

**Cuestiones políticas, socioculturales
y económicas del Sudoeste Bonaerense**

Mabel Cernadas de Bulnes

José Marcilese

(Editores)

Actas de las

IV Jornadas Interdisciplinarias del Sudoeste Bonaerense

Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina

7, 8 y 9 de septiembre de 2006

Universidad Nacional del Sur

Secretaría General de Comunicación y Cultura

Archivo de la Memoria de la Universidad Nacional del Sur

Cuestiones políticas, socioculturales y económicas en el sudoeste bonaerense :

Actas de las IV Jornadas interdisciplinarias del sudoeste bonaerense /
compilado por Mabel Cernadas de Bulnes y José Marcilese - 1a ed. -
Bahía Blanca : Universidad Nacional del Sur, 2007.

400 p. ; 25x22 cm.

ISBN 978-987-23429-0-6

1. Política. 2. Economía. 3. Historia. I. Cernadas de Bulnes, Mabel, comp.
II. Marcilese, José, comp. III. Título
CDD 320 : 330

ISBN 978-987-23429-0-6

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723

Impreso en Bahía Blanca, Argentina, marzo de 2007

Las opiniones vertidas en los artículos son exclusiva responsabilidad de sus autores.

IV Jornadas Interdisciplinarias del Sudoeste Bonaerense

Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina

7, 8 y 9 de septiembre de 2006 / Bahía Blanca

Comité organizador

Mabel Cernadas de Bulnes

María Elena Ginóbili

José Marcilese

Adriana Rodríguez

María del Carmen Vaquero

Comité académico

Hugo Arelovich

Margarita Bróndolo

Nidia Burgos

Néstor Cazzaniga

Ana María Cignetti

Silvia Gorenstein

Ricardo Gutiérrez

Silvia Grippo

Laura Llull

Ana María Malet

Elda Monetti

Elizabeth Rigatuso

Declaradas de interés legislativo por la Honorable Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires (D/686/06-07)

Declaradas de interés educativo y auspiciadas

por la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires (Resolución 684)

Declaradas de interés municipal por el Honorable Consejo Deliberante de la ciudad de Bahía Blanca (Ordenanza 13.815)

Declaradas de interés cultural por el Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires.

Índice

Presentación

Mabel N. Cenadas de Bulnes y José Marcilese	11
---	----

Relaciones interétnicas

Claudia Iribarren: Blancos, indios y negros en el Fuerte del Carmen de Patagones: análisis de la conformación social en la década 1810-1820.....	15
María Mercedes González Coll: De historia, memoria, olvido y reflexión.....	23
Ayme Lazcano - María Mercedes González Coll: La opción de un dirigente.....	31
María Jorgelina Ivars: Relaciones interétnicas e imagen fotográfica.	
Puesta en valor de documentación presente en Bahía Blanca	41
Walter Alejandro Paris: El Fuerte Nuestra Señora del Carmen estrategia virreinal y relaciones interétnicas	51

Partidos y prácticas políticas

Leandro A. Di Gresia - La conflictividad jurídica en el Sur bonaerense: una aproximación cuantitativa desde un estudio de caso (Tres Arroyos, 1868-1900)	61
Laura C. del Valle - Silvia G. Gamero: Contradicciones ideológicas y ocupación de espacios políticos: el poder ejecutivo bahiense en el contexto de la revolución de 1893 en la Provincia de Buenos Aires	71
Laura Llull: El “pequeño proyecto” del diputado nacional Valentín Vergara: semillas para los agricultores del partido de Puán (1918)	79
Roberto D. Cimatti: Reforma o revolución. acerca del debate en el socialismo de Bahía Blanca y el IV Congreso Extraordinario del Partido Socialista	87
Mabel N. Cenadas de Bulnes: La democracia en cuestión: el radicalismo bahiense ante la crisis de los años treinta.....	95
José Marcilese: El asociacionismo profesional bahiense durante los años del primer peronismo. El caso de la Asociación Médica de Bahía Blanca	105
Adriana S. Eberle: Contextualización ideológica de la definición de Bahía Blanca como polo de desarrollo desde el discurso del radicalismo intransigente.....	113
Patricia Orbe: La exaltación de la figura del mártir juvenil en la comunidad universitaria bahiense: prensa, estudiantes y cultura política en 1957	121
Andrea Belén Rodríguez: “Malvinas en las escuelas” en el contexto de luchas por la memoria de la guerra.....	131

Prensa y sociedad

Omar Chauvié: Noticias de ayer: prensa política en Pago Chico.....	141
María de las Nieves Agesta: El barómetro de la cultura. Luz y sombra:	149
Gisela Popp: El Círculo Católico de Obreros desde la óptica de la prensa bahiense	157
Lucía Bracamonte: “La mujer bahiense opina”. Posturas en torno a los derechos de las mujeres en una revista femenina de la década de 1930.....	163
Belén Zapata: El Cordobazo y el conflicto social en Bahía Blanca. Análisis del relato de <i>La Nueva Provincia</i>	171
María Julia Giménez: La Universidad como problema en el discurso de <i>La Nueva Provincia</i> : 1966-1976.....	179
María Lorena Montero: Memorias del golpe en <i>La Nueva Provincia</i> (1976 - 2006).....	187

Arte y sociedad

Flavio Bevilacqua- Laura Villalobos: Iniciativas para la fundación y desarrollo de un club social: el Club Argentino	197
Analia Bernardi - Victoria Casamiquela - Juan José Mateo - María Laura Prost: Historicismo y hegemonía: el edificio central del Complejo Alem de la UNS	205
Diana I. Ribas: Psicoanálisis e historia local: un posible abordaje en torno a la formación de la identidad bahiense	211
Rodrigo Javier Vecchi: Rumbo al oriente eterno: registro material y masonería en el cementerio municipal de Bahía Blanca	217
Laura I. Villalobos: Aportes de Italia a la arquitectura local.....	224

Problemáticas culturales

Gustavo Chalier: Poder, historia y nominación: la toponimia urbana y la construcción de la identidad histórica en Punta Alta.....	235
Diego Cejas: Himno a Bahía Blanca: una introducción a la épica del centenario	241
Celia Taich: Influencia de la ideología de Domingo Faustino Sarmiento en el progreso de Bahía Blanca	251
Bruno Leonardo Fernández: Legalización de la prostitución en la región de Bahía Blanca	259
Susana Martos: Papeles privados y vida cotidiana en Bahía Blanca y la región a principios del siglo XX.....	265
Lucy Pelliza: Medicinas populares en Bahía Blanca.....	273
Nilsa Mercedes Alzola de Cvitanovic: La integración patagónica a nivel latinoamericano según Domingo Proncato	279

Problemáticas migratorias

María Elena Ginóbili - Alicia Pérez - Mabel Giménez: La interculturalidad: desafíos y problemas en el mundo de las migraciones bolivianas en el Partido de Villarino.....	287
Fabiana Sabina Tolcachier: ¿Cosechamos doctores? judíos de Villarino en Bahía Blanca hacia la segunda mitad de siglo XX.....	293
Alejandro Alberto Suárez: Inmigrantes croatas en Bahía Blanca: testimonio de sus protagonistas	301
Sandra Rosetti - Ana Miravalles: Inmigrante trentinos en Bahía Blanca (1900-1955) El trabajo como factor de tensión entre continuidad y cambio cultural	309
Ana María Fernández: Una inmigrante vasca afirmada en su identidad.....	317
Laura Orsi: Visiones acerca de los inmigrantes uruguayos: sobre la in/mutabilidad de los estereotipos	325

Problemáticas sociales contemporáneas

Stella Maris Pérez - Claudia Cattaneo - María Martha Formichella: Análisis de la implementación del programa social “volviendo a comer en casa”	335
Melania Marína Marcenac: El conflicto por la recuperación de la fuente laboral en las plantas de Gatic Pigüé.....	343
María Belén Noceti: Dimensiones cualitativas del trabajo infantil en Bahía Blanca	351
Marcela Vitali: Repercusiones de la crisis política del 2001 en Bahía Blanca: aportes para comprender la inacción social	359
Fernando Romero - Iván Grasso - Eugenio Monforte: Huelgas en Bahía Blanca durante el gobierno de la Alianza (1999-2001).....	367

**Hegemonía y contrahegemonía
en los procesos de regionalización del sudoeste bonaerense**

Natalia P. Fanduzzi: Embestidas y contragolpes:
la definición del trabajo en el puerto de Ingeniero White a principios del siglo XX377
Rocío Parga: La resistencia de los whitenses ante el avance global.....385
Elena B. Torre: Voces y tensiones en torno a un conflicto en un espacio de complejidad393
Adriana C. Rodríguez: Un impacto desde la diáspora:
Claves para la articulación de la Hegemonía en la zona costera del S.O. Bonaerense403
Rodrigo González Natale: El proyecto del Puerto Militar y la prensa bahiense
a fines del siglo XIX: navalismo y estrategia mahaniana.....409

Perspectivas económicas

Ricardo Raúl Gutiérrez: Asociatividad en proyectos y capital social: la experiencia en Bahía Blanca417
Francisco J. Cantamutto: Acerca de la concepción académica de conocimiento en economía423
Raúl F. Ortiz - María C. Lagier - Alicia Dieter: Comportamiento social de las agro-industrias de Bahía Blanca429
José Ignacio Díez: Recuperar la agenda del desarrollo económico
y de la competitividad en Bahía Blanca: la visión de las organizaciones de apoyo a la producción.....437
Tomás Loewy: Sudoeste Bonaerense, una provincia: vigencia de una idea centenaria445

Economía regional

Liliana Cerioni - Silvia Morresi: Perspectivas de evolución del mercado de gas natural en Argentina.
Posibles impactos sobre la economía local.....451
Carina Guzowski - Marina Recalde: Problemática actual del abastecimiento eléctrico en la región del Sudoeste:
Participación y potencial de las energías renovables459
Ilda María Ferrera-Fanny Martín: La producción salinera regional y su relación con Solvay Indupa465

Economía y medio rural

Gabriela Cristiano: El proceso de sojización en el sudoeste bonaerense: análisis de una década475
Regina Durán - Liliana Scoponi - Lorena Gandini- María Susana Fuertes - Marina Cordisco - Luis Caro
Gustavo Boyer - Cristina Pitsch - Gabriela Pesce - Fernanda Lucchetti - Mariano Aguirre - Giannina Fermannelli:
Desarrollo sustentable del medio rural: la forestación como instrumento para mejorar la sostenibilidad
de los sistemas productivos tradicionales del Partido de Bahía Blanca en tierras marginales.....481
Lucrecia Obiol - M. Carolina Pirillo - Lucía A. Sarro - Fernando J. Bostal:
Sudoeste Bonaerense - potencialidad para el desarrollo de un cluster olivícola487
Lorena Tedesco - Marta Susana Picardi: Clusters en el sudoeste bonaerense: espejo local del mapa nacional497

Perspectivas económicas

Comportamiento social de las agro-industrias de Bahía Blanca

Raúl F. Ortiz - María C. Lagier - Alicia Dietert
Departamento de Ciencias de la Administración - UNS
rortiz@uns.edu.ar

1. Acerca de la responsabilidad social empresarial

1.1. Concepto y diferentes posturas

Antes de 1960 nadie cuestionaba el objetivo económico único de las firmas comerciales. Desde esa época los activistas sociales reclaman a las empresas por temas tales como la filantropía, los precios, las relaciones con los empleados, la conservación de los recursos naturales, la calidad y la seguridad de los productos que ofrecen, y las operaciones en países que violan los derechos humanos, entre otras.

El punto de vista clásico, defendido por FRIEDMAN¹, sostiene que la única responsabilidad social de la administración consiste en maximizar las ganancias de la empresa. Argumenta que la mayoría de los gerentes de la actualidad son profesionales, lo cual significa que no son dueños de los negocios que administran. Sólo son empleados y su obligación principal es rendir cuentas a los inversores. Por lo tanto, su responsabilidad primaria consiste en dirigir los negocios con la finalidad de proteger los intereses de los accionistas, esto es, obtener un rendimiento financiero.

En el otro extremo, el punto de vista socioeconómico afirma que los tiempos han cambiado y, con ellos, las expectativas de la sociedad hacia los negocios. Conforme con esta posición, la responsabilidad social de la gerencia trasciende la obtención de ganancias e incluye la protección y el mejoramiento del bienestar de la sociedad. Sus partidarios afirman que una falla importante del punto de vista clásico es su marco temporal pues si bien los gerentes deben preocuparse de lograr el máximo rendimiento financiero a largo plazo, también es cierto que deben aceptar algunas obligaciones sociales y los costos que éstas implican. Entre ellas merecen citarse a la protección del bienestar de la sociedad no contaminando, no discriminando, no incurriendo en publicidad engañosa; como así también el desempeñar un papel activo en el mejoramiento de la sociedad, involucrándose en sus comunidades y contribuyendo a la solución de los problemas propios de éstas.

De acuerdo con CAVACORTA² puede decirse, entonces, que la responsabilidad social empresarial es “el conjunto de acciones planeadas a favor de las personas y su dignidad, emprendidas libremente por la empresa que presentan las características de estar vinculadas de algún modo al desarrollo del negocio y a sus grupos de interés y que van más allá del cumplimiento de la ley”.

1.2. Aspectos que comprende

Para precisar el alcance de este concepto corresponde efectuar una diferenciación entre responsabilidades sociales internas y externas. Las primeras se vinculan con los productos y/o servicios que la empresa pone a disposición de los consumidores, con la contribución que efectúa al desarrollo de sus integrantes y con la continuidad del negocio como condición necesaria para propender al avance social y económico de su comunidad. Por su parte, las externas se asocian con las acciones destinadas a la preservación del medio ambiente y los aportes que efectúa en pos del progreso social y comunitario.

Responsabilidad Social Interna	Productos y/o servicios ofrecidos	La existencia de muchas empresas con una oferta amplia de productos ayuda al desarrollo humano de la comunidad. En la medida que las empresas experimenten una actitud continua hacia la mejora de sus productos puede pensarse que se orientan favorablemente en su comportamiento social. Ese compromiso constante incluye desde aspectos tangibles hasta cuestiones asociadas al nivel de servicio que lo acompaña.
	Desarrollo de sus integrantes	Suele decirse que el patrimonio de una empresa reside, fundamentalmente, en sus recursos humanos. En este capítulo se considera la calidad de la relación entre la empresa y sus colaboradores. Comprende temas tales como: participación y diálogo, respeto por el individuo, buenas relaciones con los representantes sindicales y contribución a la formación integral del personal y de su núcleo familiar.
	Continuidad del negocio	Cada empresa que se crea son inversiones que desde el punto de vista económico facilitan la generación de riqueza, el aumento de la oferta de trabajo, nuevas posibilidades de desarrollo personal, como también productos que se ponen a disposición de la comunidad. Cada empresa que cesa en su actividad implica recorrer el camino inverso. De allí la importancia que reviste la continuidad del negocio para el avance y progreso social.
Responsabilidad Social Externa	Preservación del medio ambiente	Solo si existe conciencia acerca del entorno natural y del impacto que las empresas pueden tener sobre él cabría argumentar la existencia de una responsabilidad social por parte de las mismas en ese sentido. El cuidado y preservación del medio ambiente es uno de los capítulos más difundidos y cuenta con programas que contemplan desde sistemas para la gestión del impacto ambiental hasta la responsabilidad frente a las generaciones futuras.
	Contribución al desarrollo social y comunitario	La relación de la empresa con su comunidad no puede ser improvisada. Si bien generan empleo y de esta forma contribuyen al progreso comunitario, también es cierto que se sirven de los recursos que ésta pone a su disposición: recursos humanos capacitados, recursos naturales y servicios públicos. La participación de la compañía en el desarrollo social y comunitario puede ser muy amplia y variada, además de permitir el ingreso de sus colaboradores como socios de estos programas a través del voluntariado corporativo. Por último, cada organización puede definir la forma de involucrarse ya sea auspiciando, organizando o financiando actividades conducentes a mejorar la calidad de vida comunitaria.

1.3. Iniciativas en los ámbitos nacional e internacional

En los últimos años puede observarse un interés creciente en este tema, principalmente en el ámbito internacional, aunque también en este país han surgido organizaciones y grupos afines.

Iniciativas institucionales de organismos mundiales de primer nivel ilustran acerca de la importancia que se asigna a la responsabilidad social y constituyen un espaldarazo a favor de la generalización en el compromiso de las empresas

con su entorno social. Entre ellas pueden citarse al Pacto Mundial (UN, 1999), Las Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2000) y El Libro Verde (UE, 2001). Estos documentos resultan valiosos ya que ayudan a estandarizar o formalizar la información al momento de presentar los correspondientes informes a través de los cuales se podrá efectuar la comparación entre empresas, como también estudiar la evolución seguida por éstas en su política social.

En nuestro país existen cátedras universitarias y centros de investigación abocados a su estudio y difusión. Asimismo, instituciones tales como el Grupo de Fundaciones y el Foro del Sector Social, actúan desde 1995 aproximadamente, en el análisis conjunto de aspectos vinculados con la promoción de la RSE y en la articulación entre el sector empresarial y el tercer sector en cuestiones afines a esta materia.

2. Estudio de la responsabilidad social en esta ciudad

2.1. Objetivo de la investigación

El interés observado, tanto en el plano mundial como doméstico, motivó la inquietud por conocer, entre otros aspectos, si existe conocimiento de este tema dentro de la comunidad, si las organizaciones lo han incorporado a sus objetivos y políticas o si se trata de meros actos de carácter filantrópico, y si las acciones que ellas realizan conciben con las aspiraciones que sobre el particular tienen los integrantes de la comunidad. De esta forma se podrá conocer el grado de compatibilidad existente entre las acciones que en forma voluntaria llevan a cabo las empresas y las expectativas de los grupos de interés vinculados a ellas.

2.2. Foco de atención

El objetivo de la investigación es demasiado ambicioso en función al tiempo y a los recursos necesarios para llevarla a cabo, pues exige la obtención de datos de las empresas y de los grupos de interés. En consecuencia, se optó por trabajar sobre las organizaciones y sobre la comunidad de Bahía Blanca afines a una de las actividades más representativas desde el punto de vista económico.

2.2.1. La elección del sector

En esta ciudad existen dos sectores preponderantes en cuanto a su participación en la economía local. Uno de ellos, el más tradicional, incluye a los establecimientos transformadores de las materias primas provenientes de la actividad agropecuaria, conocidos como agroindustrias. El otro, más reciente pero también de importancia significativa, es el relacionado con la industria petroquímica. De ambos grupos empresarios se eligió, para este trabajo, a las agroindustrias por considerar que son representativas de una actividad característica de esta comunidad, que cuenta con una amplia cantidad de organizaciones dedicadas a la elaboración de variados productos alimenticios, y fundamentalmente, porque permite acceder a mayor cantidad y mejor calidad de información que en la alternativa desechada.

2.2.2. La composición del sector: empresas que lo integran

A partir de un informe preparado por el CREBBA³, se considera empresas productoras de alimentos a aquellas que utilizan insumos originarios del sector primario vinculado a la actividad agropecuaria y que para el caso de la ciudad de Bahía Blanca se limita a los provenientes de la agricultura y de la ganadería.

Por ende, la población del estudio queda conformada por los establecimientos comprendidos dentro de las actividades molinera, fideera, panificadora, aceitera y cárnica que desarrollan tareas de fraccionamiento, transformación y envasado de productos en esta ciudad durante el período 2005-2006, de acuerdo a lo establecido en el Código Alimentario Argentino. Las empresas que cumplen los requisitos establecidos y de las cuales se obtendrá información para este trabajo ascienden a cuarenta y tres, conforme el siguiente detalle:

Tipo de actividad	Cantidad
Empresas molineras	2
Empresas cárnicas (frigoríficos ciclo I)	1
Empresas cárnicas (frigoríficos ciclo II)	3
Empresas cárnicas (embutidos)	9
Empresas aceiteras	1
Empresas panificadoras	9
Empresas fideeras (pastas frescas)	14
Empresas fideeras (pastas secas)	4
Total empresas	43

2.2.3. Los grupos de interés: diferentes participantes

Los grupos de interés o stakeholders” son aquellos individuos o grupos que dependen de la organización para satisfacer sus propios objetivos y que, a su vez, condicionan la consecución de los objetivos de aquella”⁴.

Su análisis supone la existencia de una sociedad pluralista en términos de disposición de poder. Esta perspectiva hace ver a la empresa como un nudo en una red de relaciones y, por consiguiente, vinculada con todo tipo de grupos y en interacción con ellos. Algunos autores distinguen entre stakeholders internos y externos, situando la línea divisoria en las paredes de la empresa. Otros prefieren efectuar la diferenciación entre compromisos o lazos primarios y secundarios. Los primeros incluyen todas las relaciones directas necesarias para que el negocio alcance la misión más importante de producir bienes y servicios para la sociedad (trabajadores, accionistas, proveedores, clientes, competidores y distribuidores). Los secundarios son el resultado de los impactos causados por la misión o la función primaria de la empresa, entre ellos, comunidad local, gobierno y movimientos sociales. En este trabajo se han identificado los siguientes grupos de interés:

Grupos de interés o stakeholders	
Consumidores	Proveedores de materias primas
Clientes de productos elaborados	ONGs vinculadas al consumo
ONGs vinculadas al cuidado del medio ambiente, cultura, deportes, acción social y educación	Estado municipal a través de las funciones de Acción Social, Cultura, Deportes, Medio Ambiente y Educación
Cámaras empresarias de sectores afines	Sindicatos de ramas afines a la alimentación

2.3. Delimitación del concepto de RSE a los efectos de este estudio

Es una etapa fundamental para caracterizar el comportamiento social de las empresas. No es común encontrar coincidencia total en la doctrina pues las condiciones espacio - temporales influyen en la opinión de los autores, incluso algunos de ellos incluyen aspectos vinculados a la observancia del marco normativo cuando, conforme con lo expresado por CAVACORTA⁵, se trata de acciones emprendidas libremente por las empresas, a favor de las personas, y que van más allá del cumplimiento de la ley.

En este estudio se ha diferenciado entre aspectos internos y externos. Dentro de los primeros se incluyen cuestiones relacionadas con los productos ofrecidos, con el aporte que se efectúa al desarrollo de sus integrantes y con el compromiso asumido en cuanto a la continuidad del negocio. Los segundos se preocupan por el cuidado del medio ambiente y por el desarrollo comunitario.

2.3.1. Aspectos internos

Productos ofrecidos por la empresa	Salubridad Aptitud para el consumo Calidad Abastecimiento Precio Contenido real Publicidad Educación al consumidor Atención al cliente
Contribución al desarrollo de su personal	Capacitación inherente al cargo Capacitación en temas de seguridad Educación básica Educación superior Formación para mejorar la calidad de vida Participación en actividades culturales Formación en una cultura solidaria
Continuidad del negocio	Nivel de actividad Generación de puestos de trabajo Incremento en la oferta de productos Incremento en la demanda de insumos

2.3.2. Aspectos externos

Protección del medio ambiente	Reutilización de residuos Reducción en el consumo de recursos no renovables Compensación ambiental Disminución de la polución Cultura relacionada con el cuidado del hábitat
Desarrollo social y comunitario	Actividades vinculadas con la acción social Actividades vinculadas con los deportes Actividades vinculadas con la cultura Actividades vinculadas con la educación Actividades vinculadas con el medio ambiente

2.4. La obtención de datos

El trabajo de campo comprende tanto a las empresas productoras de alimentos como a los distintos grupos de interés. Las empresas y los consumidores fueron consultados utilizando el método de encuestas. Para los restantes stakeholders se acudió al método de entrevistas.

2.4.1. Consulta a las empresas

Las fábricas de alimentos fueron visitadas en su totalidad, es decir, los cuarenta y tres establecimientos que conforman el universo. Esta tarea fue realizada por los integrantes del grupo de investigación, a cuyo fin se diseñó un instrumento estructurado con preguntas cerradas, de alternativas simples y múltiples.

2.4.2. Consulta a los grupos de interés

Con la sola excepción de los consumidores, los restantes grupos de interés fueron entrevistados por los integrantes del grupo de investigación. A saber:

Los sindicatos de ramas afines a la alimentación, las ONGs vinculadas al consumo, las dependencias del Estado Municipal relacionadas con las funciones culturales, educativas, medio ambiente, y acción social fueron consultados en su totalidad.

En el caso de los proveedores de materias primas, las entrevistas se efectuaron a organizaciones intermedias que agrupan a éstos.

Los clientes de productos alimenticios estuvieron representados por las principales cadenas de supermercados radicadas en esta ciudad y por la cámara empresaria que agrupa a pequeños comerciantes.

Por último, se entrevistó a las instituciones más representativas vinculadas al quehacer social y comunitario.

Por su parte, los consumidores requirieron un tratamiento especial. Considerando que abarcan a todos los hogares de esta ciudad, se decidió utilizar el método de encuestas lo cual exigió diseñar un instrumento estructurado con preguntas cerradas, de alternativas simples y múltiples. Los alumnos de la cátedra de Comercialización de la carrera de Licenciatura en Administración realizaron el trabajo de campo como parte de las actividades prácticas programadas durante el período de cursado y supervisado por los docentes a cargo de la asignatura.

El trabajo comprendió la realización de 1067 encuestas y para que resultara representativo del universo considerado, fue necesario elaborar un plan de muestreo aleatorio estratificado por sectores.

Tipo de investigación: cuantitativa

Técnica: encuesta personal con contacto de la unidad de muestreo en el hogar.

Instrumento de recolección de datos: cuestionario estructurado con preguntas cerradas, de alternativas simples y múltiples.

Población: hogares de la ciudad de Bahía Blanca.

Diseño muestral: estratificado por sectores.

Tamaño de la muestra: 1067 hogares. Error de + 3.00% - Confiabilidad de 95%

Fecha de realización: mayo de 2006.

3. Conocimiento resultante

A la fecha de presentación de este informe se están procesando los datos obtenidos en las encuestas y entrevistas. Es intención dedicar el segundo semestre al análisis de la información resultante con la finalidad de:

- Conocer el perfil de cada ente de acuerdo al comportamiento social demostrado en su accionar cotidiano; hacer lo propio con cada rama de actividad y extenderlo a todo el sector económico agro industrial.
- Conocer las expectativas que sobre este tema tienen los grupos de interés relacionados con las empresas del sector, y determinar el grado de compatibilidad entre estas últimas y esos grupos.
- Analizar los efectos que provoca la falta de correspondencia entre las acciones y/o inacciones, y las expectativas o la falta de ellas, por parte de estos actores.

3.1. El conocimiento de los perfiles

En su diario accionar, las agro-industrias observan con mayor o menor intensidad cada uno de los atributos de la RSE, conforme a la delimitación efectuada del concepto. Ese comportamiento permite conocer su perfil en las cuestiones vinculadas con su contribución al desarrollo social. El objetivo de esta investigación no pasa por detenerse a analizar la situación particular de cada empresa. Sin embargo, cada perfil individual puede contribuir a mejorar aquellas facetas en donde se hayan detectado mayores deficiencias. Incluso, la realización de este análisis en diferentes momentos de su evolución ayuda a comprender el progreso en cuestiones asociadas a su política social.

Conocer los perfiles individuales conduce a la obtención del representativo de cada rama de actividad. Así se tendrá el perfil correspondiente a las empresas molineras, elaboradoras de pastas, panificadoras, etc. Este avance posibilitará trabajar en dos nuevos análisis:

- Comparar cada empresa con su rama de actividad para apreciar si su desempeño es superior, igual o inferior al de sus competidoras y, en caso que corresponda, elaborar un plan de mejora.
- Comparar las diferentes ramas de actividad para conocer cuál/les se encuentra/n con mayor grado de avance y, al igual que en el caso anterior, tratar de superar las carencias competitivas a través del uso del benchmarking.

Una vez obtenido el perfil de cada rama, se puede preparar el perteneciente a todo el sector agro industrial para apreciar el esfuerzo que realizan estos empresarios en la búsqueda de una mejor calidad de vida comunitaria, como también determinar en qué aspectos correspondería enfocarse para que los resultados fueran aun mayores.

3.2. El grado de compatibilidad

Tan importante como indagar acerca de las empresas es conocer qué esperan de ellas sus stakeholders puesto que puede ocurrir que alguna/s de la/s acción/es emprendida/s por la/s empresa/s no sea/n valorada/s por estos terceros implicados.

Puede suceder, también, que los grupos de interés posean expectativas no satisfechas con relación a determinados atributos.

Esta investigación permitirá determinar el grado de compatibilidad entre el comportamiento social empresario y las expectativas de sus stakeholders, así como la falta de concordancia entre unos y otras.

3.3. Los efectos de la falta de correspondencia

En el gráfico anterior se aprecia que no todos los comportamientos impulsados por las empresas tienen necesariamente su correspondencia en los grupos de interés y, viceversa, muchas veces estos terceros tienen expectativas que tampoco resultan cumplidas por las empresas. Por ejemplo: un fabricante de alimentos local puede no considerar prioritaria la continuidad en el abastecimiento. Sin embargo, para los consumidores es fundamental que su proveedor preferido respete este atributo. ¿Se ha preguntado el proveedor cómo actúa ese consumidor en caso que su pretensión no sea respetada?. En sentido análogo, un proveedor puede estar convencido que su función, además de ofrecer un producto útil, es educar al consumidor para que éste obtenga un mejor aprovechamiento del mismo. Sin embargo, los consumidores de este tipo de bienes no están preparados para recibir ese servicio del fabricante. En consecuencia, no valoran el esfuerzo que, desde el lado de la oferta, se realiza hacia quienes lo demandan. Si bien la intención ha sido positiva, no puede decirse lo mismo respecto al efecto conseguido. ¿Se ha preguntado ese proveedor cómo debería

actuar para obtener mejores resultados en situaciones similares?

4. Conclusiones preliminares

Es posible imaginar que tanto las empresas como los grupos afines pudieron actuar diferente. Quizá, ni unas ni otros estén convenientemente preparados para ello. Recuérdese la referencia hecha al enfoque clásico cuando se comenzó este informe. En poco más de 50 años ha cambiado radicalmente la concepción relativa a la función que la empresa debe cumplir en la sociedad. A través de esta investigación se pretende aportar conocimiento acerca del estado en que la RSE es considerada dentro de la comunidad local, por cada uno de sus actores, como también las diferentes iniciativas que el sector económico analizado puede impulsar para contribuir a mejorar la calidad de vida. Una vez conocido el perfil y el grado de compatibilidad entre acciones y expectativas podrán aportarse ideas en ese sentido. Esa es nuestra intención y hacia ella nos dirigimos.

Notas

1 Robbins-Coulter (páginas 140-5) desarrollan el enfoque clásico sobre RSE defendido por el economista Milton Friedman.

2 Miguel Cavacorta es Director de Relaciones Públicas e Institucionales del Colegio Universitario IES Siglo 21. El concepto citado proviene de un artículo publicado por el autor en el boletín electrónico de fecha 23/05/06 editado por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) www.iarse.org

3 El concepto y la clasificación de agro industrias fueron obtenidos del artículo "Agroindustria: cadenas de valor en la región". CREEBA, IAE-83, páginas 20-8, Bahía Blanca, noviembre de 2005.

4 Este concepto fue extraído de Johnson-Scholes, página 182.

5 Cavacorta, op.cit.(2006).

Referencias bibliográficas

Fernández Gago, Roberto. Administración de la responsabilidad social corporativa. Thomson, Madrid, 2005.

Johnson-Scholes. Dirección estratégica. Prentice Hall, Madrid, 2001, 5ta. edición.

Kliksberg, Bernardo. Más ética, más desarrollo. Tesis, Buenos Aires, 2004.

Maglieri, Gustavo. Dirección de organizaciones sociales. Ugerman, Buenos Aires, 2003.

Paladino, Marcelo. La responsabilidad de la empresa en la sociedad. Ariel, Buenos Aires, 2004.

Robbins, Stephen y Coulter, Mary. Administración. Prentice Hall, México, 2000, 6ta. edición.