en su persona no sería empresario.

Basta comparar la actitud de un empresario empírico, y un profesional de las ciencias económicas devenido en empresario para marcar las diferencias en el pensar y actuar.

"Los empresarios ni nacen, ni nacen enseñados. Algunos lo aprenden de la familia y estos tienen ventajas. Otros lo aprenden de la vida, a base de

observar a otros empresarios, casi siempre sus jefes. Unos pocos lo aprenden en escuelas de dirección de empresas. Las enormes posibilidades que permite el ejercicio de la libertad de que la mayoría de las personas disfrutamos hoy en día, hacen posible que prácticamente cualquiera pueda decidir ser empresario y aprender a serlo. Por lo tanto, que nadie se queje. Otra cosa es que además se tenga éxito" Pedro Nueno, citado por Alejandro Pedro Cardozo.⁷

B - TITULAR

El conjunto de personas y bienes destinados a un objetivo dado con la posibilidad de obtener un lucro o no, **tiene un dueño**, con capacidad de adquirir derechos y obligaciones.

Es el vínculo jurídico que relaciona los bienes y personas con el titular de ese conjunto de factores, destinados a una empresa.

No necesariamente debe ser propietario, la amplitud de figuras jurídicas, permite usufructuar de esos bienes, mediante alquiler, leasing, comodatos, usufructo con reserva de propiedad, etc.

Respecto de las personas, puede vincularse mediante una relación laboral, tercerizando servicios, etc.

Ese titular jurídico, puede ser una o varias personas físicas, en ese caso a las responsabilidades propias de ciudadano, deberán adicionar las emergentes de la empresa que están desarrollando.

En otros, puede adoptar la forma de una persona jurídica, en cualquiera de sus variedades, esta persona que nace a los fines de ser titular de la empresa adquiere derechos y obligaciones en forma independiente de las que la integran, aún cuándo las decisiones sean tomadas por ellas para el cumplimiento del objetivo para el cuál fue creada.

En cuánto a los recursos para la acción empresaria tienen diferentes orígenes y por ende una ponderación distintas.

⁷ PyMES Intuición y Métodos. Alejandro Pablo Cardozo. Edic. Temas 2004 Pág 49

Si el titular de los bienes es una persona física o jurídica con protagonismo de sus integrantes, quizás los recursos son escasos y se logran con un esfuerzo personal muy importante, - el factor humano es destacable- por lo que toda erogación está destinada a obtener además del crecimiento de la empresa una gratificación personal o familiar, ignorando las circunstancias del entorno en que se desenvuelve.

Hay un componente humano muy importante por el protagonismo del dueño o dueños, cada acción tiene una cuota en muchos casos de sacrificio personal y/o familiar y de los colaboradores más inmediatos, por ende la escala de ponderación de resultados económicos, pasa por el titular o titulares, su propia familia, su personal cercano, por hacer sólida su empresa, por hacerla crecer.

Cuándo la empresa tiene como titular una persona jurídica, cuyos integrantes son inversores, puede haber un doble objetivo: uno hacer crecer la empresa, otro hacer rentable la inversión que cada uno de los integrantes hizo efectiva al constituir el capital original de la misma.

La ponderación del destino de los recursos no es realizada como un sacrificio personal, en este caso hay una persona que logró acumular un capital y lo destinó a efectuar una inversión junto a otras personas, el factor humano en este caso es secundario, si bien existe, no tiene la misma preponderancia que cuándo la acción proviene de una empresa personal.

C - INVERSIONISTA: SOCIOS - ACCIONISTA

Puede ser titular de una empresa, una persona jurídica, sea una sociedad comercial en sus distintas formas y/o también una asociación civil.

Estas personas jurídicas, tienen capacidad para adquirir derechos y obligaciones en forma independiente de las que tienen las personas físicas que las conforman, obligaciones y derechos vigentes para todos aquellos que quieran desarrollar una determinada actividad en un lugar y momento dado.

De lo que se desprende que atrás de toda persona jurídica **existen personas físicas**, cuyo carácter es el de inversionista, buscan la rentabilidad del capital destinado a conformar la sociedad.

En este caso particular se dice: para el inversor **su empresa** es lograr que sus bienes y dinero estén destinados a una inversión rentable, colocados en una persona jurídica titular de una empresa con un móvil distinto al que tiene esa persona como inversionista.

Se está en todo momento ante la acción de personas, sea directamente como dueño, o bien como accionistas, son ellas las que en una primera etapa darán vida a la empresa en forma directa o como inversionistas.

Será el tiempo el que determinará si realmente se ha logrado el objetivo para el cual fue creada la empresa.

D - CLIENTES INTERNOS

La existencia de una empresa en muchos casos comienza, dirigida y gestionada por una sola persona, todo se soporta exclusivamente en ella, desde la mínima decisión hasta la más importante, desde pensar hasta hacer, todo empieza y termina en ella, sus decisiones impactan internamente en la empresa como también sobre el contexto donde se desarrolla.

Con el correr del tiempo "El funcionamiento de una empresa requiere una estructura formal con la suficiente flexibilidad para alcanzar el mejor funcionamiento; es decir, la búsqueda de la organización dinámica. El dinamismo es impuesto por un campo de fuerzas en movimiento directamente influido por el titular y sus colaboradores más cercanos. Será el dueño el que imprima el ritmo de la empresa. Su dinamismo pasa por el pensamiento que gatilla decisiones cuya agilidad depende la estructura que las pone en marcha. Durante años, la empresa en desarrollo vivió sin estructuras formales, ya que sus organizaciones se basaron en relaciones informales entre el titular y su

masa de gente. Todo era improvisado, los roles difusos y a la hora de la responsabilidad el único responsable terminaba siendo *otro*".⁸

A medida que va creciendo la empresa, la limitación de esa persona – dueño- en su tiempo y capacidad, la obliga a incorporar otras que le permitan juntos, lograr los objetivos empresariales conforme a la etapa de crecimiento en que se encuentra.

En esta etapa de la empresa, se agregan los recursos humanos que provee un conjunto de personas llamados empleados, obreros o clientes internos, factor humano fundamental para la subsistencia.

Las relaciones verticales y horizontales son la clave para establecer un sistema de comunicación, y acople interareas, básico para el desarrollo de las estrategias competitivas de cada uno de los integrantes de la organización.

Este factor humano es provisto por la comunidad dónde decidió el empresario instalar y desarrollar su empresa, en contrapartida el empresario provee un sueldo o jornal, capacitación, desarrollo personal.

Las empresas pueden tener los mejores recursos tecnológicos, el capital necesario para funcionar, haber logrado un producto competitivo, pero la diferencia fundamental estará en el talento de sus recursos humanos, desde la escala inferior del organigrama hasta la máxima.

"En una organización desarrollada, todos son pares, todos tienen un objetivo y un rol que cumplir. Los niveles jerárquicos dependerán de cómo se subordinan los objetivos y roles unos de otros. A partir de ahí todos los integrantes de la organización comienzan a compartir valores, propios de la organización."⁹

Se aprecia que la empresa como ente abstracto solo tiene vida por el factor humano de las personas que trabajan en ella, y por las que están en el entorno.

⁸ Manual Integral de Marketing. N° 14 Guillermo Bilancio. Edic. Mercado. Pág. 7

⁹ Manual Integral de Marketing. N°14 Guillermo Bilancio. Ed. Mercado. Pág. 8

El dueño, sus familiares, inversionistas, recursos humanos o clientes internos, y por otro lado clientes externos o sociedad, sindicatos, entes gubernamentales, lo predominante en todo este escenario **es el factor humano**, cuyo protagonismo es decisivo para la permanencia de la empresa y en muchos casos de la comunidad.

Hay una interrelación entre empresa y sociedad, la primera no existe si no hay clientes y consumidores provistos por esta última, y tampoco podrá subsistir la segunda si no hay ingresos y bienes provistos por la primera.

E - INTERRELACION CON EL CONTEXTO

La empresa nace por la inquietud de una persona física o jurídica que pertenece a un contexto social.

En ese medio la persona ha nacido, crecido, ha obtenido conceptos religiosos, éticos y morales, educación, valores familiares y sociales, fue moldeando su cultura para enfrentar la vida.

El objetivo de esa empresa es satisfacer necesidades emergentes de ese contexto social, en un principio inmediato luego puede ser de carácter nacional o internacional.

La empresa surge de un entorno y se desarrolla dentro del mismo. Cuando se habla de él, es el ambiente donde está enclavada la empresa, y también al conjunto de puntos vecinos uno de otros.

Ese escenario, está conformado por personas, organizaciones, estados locales, provinciales y nacionales, cada uno con sus objetivos y responsabilidades, desarrollándose desde su posición, interactuando entre cada uno de ellos para lograr un fin que supera objetivos individuales de un momento y lugar determinado.