

Informe Técnico

“IDENTIFICACIÓN DE ACTORES SOCIALES PARA LA DELEGACIÓN ESQUEL DE LA FCE UNPSJB”

Autores:

Nora B. Trifaró, Silvia López, M. Celeste Ramírez, Norma Casado, Patricia Blanchod, Carlos Domínguez (Unidad Ejecutora del Proyecto)

Cátedras:

- Administración Aplicada – Contador Público F.C.E. Delegación Esquel
- Administración de la Comercialización – Lic. en Administración. F.C.E. Sede Trelew
- Administración de Servicios – Tecnicatura Bancaria F.C.E. Sede Trelew y Delegación Esquel
- Administración General – Ciclo Básico F.C.E.
- Estadística - Ciclo Básico F.C.E. Sede Trelew y Delegación Esquel

Dirección Postal: Lezana Nº 921 – Trelew (9100)

Dirección Electrónica: nora.trifaro@gmail.com

RESUMEN:

En el presente informe técnico se exponen los actores sociales identificados como interactuantes con el microentorno de la Delegación Esquel de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, cuyas representaciones sociales se indagarán durante el transcurso de la investigación en el marco del Proyecto “Actores y Factores del microentorno de la Delegación Esquel de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco”.

PALABRAS CLAVE: Actores - Representaciones Sociales

INTRODUCCIÓN:

El presente trabajo se halla enmarcado en el Proyecto de Investigación: **“Actores y Factores del microentorno de la Delegación Esquel de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco”**, que pretende brindar información sobre actores sociales involucrados y factores del microentorno que intervienen en el proceso relacional de la Delegación de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNPSJB, de modo de coadyuvar a la adecuada toma de decisiones para la planificación, gestión y control de la Institución.

El proyecto se contextualiza en un nuevo escenario en el cual se modifican las formas en que se organizan, se piensan y se articulan los procesos educativos promoviendo cambios profundos en la gestión de las universidades, impulsándolas hacia una integración progresiva de criterios de gestión pública con criterios de gestión empresarial. Esta evolución reclama cambios estratégicos en la administración de la capacidad de anticipación de las demandas futuras.

Se debe ubicar la relación Facultad y Sociedad en la perspectiva estratégica del desarrollo de la región y dar respuestas a la incertidumbre existente, y ello implica desarrollar procesos de investigación, desarrollo e innovación que pongan en cuestión la calidad de las políticas y propuestas de formación vigentes.

MARCO TEÓRICO:

Se puede definir a los *actores sociales* como sujetos colectivos que controlan recursos de poder (asociación de voluntades, de movilización social, de representación, recursos económicos, etc.) suficientes como para influir en forma determinante sobre los acontecimientos que afectan el desarrollo organizacional.

- Los actores tienen fines y actúan para lograrlos,
- Eligen ciertos medios para llegar a esos fines,
- Ponen en juego recursos, costos y beneficios,
- Pueden actuar intencionalmente,
- Pueden utilizar racionalidad paramétrica o estratégica,
- Son capaces de influir,
- Conocen muchas formas de actuar,
- Se rigen por normas,
- Piensan e implementan estrategias distintas,
- Su acción puede ser más o menos eficaz y eficiente.

En la estructura social los actores ocupan diferentes posiciones y desempeñan múltiples roles. Es precisamente esta complejidad de relaciones la que permite que estos actores puedan efectivamente influir y cambiar la realidad que los rodea. Esta multiplicidad de roles, en relación permanente, abre márgenes para espacios de autonomía de los distintos actores sociales y para la configuración de campos estratégicos de acción. Se puede definir a los *factores* como aquellos elementos que producen un efecto o que contribuyen a la consecución de ciertos

**“ACTORES Y FACTORES DEL MICROENTORNO DE LA DELEGACIÓN ESQUEL
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO”**

resultados. Estudiamos factores vinculantes de los actores sociales y nuestro sistema en análisis.

En el ámbito comercial, se define *Entorno* como el lugar donde la organización debe efectuar la búsqueda de sus oportunidades y de posibles riesgos; está integrado por todos los actores y factores no controlables que afectan la capacidad organizacional para negociar con eficacia con su mercado meta, que influyen en el comportamiento del mercado y en las decisiones de la organización, condicionando el desarrollo de la relación de intercambio. Existen factores demográficos, económicos, culturales, sociales, legales, políticos, tecnológicos y del medio ambiente, que, aunque más lejanos y genéricos, afectan las actividades comerciales y a otros aspectos de la vida de las organizaciones y de la sociedad: el Macroentorno. Otros actores y factores, que son el objeto de estudio de esta investigación y constituyen el Microentorno, ejercen una influencia inmediata a la organización afectando su capacidad de satisfacer a sus clientes internos y externos. Así como desde el enfoque empresarial nos referimos a la organización misma, los suministradores, los intermediarios, los diferentes tipos de clientes, los competidores y el público como actores del microentorno de la empresa, deberemos reconocer a aquellos que interesa investigar en nuestra unidad de análisis: **El microentorno de la Delegación Esquel de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.**

ACTORES:

A los efectos de nuestra investigación, se consideran actores sociales involucrados con el Microentorno de la Facultad de Ciencias Económicas, los siguientes:

La organización misma:

- Decanato
- Secretaría Académica
- Secretaría de Investigación
- Secretaría de Extensión
- Secretaría de Posgrados
- Coordinaciones de la cuatro secretarías en Esquel
- Departamentos Académicos
- Departamento Alumnos
- Bedelías
- Grupos de investigación relacionados con la FCE
- Otros No docentes de la UNP
- Delegación zonal y otras dependencias
- Centros de estudiantes de la FCE y de otras facultades

Los suministradores:

Gobierno (nacional y provincial. Aparte de la función de suministrador de recursos, como regulador y apoyo institucional)

**“ACTORES Y FACTORES DEL MICROENTORNO DE LA DELEGACIÓN ESQUEL
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO”**

Docentes

No Docentes

Otros proveedores de insumos (incluyendo donantes)

Los intermediarios:

Docentes de la FCE en tareas de impulsión en las Escuelas (Fuerza de ventas)

Docentes y Directivos de Escuelas Secundarias

Medios de Comunicación

Agencias de Publicidad

Grupos de investigación

Intermediarios financieros (Oficina de Becas)

Profesionales en Psicopedagogía y Orientación Vocacional

Los diferentes tipos de “clientes”:

Alumnos actuales de la FCE

Alumnos que cursan secundario

a. de Esquel

b. de otras ciudades (aledañas o del resto del país)

Alumnos cursando estudios de nivel superior

a. de otras delegaciones FCE

b. de otras universidades

c. de otras instituciones terciarias

Personas que no se encuentran estudiando

Graduados

a. de la FCE

b. de otras facultades, otras carreras u otras delegaciones

Alumnos que dejaron de estudiar

Alumnos que se cambiaron (de carrera, o de institución educativa manteniendo la carrera)

Influenciadores (Padres y Familiares)

La competencia:

FCE de otras delegaciones

Otras facultades UNP

Otras universidades (cualquier facultad)

Instituciones terciarias (cualquier carrera)

**“ACTORES Y FACTORES DEL MICROENTORNO DE LA DELEGACIÓN ESQUEL
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO”**

Educación a distancia

Competencia potencial: Universidad provincial

Los públicos:

Públicos financieros: Bancos de Esquel (Banco de la Provincia del Chubut S.A. y Banco Patagonia Sudameris S.A.)

Públicos de los medios: Diarios locales (El Chubut, Jornada, Esquel) y nacionales (Clarín, Ámbito Financiero, Nación), Radios AM y FM de la Provincia, Radios nacionales y TV locales.

Públicos gubernamentales: estamentos estatales que realicen actos y dicten reglamentaciones gubernamentales que influyan en la capacidad de la organización para cumplir los objetivos.

Públicos de Acción ciudadana: CPCECH, CICECH, otras ONGs

Públicos locales: habitantes de cada localidad de la Comarca.

Público general: Asociaciones a nivel nacional (ADENAG, EDUCA, SADAF, etc.), actores de otras Universidades, población nacional, etc.

Públicos internos: empleados y trabajadores de la FCE. (Autoridades, Docentes profesores, auxiliares concursados, practicantes, No docentes)

Las organizaciones de demanda laboral:

Administración Pública

Empresarios

Profesionales independientes

Consultoras de empleo temporario

Organizaciones demandantes de servicios desde la FCE (pasantes, graduados, grupos de cátedra o staff de profesionales requeridos por empresarios, ONGs. y organismos públicos)

CONCLUSIONES:

En el primer período, hemos decidido investigar a los siguientes actores, considerados de interés primordial:

Alumnos que cursan secundario de Esquel y Trevelin

Alumnos actuales de la FCE

En el segundo período, abordaremos a:

Graduados de la FCE y de otras facultades, otras carreras u otras delegaciones

Delegados Zonales de la UNP en Esquel

Alumnos que se cambiaron (de carrera, o de institución educativa manteniendo la carrera)

Públicos locales: habitantes de cada localidad de la Comarca

Influenciadores (Padres y Familiares)

Empresarios

En el tercer período, abordaremos a:

Profesionales independientes

Organizaciones demandantes de servicios desde la FCE (pasantes, graduados, grupos de cátedra o staff de profesionales requeridos por empresarios, ONGs. y organismos públicos)

En el transcurso de la investigación, a través de resultados parciales obtenidos a través de encuestas y observación se han perfilado algunos factores que merecen un estudio especializado puesto que exceden las capacidades profesionales y temporales del equipo que conforma el proyecto de investigación. En esta instancia, aún no se han obtenido resultados concluyentes que permitan aseveraciones indubitables.

Esperamos delinear algunas tendencias concluyentes al final del período planificado para concluir con los trabajos de investigación en el marco de este Proyecto.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA:

Alonso Rivas, Javier “Comportamiento del Consumidor”. Decisiones y Estrategia de Marketing”, ESIC EDITORIAL, Madrid, España, 1997

Assael, Henry “Comportamiento del Consumidor”, Thompson, D.F., México, 1999

Dubois, Bernard y Rovira Celma, Alex “Comportamiento del Consumidor” Prentice Hall, Madrid, España, 1999

Hawkins, Del I., Best, Roger y Coney, Kenneth A. Adison Wesley Iberoamericana, Argentina, 1994

Kotler, P. y Armstrong, G. “Marketing, Versión para Latinoamérica”. Ed. Pearson Prentice Hall, México, 2007

León, José Luis y Olabarría, Elena “Conducta del Consumidor y Marketing” DEUSTO, Bilbao, España, 1991

Loudon, David L. y Della Bitta, Albert J. “Comportamiento del Consumidor: Conceptos y aplicaciones” Ed. MC GRAW HILL, México, 1995

Santesmases Mestre, M., Sánchez de Dusso, F., Kosiak de Gesualdo, G. “Marketing. Conceptos y Estrategias” Pirámide 2000 Versión Argentina Cúspide España, 2004

Schiffman, L.G. y Lazar Kanuk, L. “Comportamiento del Consumidor”. PRENTICE HALL HISPANOAMERICANA S.A., México, 1991