



SESIONES DE DIÁLOGO

IMAGEN DEL SECTOR PRIVADO

Documento de trabajo

Preparado para:



Por:

**Sergio Berensztein /Director
Poliarquia Consultores**

12 de octubre de 2007

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como objetivo proveer información sobre la imagen del sector privado en la Argentina. A tal fin, se ha seleccionado una serie de núcleos temáticos que dan cuenta de cuál es la percepción que tiene la población sobre el sector privado. Siguiendo esta línea, se incluyen diferentes secciones con información específica sobre: la imagen y el desempeño del sector privado, la confianza en las grandes empresas, el balance de poder en la sociedad, las articulaciones con la comunidad: la responsabilidad social empresaria (RSE) y el desempleo.

Se han consultado cuatro fuentes: Corporación Latinobarómetro, estudios de opinión pública realizados por Poliarquía Consultores, SEL consultores y ComunicarRSE.

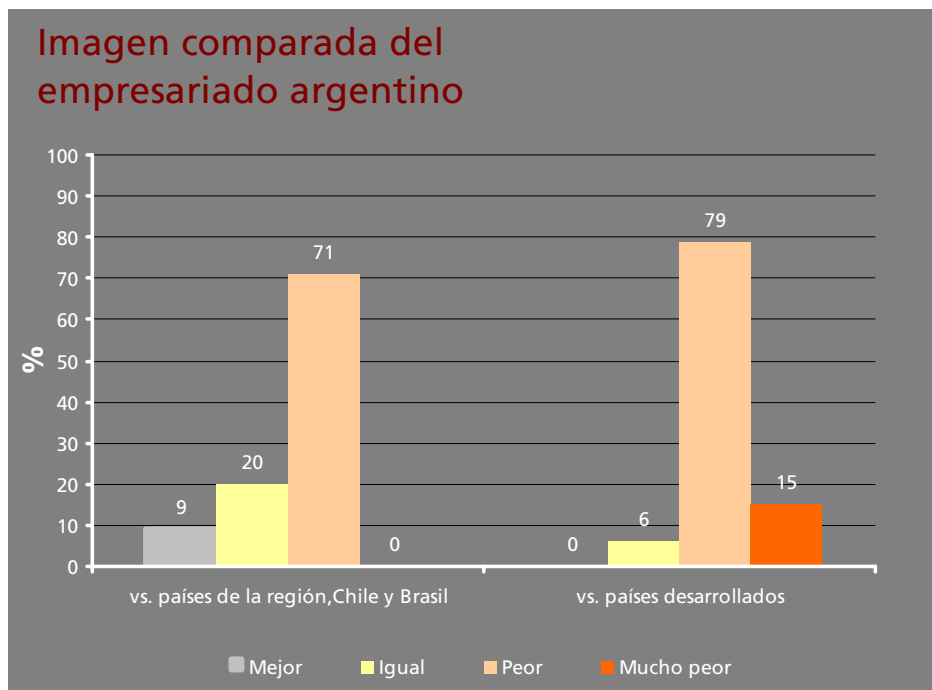
Latinobarómetro es un estudio de opinión pública que aplica anualmente alrededor de 19.000 entrevistas en 18 países de América Latina recabando la opinión de más de 400 millones de habitantes. La información recabada mediante el Latinobarómetro permite obtener un marco regional para contextualizar los datos sobre Argentina. Entre los principales núcleos temáticos indagados, se incluye el desarrollo de la democracia y las economías, así como las sociedades con indicadores de opinión, actitudes, comportamientos y valores.

En cuanto a los sondeos de opinión pública, de un estudio realizado por Poliarquía Consultores, se rescata la percepción de la población acerca del funcionamiento de las instituciones, la confianza que éstas inspiran y las valoraciones que tienen con respecto a grupos específicos. Adicionalmente, se cita un estudio reciente realizado por SEL consultores y otro de ComunicarRSE, para abordar el tema de la *Responsabilidad Social Empresaria* como modo de articulación del sector privado con la comunidad.

IMAGEN Y DESEMPEÑO DEL SECTOR PRIVADO

A partir de un Estudio de SEL consultores se desprende que al preguntar a los entrevistados sobre la imagen comparada del empresariado argentino, el 71% sostiene que es *peor* si se lo contrasta con el empresariado brasilero y el chileno. Asimismo, esta cifra asciende al 79% cuando se lo compara con el empresariado de los países desarrollados. Adicionalmente, un 15% de los consultados cree que la imagen es *mucho peor* que la de los países desarrollados.

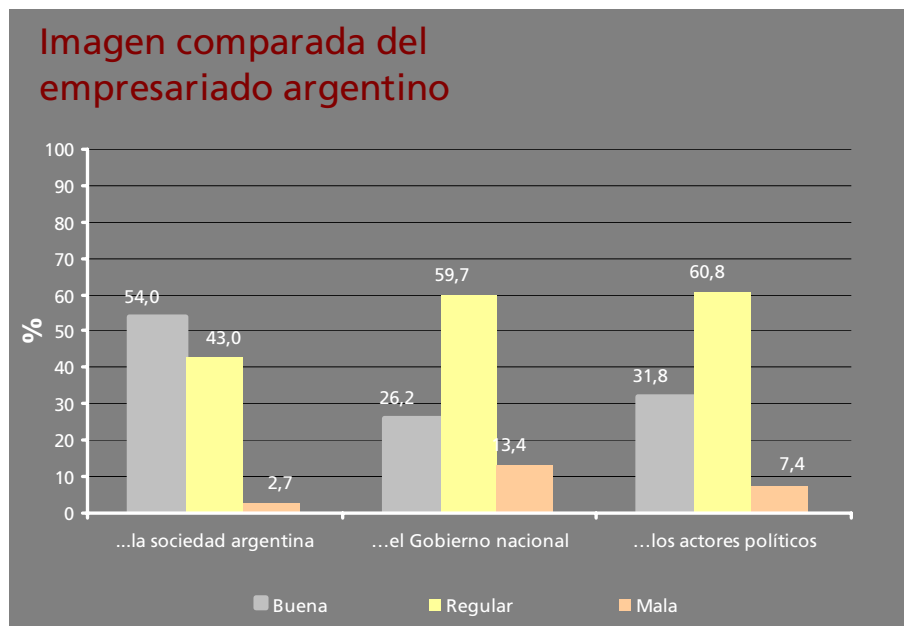
*“¿Cree que la imagen del empresariado en el país es mejor, igual, peor o mucho peor que la de los países de la región, particularmente en Chile y Brasil?
Y que la que la de los países desarrollados?”*



Fuente: SEL Consultores, Encuesta de Clima de Negocios, 3º trimestre 2007

Ahora bien, al indagar sobre la relación entre las empresas argentinas y la sociedad, el 54% considera que la relación es *buena*, el 43% cree que es *regular* y sólo el 2,7% sugiere que es *mala*. En cuanto a la relación del empresariado con el Gobierno nacional, el 59,7% afirma que es *regular*, el 26,2% sostiene que es buena y el 3,4% asevera que es *mala*. La relación con los actores políticos es mayoritariamente *regular*, según los entrevistados (60,8%). Sólo el 31,8% piensa que la relación es *buena*, mientras que el 7,4% señala que es *mala*.

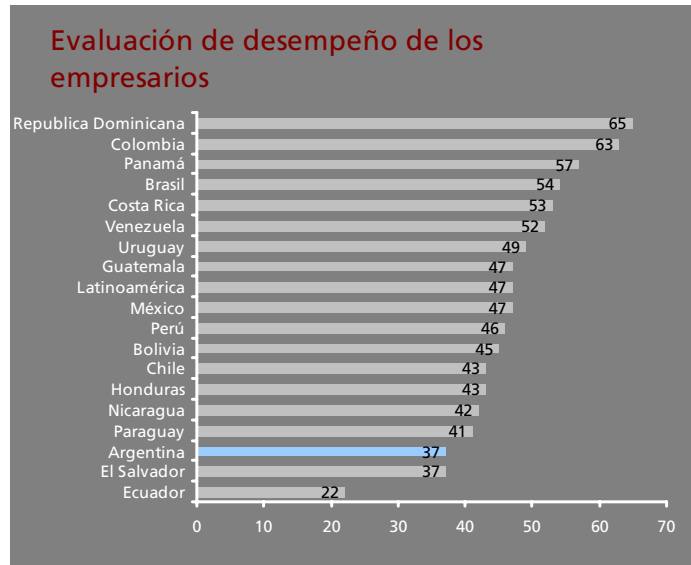
“¿Cómo evalúa la relación entre las empresas y...”



Fuente: SEL Consultores, Encuesta de Clima de Negocios, 3º trimestre 2007

Al evaluar el desempeño de los empresarios, los datos obtenidos del Latinobarómetro a nivel regional señalan un promedio de 47% de calificaciones positivas en América Latina, mientras que la Argentina obtiene un 37%, al igual que El Salvador y supera solamente a Ecuador, que obtiene un 32%.

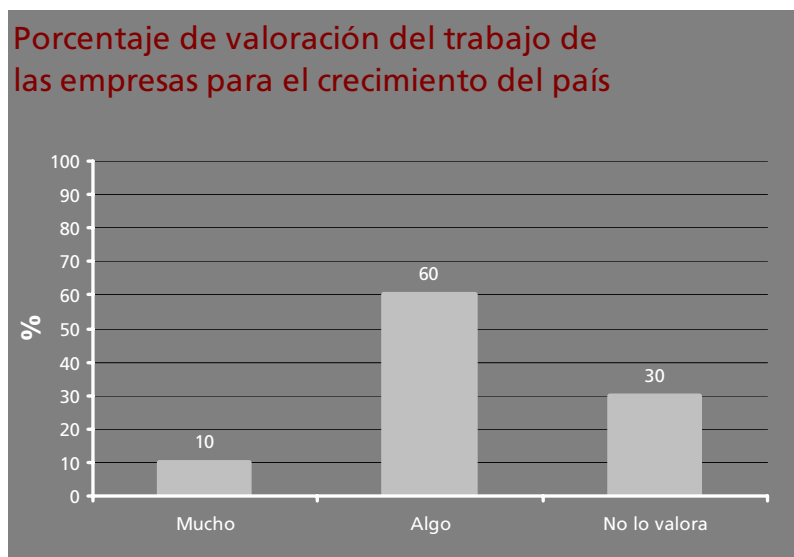
Países como República Dominicana, Colombia, Panamá, Brasil, Costa Rica y Venezuela obtienen las mejores calificaciones, superando el 50% de evaluaciones positivas.



Fuente: Latinobarómetro. 2006.

Si se complementa esta información con el estudio de SEL Consultores, se obtiene que el 60% considera que la sociedad argentina valora *algo* el trabajo que realizan las empresas para el crecimiento del país y que el 30% no valora el esfuerzo del empresariado. Sólo un 10% cree que se valora mucho el trabajo del sector privado para el crecimiento del país.

¿Usted considera que la sociedad argentina valora el trabajo de las empresas para el crecimiento del país?



Fuente: SEL Consultores, Encuesta de Clima de Negocios, 3º trimestre 2007

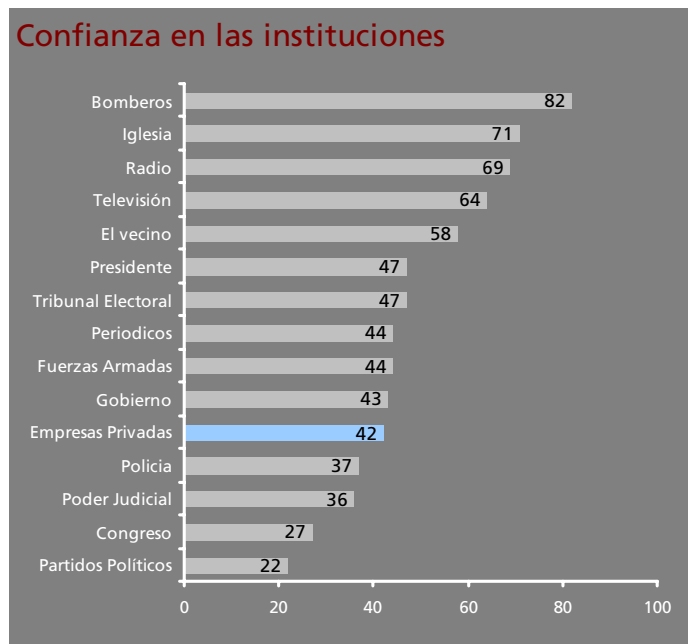
CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES

Si se toma en consideración la confianza que la población de América Latina tiene en diferentes instituciones, es válido sostener que los bomberos aglutinan el mayor nivel de confianza (82%) y las empresas privadas registran un promedio de 42%.

Así, se sitúan por debajo de la Iglesia, los medios de comunicación, las Fuerzas Armadas y el Gobierno, entre otros; y sólo superan a la Policía, el Poder Judicial, el Congreso y los Partidos Políticos.

Al revisar los resultados de una investigación de Poliarquía Consultores se observa que el nivel de (des)confianza en las instituciones -en general- es sumamente alto. Esto puede

inferirse de la diferencia entre los porcentajes de las personas que afirman que confían y las que sostienen que no confían. El valor neto es negativo en todos los casos.



Fuente: Latinobarómetro. 2006.

Encabezan el listado de instituciones "más confiables" los medios de comunicación y la Iglesia Católica. Por otra parte, los sindicatos, las agrupaciones piqueteras y los partidos políticos son las instituciones que resultan "menos confiables", con un resultado neto negativo superior al -75% y casi -88% en el caso de los partidos políticos.

	Confian (1)	No confian (2)	Dif (1-2)
Los medios de comunicación	43,9	55,4	-11,5
La Iglesia Católica	41,6	57,5	-15,9
El gobierno nacional	36,9	62,4	-25,5
La gendarmería	30,6	62,9	-32,3
La prefectura	27,6	60,7	-33,1
El ejército	25,7	72,2	-46,4
Las grandes empresas	19,6	76,0	-56,4
La policía federal	19,4	76,3	-56,9
El Poder Judicial	17,1	81,5	-64,4
La policía de su provincia	16,4	82,4	-66,0
La administración pública	15,3	81,6	-66,3
El Congreso	15,7	82,1	-66,4
Los sindicatos	10,4	87,2	-76,8
Las agrupaciones piqueteras	5,0	91,9	-86,9
Los partidos políticos	5,8	93,0	-87,2

En la Argentina, casi un 20% de la población sostiene que confía en las empresas privadas, posicionándolas en el séptimo lugar de las instituciones en las que confían.

Fuente: Poliarquía Consultores, encuesta nacional de 2000 casos, en grandes centros poblacionales. Junio 2007.

BALANCE DE PODER EN LA SOCIEDAD

Una dimensión que permite entender cuál es la percepción sobre el peso relativo del empresariado en una sociedad determinada es aquella que intenta identificar cuál es el actor más poderoso de la sociedad.

En este sentido, es importante destacar que el promedio para América Latina refleja que el Gobierno es el actor más poderoso (59%) y en segundo lugar las grandes empresas (46%). En el caso de la Argentina, las grandes empresas aparecen como el actor más poderoso (60%) y le sigue el Gobierno con un 51%.

Tanto para Bolivia, Brasil, Colombia, México, Paraguay, Uruguay como para Venezuela, el actor con más poder es el Gobierno. En estos casos, se le asigna un porcentaje superior al 50%, con valores máximos del 70% para Venezuela. Así, sólo en Chile aparecen también las empresas como los actores más poderosos de la sociedad.

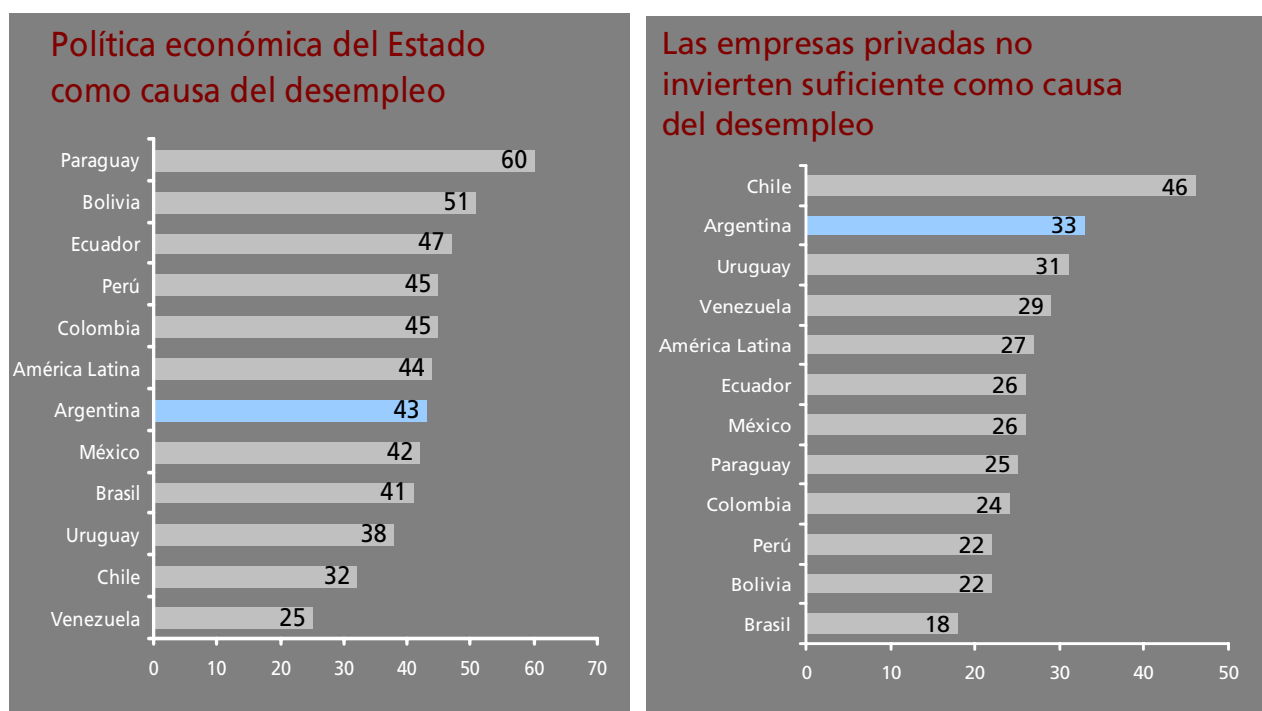
Pais	1° más poderoso	2° más poderoso
América Latina	El gobierno (59%)	Las grandes empresas (46%)
Argentina	Las grandes empresas (60%)	El gobierno (51%)
Bolivia	El gobierno (50%)	Las grandes empresas (47%)
Brasil	El gobierno (49%)	Los bancos (47%)
Chile	Las grandes empresas (62%)	El gobierno (58%)
Colombia	El gobierno (67%)	Las grandes empresas (45%)
Ecuador	El parlamento/congreso (51%)	El gobierno (50%) y los partidos políticos (50%)
México	El gobierno (65%)	Los partidos políticos (36%)
Paraguay	El gobierno (62%)	Los partidos políticos (48%)
Perú	El gobierno (67%)	Las grandes empresas (51%)
Uruguay	El gobierno (52%)	Las grandes empresas (47%)
Venezuela	El gobierno (70%)	Los militares (44%)

Fuente: Latinobarómetro. 2006.

ARTICULACIONES CON LA COMUNIDAD: DESEMPLEO Y RSE

La crisis de 2001 dejó como resultado una de las principales preocupaciones o problemas de la sociedad argentina: el desempleo. En consecuencia, resulta interesante indagar cuál es la percepción respecto de las causas del desempleo, puesto que afecta directamente la apreciación que se tiene sobre los sectores productivos.

El Latinobarómetro indaga sobre las causas del desempleo al preguntar "a qué se debe en primer lugar el desempleo actual". Los siguientes gráficos muestran los resultados para las dos menciones más relevantes que pueden sintetizarse en: la política económica del Estado y la ausencia de inversión de las empresas privadas como causa del desempleo.



Fuente: Latinobarómetro 2006

A nivel regional, el promedio para América Latina indica que un 44% de la población cree que la principal causa del desempleo es que el Estado tiene una política económica inadecuada y luego que las empresas no invierten lo suficiente, con un 27%.

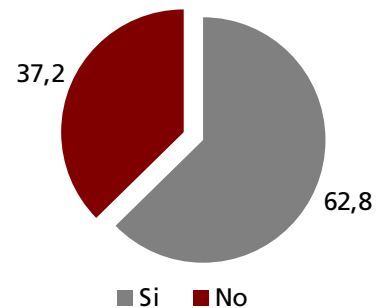
En la Argentina un 43% cree que la principal causa del desempleo es que el Estado tiene una política económica inadecuada, mientras que un 33% cree que la falta de inversión de las empresas privadas es el motivo primordial por el cual hay desempleo. Esta última cifra es seis puntos porcentuales mayor que el promedio regional.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (RSE) UNA MIRADA PARA LA ARGENTINA

Según un estudio realizado por ComunicaRSE (2005), el 47% de los argentinos conoce el término RSE y considera muy importante este nuevo rol de la empresa.

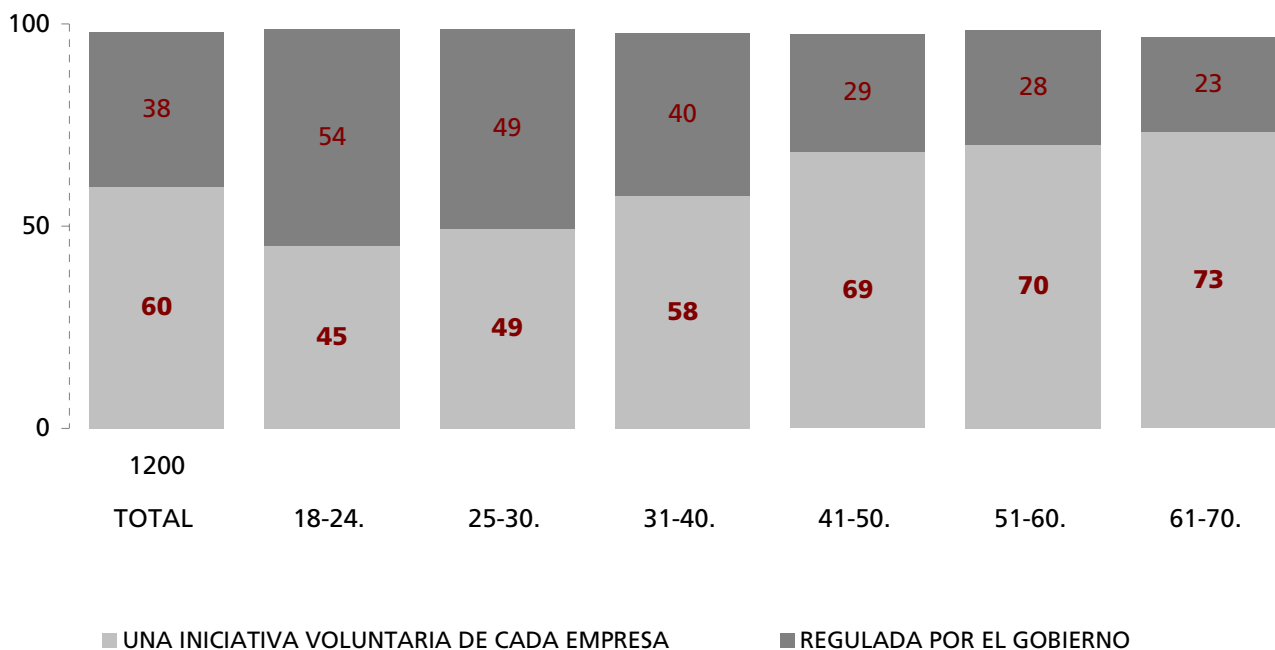
De un total de 462 entrevistados que trabajaban en relación de dependencia, el 62,8% respondió positivamente al ser consultados acerca de si considera que su empleador es Socialmente responsable.

“¿Cree que su empleador es Socialmente responsable?”

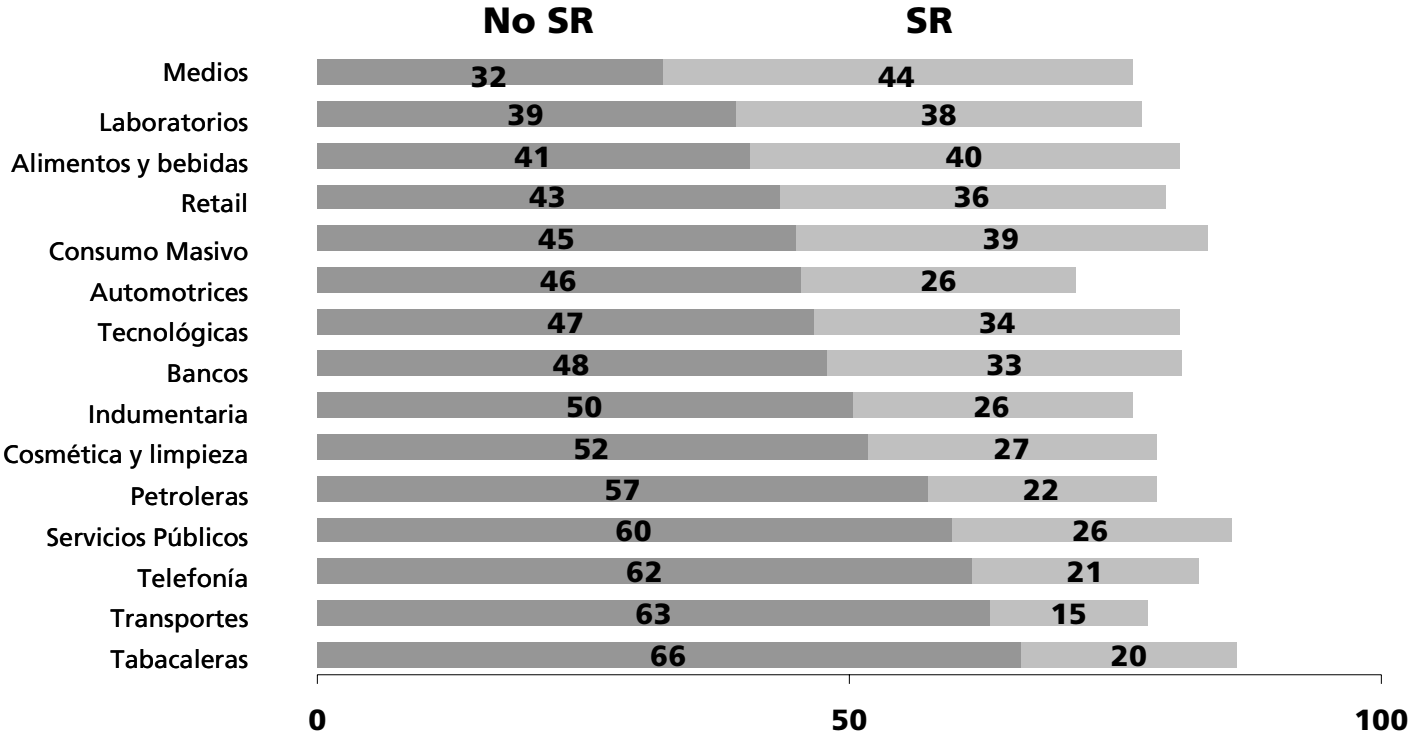


Luego se los consultó acerca de si la RSE debería ser una iniciativa voluntaria o si debería estar regulada por el gobierno. En este caso, las respuestas variaron ligeramente en función de la edad de los entrevistados. Son más significativas las diferencias en cuanto a la predisposición a que el gobierno intervenga entre las personas más jóvenes y las mayores. Estas últimas son las más reticentes.

“¿Cree que la RSE debería ser una iniciativa voluntaria de las empresas o debería estar regulada por el gobierno?”



Al consultar acerca de qué sectores son percibidos como Socialmente Responsables, los medios y los laboratorios son los que mayor puntaje obtienen junto con los sectores de alimentos y bebidas. Los sectores de telefonía, transportes y las tabacaleras son percibidos en su mayoría como no responsables socialmente.



Adicionalmente se observa una correspondencia significativa entre la definición espontánea de la RSE y la valoración de ciertos atributos. Los atributos más destacados por la gente son el empleo y la calidad y precio de los productos.

