

Hacia un mapa de la representación instituida e instituyente del empresariado cordobés. Tramas e historia en torno al “Grupo de los 6” de la provincia de Córdoba 2015-2019

Towards a map of instituted and instituting representation. Wefts and history around the “Group of the six” of the province of Córdoba, Argentina 2015-2019

Emilia Schaigorodsky
eschaigorodsky@gmail.com
Universidad Nacional de Villa María

Resumen

El artículo se orienta a mostrar los resultados de una investigación llevada adelante en torno al Grupo de los 6, que reúne las principales organizaciones representativas del empresariado de la provincia de Córdoba, Argentina, en el período 2015-2019. Como parte de una indagación más amplia, se buscó historizar y profundizar la trama de organizaciones y principios de reunión heterogéneos del empresariado local, de modo de ampliar el espectro de análisis del poder económico en la provincia. A partir del análisis documental, entrevistas y revisión periodística, se arribó a una caracterización que, aparte de los criterios clásicos de representación como son la rama de actividad y la localización geográfica, muestra la gravitación de nuevos entramados en torno a actividades económicas novedosas y principios de organización extra-económicos.

Palabras clave: empresariado; elite económica; organización política

Abstract

The article aims to show the results of a research carried out regarding the “Group of the six” (G6), which gathers the main representative organizations of the business sector in the province of Cordoba, Argentina, in the years 2015 to 2019. As a part of a broader inquiry, we historicized and constructed a weft of heterogeneous organizations and principles of gathering of the local business community, as a way to broaden the scope of analysis of economic power in the province. With the resort to document analysis, interviews and a review of the press, we arrived at a characterization that, besides classic principles like economic branch and geographical location, shows the growing gravitation of new networks weaved around new-fangled economic activities and extra-economic factors of union.

Keywords: business sector; economic elite; political organization

Hacia un mapa de la representación instituida e instituyente del empresariado cordobés. Tramas e historia en torno al “Grupo de los 6” de la provincia de Córdoba 2015-2019

Introducción

En este artículo se presentan los resultados parciales de una investigación llevada adelante sobre las sociabilidades en relación con lo político del empresariado de la provincia de Córdoba, Argentina, en el período 2015-2019. La indagación se concentra en la dimensión de análisis “organizativa” recortada para la caracterización de las sociabilidades empresariales en relación con lo político en la provincia de Córdoba. Con ella, se pretende dar cuenta de los mecanismos de organización que, con diferentes grados de institucionalización, sirven de marco para el despliegue de prácticas colectivas de tipo gremial y corporativo a nivel local. El posicionamiento de la investigación es que, la generación de acciones políticas colectivas no se supone como la representación de intereses de carácter homogéneo. De igual manera, la formulación de demandas y tareas de representación no agotan la dimensión política y la relación con el Estado. Las organizaciones en sí mismas no configuraron el objeto principal de la investigación sino que, más bien, se presentan como los escenarios privilegiados a partir de los cuales comenzar a identificar relaciones de relevancia.

Una primera dimensión desde la cual se puede abordar la caracterización de las entidades empresariales en lo organizativo, es el grado de representación *formal* que ejercen respecto de empresas y actores económicos. Desde aquí, existen cuatro gradaciones posibles (Dossi y Dulitzky, 2018:78). Las organizaciones de primer grado son las “cámaras” en las cuales se reúnen empresarios o empresas (personas jurídicas) que comparten una rama de actividad o un mismo tipo de capital. En el segundo grado se encuentran las agrupaciones que aglutinan empresas y sujetos por sector o por regiones. La unificación de una rama de actividad en su conjunto, con distintas denominaciones, es el tercer grado posible de organización. Finalmente, “una organización empresarial de alcance nacional que agrupa a todos los miembros con ese carácter se puede definir como de cuarto grado” (Dossi y Dulitzky, 2018:78).

La clasificación anterior, como afirma Donatello (2013), puede entenderse como la “representación instituida”, es decir, los canales reconocidos y existentes para la organización de la acción colectiva empresarial ante otros actores. A este respecto, afirma el autor, existen una diversidad de modelos posibles para dicha organización en su relación, en particular con el Estado. Entre ellos menciona tres (Donatello, 2013: 8-9): el modelo francés, en el cual los organismos empresariales no poseen la potestad legal de participar en las instituciones políticas, ante lo cual se constituyen en factores de poder que inciden a través de una multiplicidad de mecanismos; el modelo estadounidense, donde distintos actores sociales organizados de modo sectorial ejercen influencia por medio de *lobby*, en torno al cual se generan figuras profesionalizadas; y, finalmente, el modelo brasileño, que posee un alto nivel de institucionalidad estatal. Esto se asienta en que, por un lado, la pertenencia a las organizaciones empresariales es compulsiva y, por el otro, aquellas poseen la prerrogativa de participar de las carteras con decisión en materia de política económica.

El caso argentino, y en él la provincia de Córdoba, muestra organizaciones en las cuales, a diferencia de los modelos anteriores, “ninguna poseía un grado de institucionalización concurrente con las estructuras democráticas” (Donatello, 2013:9). Por esta razón, a la par de los mecanismos instituidos de representación, es posible identificar un conjunto de instancias que el autor califica como “representación instituyente”: redes entre organizaciones empresariales y asociaciones del sector con estatus variado que configuran espacios de poder y negociación. Entre ellos se encuentran asociaciones,

fundaciones, grupos de entidades, entre otros. A partir de esto, la descripción de los grados de representación empresarial y su relación con la institucionalidad, emerge como interrogante.

En las páginas que siguen se buscará construir un mapa de la representación empresarial en la provincia de Córdoba a partir de una diversidad de fuentes recolectadas a lo largo de la investigación. Estas son los datos brindados por las cámaras en sus páginas web, documentos obtenidos en la fase de trabajo de campo e información brindada por informantes clave. En un segundo momento, se analizará la composición de los cargos jerárquicos en las organizaciones de mayor importancia, con el objeto de brindar pistas sobre la relación entre la representación institucional y la estructura productiva local.

Representación instituida e instituyente del empresariado cordobés

Las organizaciones representativas del empresariado en la provincia de Córdoba presentan entre sus rasgos principales una notable heterogeneidad y atomización. La confección de un listado de ellas resultó dificultosa debido a la ausencia de sistematización de esta información. Por medio del análisis de las listas de miembros de las organizaciones con mayor visibilidad y nuevas búsquedas desde las instituciones incluidas en ellas, se arribó a una lista de 135 entidades. Estos datos fueron puestos a consideración de dos informantes claves con participación activa en las organizaciones de mayor envergadura. En ambos casos se corroboró que las entidades consignadas conformaban un bloque con diferentes grados de relación, representación e inclusión mutua. No obstante, se señaló la existencia de otras organizaciones que no poseen articulación. Como sostuvo uno de los informantes:

“Esas son las organizaciones que se mueven por algo. Pero te quedaste corta, hay muchas más dando vuelta por ahí que hacen la suya y ni siquiera sabemos cuáles son”. (Entrevista a J., octubre de 2019).

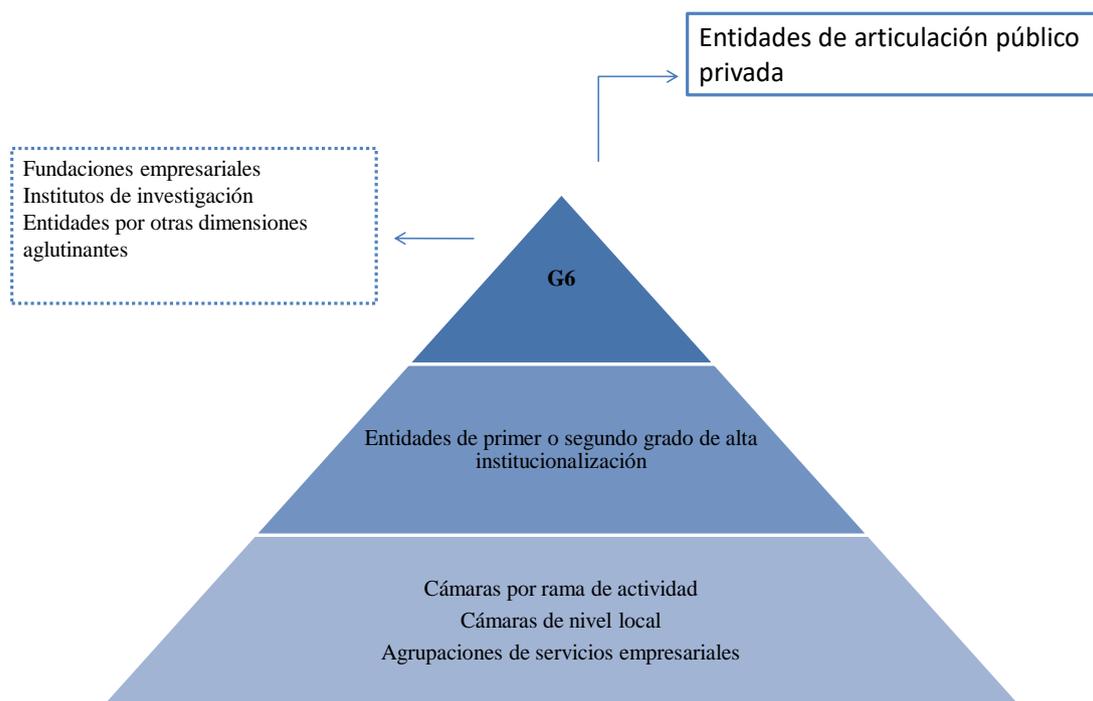
Dentro del campo organizativo empresarial pudieron reconocerse tipologías de las 135 entidades que se articulan entre sí. Las cámaras de primer grado son las más numerosas y, entre ellas, es posible recortar tres sub-tipos: cámaras que aglutinan ramas de actividad productiva o comercial delimitadas, que poseen escala provincial o local; agrupaciones que representan intereses de más de una actividad económica pero con una escala geográfica que no supera la jurisdicción de tercer nivel y cuyo objetivo central es la negociación con los gobiernos locales; y agrupaciones de profesionales o ramas de servicios ligadas a la actividad empresarial (como es, por ejemplo, la publicidad o la agrupación de corredores inmobiliarios).

En el segundo nivel de la tipología se encuentran las entidades que concentran al primer tipo y se proyectan más allá de él. Estas son las organizaciones con alto grado de institucionalización que poseen un mayor peso específico, revisten una escala provincial, y mantienen relaciones de negociación y representación formal ante el Estado en sus distintas jurisdicciones. Resulta notable aquí que, a diferencia de lo que podría suponerse, estas organizaciones no son todas de segundo grado. Un ejemplo paradigmático de ello es la Cámara de Comercio de Córdoba, organización de primer grado que, sin embargo, nuclea intereses que la exceden (vía mecanismos de representación formal). En ello es posible ver un juego entre modalidades de representación instituida e instituyente en torno a una misma entidad.

En el tercer nivel se encuentra la organización propiamente “instituyente”, denominada “Grupo de los seis”, o G6. Esta se presenta como una reunión de los conductores de las principales entidades del segundo nivel para la concertación de intereses y la negociación política. De modo paralelo a este nivel, sin implicar la búsqueda de representación de intereses como dimensión organizativa, se reconocen un conjunto de iniciativas que nuclean a empresarios de distintas ramas de actividad. Aquí es posible dar cuenta de fundaciones dedicadas al estudio económico, la vinculación con la sociedad, entidades que reúnen miembros en virtud de generaciones, confesión religiosa, entre otros aspectos.

Finalmente, en un cuarto nivel, se encuentran espacios en los cuales se institucionaliza el vínculo entre el sector público y el sector privado. La finalidad principal de estos no es la negociación política sino la gestión conjunta y formal de iniciativas en el plano económico. Aquí se ubican las “agencias” creadas en el marco de la reforma del Estado cordobés y los foros socioeconómicos emergentes de la constitución de la región centro.

La estructura descrita puede comprenderse a partir del gráfico n°1:



Fuente: elaboración propia

La estructura anterior, basada en la información obtenida durante la realización del trabajo de campo, evidencia la articulación de una diversidad de criterios formales e informales. Cada nivel involucra a entidades, que a su vez agrupan empresas, según criterios analíticos. No obstante, los niveles marcados no son excluyentes. Con esto se pretende apuntar al hecho que existen relaciones de implicancia mutua entre entidades, a la vez que se verifica la presencia de empresas que forman parte de organizaciones de todos los niveles. Un ejemplo de ello es ARCOR. Esta empresa participa de cámaras locales y regionales donde se radican sus plantas; a su vez, es parte de las organizaciones por rama, la industria alimenticia; luego, posee actividad o representantes en todas las organizaciones de segundo grado o alto nivel de institucionalización; se constituye en uno de los pilares propulsores de la creación del G6; y se involucra en las entidades de articulación público-privada existentes. Una especificación de los rasgos de cada nivel según las organizaciones incluidas en ellos permite clarificar estas relaciones.

El nivel inicial de la estructura se compone de cámaras de primer grado, cámaras locales y agrupaciones de profesionales que proveen servicios empresariales. Las entidades por rama de actividad acotada relevadas son 51 e incluyen actividades industriales (madera, metalurgia, minería, alimentación, calzado, etc.) y comerciales (cámara de supermercados, ópticas, librería, electrodomésticos, entre otras). Las cámaras locales son los centros de reunión de empresarios y comerciantes a nivel de los municipios o comunas del interior de la provincia de Córdoba. La mayoría de ellas reúnen más de una rama de actividad, en la modalidad de centros de comercio e industria, centros empresariales, de la propiedad, entre otros. Se lograron relevar 64 organizaciones de esta índole, cada una perteneciente a una jurisdicción de tercer nivel de la provincia. Las agrupaciones que proveen servicios empresariales son los centros que reúnen a corredores inmobiliarios, publicitarios, especialistas en reclutamiento, entre otros tipos.

A continuación se encuentran las organizaciones de segundo grado de mayor relevancia en la provincia, en virtud de la cantidad de adherentes y relevancia pública de sus intervenciones, en conjunto con una organización de primer grado, la Cámara de Comercio de Córdoba. Su inclusión en este nivel se debe, precisamente, a la importancia que reviste por sus vinculaciones con otras cámaras, la envergadura de los eventos públicos que realizan y la posición de sus referentes. De esta manera la Cámara se suma a

cinco organizaciones: la Bolsa de Comercio de Córdoba, la Unión Industrial de Córdoba, la Cámara Argentina de la Construcción Delegación Córdoba, la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba y la Federación Comercial.

En el tercer nivel se cuenta con la organización del llamado “Grupo de los seis” de la provincia. Este se compone de la acción concertada de las organizaciones del segundo nivel. Estas entidades han mantenido un diálogo fluido entre ellas de modo histórico. Incluso varias de ellas, como se verá, nacieron como escisiones de las organizaciones más antiguas cuyas capacidades se encontraban excedidas. Aquellos diálogos implicaron acuerdos políticos en diversas coyunturas de la historia nacional y provincial. En particular, las relaciones se formalizaron en la creación de un “Grupo de los 6 provincial” o denomina “Grupo de Entidades Empresarias de Córdoba- G6”, con motivo de los procesos electorales del año 2011. Como se vio en el capítulo anterior, tal año implicó la cristalización de un conjunto de disputas políticas en torno a la orientación del gobierno de Cristina Fernández. En el sector empresario, los sucesos abiertos por la disputa entre el gobierno nacional y el sector agropecuario precipitaron tomas de postura y la búsqueda de nuevas instancias organizativas del empresariado local. Desde su nacimiento, el grupo ha mantenido instancias de diálogo y trabajo con el gobierno provincial y se ha manifestado públicamente ante acontecimientos de resonancia pública. Esta información se encontraba disponible en la página web del grupo¹, hasta el mes de septiembre de 2016, en el cual se eliminó todo el contenido que poseía.

Resulta notable el hecho que, con anterioridad a la conformación del grupo de los 6 a nivel local, se verifica la existencia informal de un Grupo de los 6 a nivel nacional. La “informalidad” se encuentra dada por el hecho que no existe el G6 como entidad institucionalizada. Se denomina como tal, principalmente desde los medios de comunicación, a la reunión de los presidentes de seis entidades empresariales de importante influencia ante circunstancias específicas. Esta instancia organizativa tiene como objetivo generar instancias de trabajo y acciones coordinadas, en particular en lo que refiere a la defensa y promoción de los intereses empresariales en las tomas de decisión por parte del Estado. La composición del G6 nacional muestra como integrantes a la Sociedad Rural Argentina (SRA), la Asociación de Bancos Argentinos (ADEBA), la Unión Industrial Argentina (UIA), la Cámara Argentina de Comercio (CAC), la Cámara Argentina de la Construcción, y la Bolsa de Comercio de Buenos Aires. El G6 cordobés, a diferencia de lo anterior, no posee representantes directos del sector económico agropecuario.

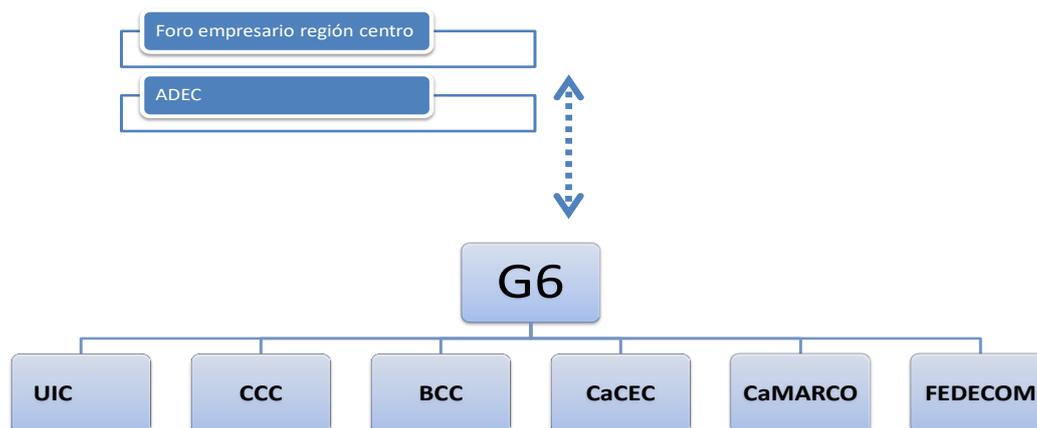
En la tipología organizativa delineada, se identificaron un conjunto de entidades cuyo eje de reunión no se encontraba en el tipo de actividad productiva llevada adelante por las empresas participantes, sino en propósitos donde priman otros factores sociales o políticos. Este tipo de entidades coexisten y se articulan con los niveles de la pirámide organizacional construida, razón por la cual fueron ubicadas en paralelo a la posición del G6 en el gráfico n°1. Entre estas se cuentan la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa en su delegación local, la Fundación Mediterránea y su Instituto de Investigaciones, y la Asociación de Jóvenes Empresarios. A su vez, es posible reconocer aquí un conjunto de organizaciones del tercer sector cuyo trabajo se centra en la vinculación entre las entidades empresariales y otros sectores sociales. En este plano es también posible reconocer a UVITEC (Unidad de Vinculación Tecnológica), entidad creada para promover la innovación tecnológica en el ámbito empresarial, la Fundación Córdoba Mejora, Fundación Empresarial para Emprendedores y Junior Achievement.

Finalmente se encuentran las entidades de articulación público-privada. El principal objetivo de estas consiste en la institucionalización de los vínculos entre ambos sectores para la promoción de áreas económicas específicas. Aquí se encuentra en primer lugar la Federación Agencia para el Desarrollo Económico de Córdoba. La Agencia se originó en el año 1997 por iniciativa de la Municipalidad de la Ciudad de Córdoba con el propósito de articular proyectos para el desarrollo económico de la ciudad. En sus estatutos se plasma la estructura por la cual las autoridades se componen de los altos mandos de las autoridades del gobierno local y de la representación de las cámaras empresariales locales.

¹ Más información en: www.g6cordoba.org

En segundo lugar se encuentra el Foro Empresario de la Región Centro. Esta organización reconoce su nacimiento en el año 1998, cuando los gobernadores de Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos formalizaron la creación de la Región. Uno de sus propósitos principales era llevar adelante un conjunto de iniciativas mancomunadas para el desarrollo de las provincias. En el año 2004, estas se cristalizaron en la propuesta de motorizar “foros” de la sociedad civil, es decir, espacios representativos de distintos ámbitos sociales donde pudieran ponerse en común problemáticas y proponer soluciones. En dicho año, se conformó el Foro Empresario de la Región como espacio de reunión de las cámaras e intereses empresariales de las provincias, con miembros de los gobiernos de estas jurisdicciones. La participación en este foro se realiza sobre la base de las organizaciones ya existentes, su adhesión a las propuestas de trabajo mancomunado y el diálogo con representantes de las carteras provinciales específicas al ámbito económico.

En virtud del problema de investigación delineado y el relevamiento previo, se consideró pertinente definir un recorte que permitiera dar cuenta de las sociabilidades empresariales y su relación con lo político de manera local. El desafío en la selección de unidades fue no reducirlas a una única organización o multiplicarlas a una escala inabarcable. Por ello, se delimitó el trabajo al denominado G6, buscando marcar sus relaciones con las cámaras de menor escala que incluyen y con otras instancias organizativas paralelas o de articulación con lo público. Debido a que el G6 en sí mismo posee un bajo y esporádico nivel de institucionalización, el análisis se concentró en sus seis entidades componentes, las relaciones y sociabilidades que desde allí emergen. Esta delimitación puede ser observada en el gráfico n°2.



Fuente: elaboración propia

Caracterización de los miembros del G6

Como pudo observarse en líneas anteriores, el Grupo de los seis local se configura como la cristalización de las relaciones entre entidades que nuclean intereses de la elite económica empresarial local. Por ello, no se presenta como una institución en sí misma. Las seis organizaciones que la componen poseen diversos grados de organización que pueden ser rastreados para su caracterización.

Durante el transcurso de la investigación se recolectaron documentos, estatutos y reglamentos de las organizaciones participantes del G6. Aunque no fue posible obtener el mismo volumen de información para todas las entidades, se sistematizó y categorizó el *corpus* existente para construir su descripción. Dicho análisis figura en la matriz de categorías del anexo. A continuación se presenta una breve caracterización de las entidades del G6.

*Bolsa de Comercio de Córdoba*²

La Bolsa de Comercio de Córdoba es la institución más antigua de aquellas que conforman el G6. Su fundación se dio en el año 1900 como parte del proceso de consolidación de una institución anterior, el Centro Unión Comercial de Córdoba. Este Centro se había creado en 1894 con el objeto de defender los intereses de los participantes en negocios comerciales en la ciudad ante diversas intervenciones del Estado. Estas intervenciones, en particular en materia tributaria y judicial, agravaban las consecuencias de la crisis económica experimentada en 1890.

La primera comisión directiva del Centro, ante el éxito de sus gestiones y las prerrogativas abiertas por el Código Comercial de la Nación, avanzó en su institucionalización al proponer su constitución como sociedad anónima. Con este paso, como afirma Luque Colombres, el Centro se vería capacitado de nombrar síndicos que actuarían ante la justicia en los procesos de quiebra. Esta iniciativa fue aprobada en asamblea en septiembre de 1900 y significó la fundación de la Bolsa de Comercio de Córdoba S.A. en dicho proceso, se afirmó el:

(...) objeto de fomentar el espíritu de unión y solidaridad entre los gremios que forman el comercio y la industria, para tratar toda suerte de negocios lícitos y facilitar la realización de las operaciones, dándoles seguridad y legalidad. La Bolsa ejercería la representación de sus asociados ante los poderes públicos y velaría por sus intereses y los defendería en casos de falencia o quiebra. Fundaría en su seno cámaras gremiales y unificaría su acción (Luque Colombres, 1975:19).

Los primeros directivos de la Bolsa eran, en su mayoría, extranjeros que habían arribado a Córdoba entre las décadas de 1860 y 1870 y habían fundado negocios comerciales prósperos en la ciudad. Entre ellos se cuenta el primer presidente de la bolsa, Juan Kurth, de nacionalidad suiza; el primer síndico de la Bolsa, Manuel Perea Muñoz, español; y los vocales Rogelio y Heriberto Martínez, y Agustín Caeiro, españoles oriundos de Marín, España, entre otros. Las etapas iniciales de la Bolsa de Comercio implicaron el ejercicio de la representación gremial de los principales intereses económicos de la provincia. Como parte de ello, la institución participó de la creación del Banco de Córdoba, en la participación de sus miembros en la política local, y en el fomento a obras de infraestructura en la ciudad y la provincia.

Algunos puntos de inflexión de relevancia en la historia de la Bolsa se dieron en ocasión de la Primera Guerra Mundial y el período entreguerras. Es este momento fortaleció su rol de defensa de los intereses sectoriales ante las dificultades económicas propias de esos años. Allí, siendo presidida la Bolsa por José Minetti, se crearon áreas internas que servirían de asiento a organizaciones posteriores, como la Cámara de Defensa Comercial, Cámara de Comercio y Cámara Industrial. A la vez, se participó de la instalación de los primeros establecimientos de producción industrial de la provincia, donde destaca el fomento a la instalación de la Fábrica Militar de Aviones en 1927. Luego, en 1932, una serie de hechos configuraron una transformación en el perfil de la institución. Por un lado, logró inaugurar su propio edificio. Por el otro, como respuesta a iniciativas municipales de generar nuevos tributos, se conformó un grupo de comerciantes minoristas que demandaban atención a sus intereses, no contemplados por la envergadura de la Bolsa. Ese acto fue el nacimiento del Centro Comercial de Córdoba, luego la Cámara de Comercio de Córdoba.

Un segundo punto de inflexión se dio a mediados de la década de 1940, específicamente en 1944, cuando se creó dentro de la Bolsa el Mercado de Títulos y Valores de la provincia de Córdoba. En dicho período la Bolsa congregaba a más de veinte cámaras y organizaciones empresariales de diversas áreas económicas. El crecimiento de la envergadura de las actividades de la Bolsa condujo a que dichas organizaciones comenzaran a actuar de modo independiente y que las acciones se concentraran en torno al Mercado de Títulos y Valores. En el año 1962, sobre esta base, se creó en el seno de la Bolsa el Mercado de Valores S.A. Este, autorizado por el Banco Central de la República y constituyéndose con personería

² La información de carácter histórico sobre la Bolsa de Comercio de Córdoba fue obtenida por medio de la “Historia de la Bolsa de Comercio de Córdoba”. Esta publicación fue realizada en el año 1975 por el Dr. Carlos Luque Colombres con motivo del 75° aniversario de la organización. El acceso al documento se dio por medio de uno de los sujetos entrevistado en el transcurso de la investigación.

jurídica propia paso a ser el eje de la institución (Luque Colombres, 1975:103). Muchos de los miembros de la Bolsa, así, pasaron a sostener la actividad gremial en ella a la vez que otros espacios sectoriales independizados.

En las décadas subsiguientes la Bolsa consolidó su rol en el mundo empresarial cordobés con un perfil de liderazgo y referencia en el mundo económico y de las finanzas de la provincia. Este rol se fue consolidando con la creación del Instituto de Investigaciones Económicas, dedicado al estudio de temáticas empresariales, de macro y microeconomía, en particular aspectos tributarios. A la par, el prestigio político de la Bolsa como portavoz del empresariado comenzó a fortalecerse. Como parte de ello, los encuentros de coyuntura de la institución, en formato de “desayunos” o “almuerzos” se convirtieron en referencia obligada para las tomas de postura del sector. De igual modo, este rol resulta particularmente visible en períodos electorales, ya que los candidatos al poder ejecutivo de la ciudad y la provincia, sin importar su adscripción política, forman parte de una “ronda” de presentaciones ante los miembros de la Bolsa durante las campañas.

En la actualidad la BCC posee un estatuto legal doble. En su seno funciona la BCC propiamente dicha como organización empresarial en forma de asociación civil sin fines de lucro; y, a la par, funciona el mercado de valores como sociedad anónima. Luego de realizar múltiples modificaciones de su estatuto desde el momento de su creación, los objetivos promovidos por la entidad se concentran en las iniciativas tendientes al funcionamiento del mercado de valores y la actividad empresarial en general. Se mencionan algunos de estos objetivos a modo ilustrativo:

- 1) Realizar todas las acciones conducentes al mejor desarrollo del mercado de capitales en la Provincia de Córdoba (...)
- 3) Cumplir las funciones que le confieren las disposiciones legales en todo lo referente a la cotización de títulos valores y auspiciar su realización;
- 4) Propiciar la realización de transacciones en monedas, metales preciosos, giros, letras de cambio, papeles de créditos comerciales y todo otro bien, servicio o mercadería (...)
- 6) Procurar mediante peticiones a las autoridades e instituciones que crea corresponder, una adecuada legislación relativa al comercio, producción finanzas y economía en general (...)
- 11) Mantener y fomentar la colaboración, cooperación y relaciones con otras Bolsas y Mercados del País y del extranjero;
- 12) Propender al desarrollo de Fondos Comunes de Inversión y apoyar la creación de entidades financieras participando en su formación (Estatuto de la BCC)

La estructura de la entidad se compone de 3 tipos de miembros: activos, honorarios o vitalicios. Los primeros son aquellas personas físicas o jurídicas que abonaron las cuotas establecidas por la institución, luego de haber pasado el proceso de admisión dispuesto. En el artículo n°6 del estatuto se disponen como condiciones para el ingreso poseer “capacidad legal para ejercer el comercio”, no poseer antecedentes penales, ser presentado por dos miembros que posean al menos 3 años de antigüedad y certifiquen la “moralidad y buena conducta” del candidato. Finalmente, en el inciso d) se solicita a los aspirantes a la membresía “acreditar antecedentes y trayectoria comercial y/o profesional y justificar los motivos que lo llevan a solicitar la incorporación a la Asociación y demostrar su identificación con los objetivos y principios de ella”. Los socios vitalicios son aquellos que registran una pertenencia de 35 años continuos a la institución, y los socios honorarios, la categoría con mayor vaguedad, quienes son designados como tales por el Consejo Directivo. No fue posible conseguir una lista de los miembros de la institución para el período de la institución.

La estructura de las autoridades de la institución consta de cuatro partes: consejo directivo, mesa directiva, presidente y consejo asesor de la presidencia. El primero es elegido de modo anual y se compone de 29 socios activos, los ex presidentes de la BCC, el presidente del Mercado de Valores, y los presidentes de entidades adheridas. La Mesa Directiva es elegida en Asamblea del Consejo y se compone de los roles de Presidente, dos vicepresidentes, Secretario, Prosecretario, Tesorero, Protesorero y cinco consejeros. Las condiciones que deben ser reunidas por los aspirantes a la Mesa Directiva son ser mayor de 30 años, tres años de antigüedad como socio, y no poseer sanciones en la institución por su “reputación moral o comercial”.

La BCC posee cuatro áreas internas de trabajo. El mencionado Instituto de Investigaciones Económicas, el Tribunal de Arbitraje, el Instituto de investigaciones jurídicas empresariales y el Instituto

Pyme. En el aspecto de la vinculación institucional con otras organizaciones, la entidad participa de modo activo del G6, la Unidad de Vinculación Tecnológica, la Caja de Valores, el Foro de Entidades Empresarias de la Región Centro y la Asociación de Jóvenes Empresarios. En particular, con esta organización se lleva adelante de modo anual una iniciativa con alto perfil público en la provincia que es la elección de 10 Jóvenes Sobresalientes del Año. Por medio de ella se reconoce a “promesas” del mundo empresarial o personas con importantes logros de carácter social, científico, político y cultural, menores de 35 años.

Cámara de Comercio de Córdoba

Esta entidad nació en el año 1932 como el Centro Comercial de Córdoba, como se vio, como una escisión de la BCC. La iniciativa fue promovida por empresarios del comercio minorista de la Ciudad de Córdoba ante la necesidad de defensa de los intereses del sector, en especial por la presión tributaria ejercida por el gobierno municipal. Durante las primeras décadas de su existencia, la Cámara se concentró en la defensa del Comercio Minorista. Desde la década de 1950, a medida que fue creciendo en importancia la labor de la BCC en torno a la consolidación del Mercado de Valores, la Cámara fue asumiendo mayores funciones de representación gremial del sector económico.

No existen registros de carácter público³ de hitos de la entidad en las décadas de 1970, 1980 y 1990. El último estatuto aprobado por la institución en el año 2004 la define como una asociación civil, sin fines de lucro, gremial empresaria, que asocia a entidades de primer grado y a personas y empresas que desarrollan actividades comerciales y de servicios. Por medio de esta normativa, la Cámara, entidad de primer grado que reúne a comerciantes de la Ciudad, busca ampliar su rango de acción y representación para consolidarse como entidad de segundo grado. En consonancia con ello, en los objetivos plasmados en la normativa, le entidad se define como una gremial empresaria tendiente a:

- a) Propender a la unión y asociación de empresarios del sector comercio y servicios, por ramas de actividad, por ámbitos comunes, por zonas, por regiones, por barrios o individualmente.
- b) Asociar a las entidades representativas ya existentes de primer grado y a los empresarios en forma directa, en los casos que no se encuentren agrupados en entidades específicas de ramas de actividad, de ámbitos comunes, de zonas, de regiones o de barrios
- c) Ejercer la representatividad de sus asociados, en defensa de sus intereses y promoviendo sus aspiraciones, en el marco del interés general, ante toda autoridad e instancia. (Estatuto de la Cámara de Comercio de Córdoba, artículo n°2)

La institución se organiza a partir de cuatro categorías de miembros. Estas son socios plenarios, territoriales, activos y adherentes. Los primeros dos tipos de socios contemplan a cámaras de ramas sectoriales de comercio o servicios, o de carácter local que mantienen su autonomía y autarquía al ser incluidas en la Cámara. Los tipos activo y adherente incluyen a personas físicas o jurídicas que son miembros plenos de la cámara, con diferente estatuto para la participación en las instancias de toma de decisión.

Las autoridades de la Cámara, consignadas en el artículo n°25 de la normativa general de la misma, se componen de cuatro organismos: la asamblea de socios, el Consejo General, el Comité Ejecutivo y la Comisión Revisora de Cuentas. El Consejo General es el organismo principal de toma de decisión en la entidad. Se compone por miembros de la Cámara en los roles de presidente, dos vicepresidentes, un secretario institucional, un prosecretario institucional, un secretario de acción empresaria, un tesorero, un protesorero, seis vocales titulares y seis suplentes.

La vinculación institucional de la CCC resulta de interés particular. “Hacia abajo”, la Cámara incluye y representa a 15 entidades por rama comercial y de servicios, entre las cuales se cuenta la cámara de ópticas, de librerías, de corredores inmobiliarios, de publicitarios, entre otras. “Hacia arriba” la organización es participante activa de otras instituciones del G6: FEDECOM, la BCC, la UIC la CaCEC y del mismo G6. Al mismo tiempo, cuentan con representación en el Foro Empresarial de la Región Centro, ADEC, UVITEC, Fundación Mediterránea, Unión de Entidades Comerciales Argentinas y la

³ Si existen al interior de la organización. No fue posible acceder a dichos registros en el transcurso de la investigación.

Cámara Argentina de Comercio y Servicios.

La CCC posee dos áreas de trabajo principales. Estas son la sección Gremial y de Relaciones Públicas y Capacitación. A través de este último ámbito se realizan numerosas actividades para los asociados desde las mismas capacitaciones, reuniones con autoridades locales y provinciales, entre ramas de actividad y eventos. En ellos destaca la realización anual de un Seminario sobre el Contexto Político y Económico, en el cual se convocan disertantes de alto renombre y se cuenta con una asistencia promedio de 500 personas.

Cámara Argentina de la Construcción- Delegación Córdoba

La fundación de la delegación local de la Cámara Argentina de la Construcción se dio en estrecha relación con transformaciones económicas y urbanas en la ciudad de Córdoba y sus alrededores. El proceso de industrialización inaugurado a mediados de la década de 1920 con la apertura de la Fábrica Militar de Aviones se había extendido añadiendo nuevos sectores, entre los cuales destacaba la industria automotriz y metalúrgica. Como corolario de ello, se produjo una expansión de importancia de la población urbana, en su mayoría por movimientos migratorios internos desde el interior de la provincia hacia la ciudad de Córdoba y otras localidades de tamaño intermedio. La demanda de vivienda e infraestructura urbana que esto supuso, se complementó con el crecimiento de actividad en la obra pública y la provisión de infraestructura para la producción. La Cámara Argentina de la Construcción había sido fundada en el año 1936 en Buenos Aires. Una década después, por la iniciativa de un conjunto de empresarios de la construcción beneficiados por el conjunto de factores anteriores, se creó la delegación local. La descripción de la etapa fundacional presentada por la misma Delegación en eventos y la web toma estos elementos como distintivos de la institución:

En un momento histórico donde la ciudad deja atrás, sin perder su aire doctoral y señorial, su ritmo pueblerino y con una historia ya pletórica de obras de ingeniería donde mirarse, la flamante organización empresaria sería protagonista de la transformación de la ciudad en una gran urbe. (Cámara Argentina de la Construcción, sección Nuestra Historia, página web)

Dentro del grupo de socios fundadores de esta organización se encuentran personas de gran renombre en el ámbito empresarial cordobés e incluso nacional, como son los hermanos Roggio y Pagani. Más allá de su influencia local por sus miembros, esta institución es, dentro del G6, la que posee una acción más estructurada en términos de ser una “rama” local de una institución nacional. Por esta razón, muchas de las actividades de la Cámara se relacionan con la acción gremial a nivel político nacional, desde el ejercicio de la vicepresidencia de la Cámara nacional de la actividad.

En conjunto con lo anterior, la organización lleva adelante un importante trabajo gremial en lo que respecta a legislación laboral y específica a la actividad, así como también en la gestión de convenios colectivos de trabajo y las relaciones con el sindicato del sector. El trabajo de la Delegación se reparte en ocho áreas: Obras eléctricas; obras viales; vivienda y arquitectura; servicios públicos; obras municipales; desarrolladores; integración; cultura.

Los socios de la institución son empresas individuales en su gran mayoría, y 3 pequeñas cámaras regionales de la actividad. Sus autoridades se estructuran, por períodos bianuales, en presidencia, 3 vicepresidencias, secretaría y prosecretaría, tesorería y protesorería y 16 vocalías. Al igual que las agrupaciones antes reseñadas, se vinculan institucionalmente con ADEC, Foro Empresario de la Región Centro y el G6, a lo cual se añade la participación en el Foro de la Construcción Privada de Córdoba.

Unión Industrial de Córdoba

La Unión Industrial de Córdoba reconoce varios hitos en su historia que dificultan establecer una fecha única como momento de su fundación. Como se expresó, el trabajo pionero de la Bolsa de Comercio en la organización gremial del empresariado de Córdoba incluyó, en las primeras décadas de

su labor, actividades económicas industriales en la provincia. En su seno se formó, en conjunción con el crecimiento de los procesos de industrialización de la provincia, la Asociación de Industriales de Córdoba, o ADIC, en el año 1961. Esta entidad se independizaría prontamente de la BCC por la concentración de esta en el Mercado de Valores y se sumaría a la Unión Industrial Argentina.

La ADIC ejerció la representación de las industrias de la ciudad de Córdoba y sus alrededores de modo continuo hasta el retorno de la democracia en el año 1983. En esta etapa, parte de los esfuerzos de la entidad se concentraron en la defensa de los intereses del sector en virtud de la retracción experimentada por la política económica implementada durante la dictadura cívico-militar entre los años 1976 y 1983. Como parte de ello, en 1985, la institución se fusionó con la Federación de Industriales de Córdoba, que reunía a establecimientos del interior de la provincia, para conformar la Unión Industrial de Córdoba, ya como entidad de segundo grado.

Durante la década de 1990 la entidad alternó entre una posición de defensa de los intereses del sector y una consolidación hacia su interior de las transformaciones en la estructura productiva de la provincia. En su nueva configuración, primaban la industria alimenticia, plástica, automotriz y de provisión de insumos para la producción, como se vio en el capítulo anterior. Este conjunto de cambios habían generado un desbalance en la institución que condujo a la sanción de un nuevo estatuto en el año 2007. En la nueva normativa se contempló que se asegurara la participación de establecimientos de distinta escala y origen, y el reconocimiento de sus intereses. De esta manera, se definió como rasgo general de la UIC el ser una gremial empresaria dirigida a agrupar a todos los sectores de la industria, constituyendo un ámbito en el que se tratan las inquietudes sectoriales, y como objetivos principales de la misma:

Generar valor para las entidades asociadas. Promover el desarrollo de mercados, educación, innovación, desarrollo tecnológico y cuidado del Medioambiente. Asegurar el respeto del rol del empresario en la generación del empleo, el progreso y el bienestar social. Propiciar la estabilidad de las reglas de juego (políticas de Estado). Valores: Fiel representación de los principios industriales de todos los sectores y regiones de la actividad productiva de la provincia de Córdoba; Igualdad y ecuanimidad en la atención a los problemas presentados por los pequeños, medianos o grandes empresarios; Esfuerzo para promover el desarrollo integrado del país (Presentación de objetivos UIC)

Como resultado de las redefiniciones, se conformó una estructura donde existen tres tipos de socios de la Unión: cámaras sectoriales, cámaras regionales y socios (empresas) individuales. Cada tipo de membresía tiene asegurada una porción de cargos en la dirigencia de la entidad, de modo tal que a las cámaras sectoriales y regionales les corresponde un 36% de los cargos y a las empresas individuales un 28%. Debido a la escasa participación de cámaras regionales hasta el momento, se celebró un convenio con FEDECOM, por medio del cual se incluyeron las principales cámaras locales en ella representadas. Desde allí, la institución ha generado una política de acercamiento a aquellas que ha modificado sus mecanismos de toma de decisión. En efecto, el actual presidente de la entidad arribó a dicho puesto como representante de una cámara local, AERCA (de la ciudad de Villa María).

En la actualidad la UIC posee como miembros 12 cámaras regionales, 16 cámaras sectoriales y 138 socios individuales. Estos se dividen en 5 departamentos de trabajo: de energía, infraestructura y logística; de jóvenes industriales, de política tributaria; de medio ambiente, seguridad ocupacional y calidad; y relaciones laborales. La estructura de autoridades, con la división por tipo de socios mencionada, se compone de Presidencia y 6 vicepresidencias, secretaría y 4 prosecretarías, tesorería y 4 protesorerías, 34 vocales titulares, 4 suplentes, Comité de Encuadramiento y Comisión revisora de cuentas.

En el plano de la vinculación institucional, la UIC forma parte de UVITEC, ADEC, el G6, el Foro Empresario de la Región Centro y la agencia Pro Córdoba. En todos los casos la entidad posee un rol sumamente activo. Al igual que en el caso de la CCC, la UIC posee un importante número de eventos y actividades para sus socios y el público en general. Dentro de ellos, el denominado “Coloquio Industrial” es uno de los sucesos más importante del calendario empresarial a nivel provincial, ya que allí se congregan figuras de importante peso político, económico y social.

Cámara de Comercio Exterior de Córdoba

Esta cámara nació en conjunción con el proceso de industrialización de la provincia de Córdoba, y, en particular, con el crecimiento del sector manufacturero y automotriz cuya producción se insertaba en el circuito de importación y exportación (tanto de componentes como de productos terminados). La Cámara de Comercio Exterior de Córdoba (CaCEC) se fundó en 1964 en ocasión de la inauguración de la aduana interna de la provincia. Este acontecimiento precipitó que se nuclearan las empresas, tanto nacionales como de capitales extranjeros, que dependerían de las regulaciones de la aduana.

Desde su fundación la CaCEC se concentró en la representación de empresas productoras, exportadoras, importadoras y de servicios relacionados con el comercio internacional. Durante sus primeras décadas de vida, la entidad promovió la realización de misiones comerciales a otros países, de exposiciones internacionales, la gestión de infraestructura y servicios públicos para el sector (como los depósitos fiscales y certificados de origen y la creación de una Secretaría de Comercio Exterior en la provincia), la proliferación de eventos y capacitaciones, entre otros. La entidad fortaleció su trabajo a partir de comienzos de la década de 1990 por la importancia brindada al sector exportador desde la creación del MERCOSUR. La influencia de la organización fue en crecimiento franco hasta la actualidad. Expresiones de esto son la promoción para la conformación de la Federación de Cámaras de Comercio Exterior de la República Argentina, cuyo primer presidente era el representante de CaCEC y ARCOR F. Pagani; y la creación de la Agencia Pro Córdoba como parte de la reforma del Estado provincial llevada adelante por J. M. De la Sota.

Más allá de los hitos antes listados, resulta escasa la información sobre la CaCEC. En este marco no se encuentra disponible su listado de miembros, más allá de una lista de algunos de ellos que son tomados como “sponsors” de la institución en dos categorías: platino y oro. La estructura de autoridad de la institución se organiza en medio de un Consejo Directivo conformado por un directivo, 3 vicepresidencias, una secretaria y pro secretaria, y una tesorería. A la par, el trabajo de la CaCEC se organiza en 4 grandes áreas: negocios internacionales, operativa, depósito fiscal y el Instituto Superior de Comercio Exterior. Este último se creó como una oferta de educación superior por medio de la cual se forman profesionales para el sector ligado al comercio exterior.

En lo que respecta a la vinculación institucional, al igual que la UIC, la CaCEC es parte fundamental de la Agencia Pro Córdoba, la ADEC, el G6, UVITEC y el Foro Empresario de la Región Centro.

FEDECOM

La Federación Comercial de Córdoba es la más “joven” dentro de las organizaciones que forman parte del G6, así como también aquella de la que se dispone menor cantidad de información. Esta Federación fue creada en el año 1980 por la iniciativa de reunión de un conjunto de Cámaras y asociaciones de carácter local (jurisdicciones de tercer nivel) que pretendían generar visibilidad de sus intereses regionales y particulares en el campo económico provincial. En su definición, FEDECOM se presenta como una “Entidad de segundo grado que tiene por objetivos la defensa de los intereses de los sectores empresariales vinculados a las actividades comercial y de servicios de la provincia de Córdoba”.

En virtud de ello, uno de los propósitos principales de la entidad consiste en promover la formación e incentivo de la cultura empresarial en el interior de la provincia. Así, el objetivo central de la Federación es “favorecer el desarrollo de las entidades empresariales asociadas y también de las empresas que se encuentran nucleadas en ellas. Para ello promueve e implementa diversas acciones de capacitación y formación sobre diferentes temáticas empresariales y dirigenciales”. Desde el comienzo de su trabajo, la extensión de la Federación en el territorio provincial creció permanentemente, arribando a ser la entidad empresarial con mayor extensión territorial de la provincia. Este rasgo es atribuible al hecho que la Federación logró reunir 60 cámaras locales, muchas de ellas ubicadas en lugares de bajo nivel de desarrollo económico. Al mismo tiempo, estas acciones han contribuido a la configuración de FEDECOM como un intermediario entre organizaciones locales y entidades de otros grados en la

provincia. Como ejemplo de ello puede mencionarse la inclusión de las cámaras locales en la estructura directiva de la UIC en el año 2007, por gestiones realizadas por esta federación.

La estructura de autoridades de FEDECOM se renueva de modo bianual y se compone de un presidente, 4 vicepresidencias, una secretaría, una pro secretaría, una tesorería y una pro tesorería, 3 vocales titulares, 3 suplentes, un consejo general, una comisión revisora de cuentas y un tribunal de disciplina. A la vez, la organización consta de cinco áreas: Instituto para el desarrollo empresario y comercial, los programas JEFE y MEC (destinados a la formación de cuadros empresariales en el interior de la provincia), el área de desarrollo institucional; la de diseño y arquitectura y “empresas de familia”.

Elementos emergentes de la tipología organizativa

Existe una multiplicidad de elementos que se desprenden de la caracterización de las páginas anteriores que son de relevancia para análisis de las elites empresariales provinciales. No obstante, en virtud del problema de investigación delimitado, centrado en las sociabilidades en relación a lo político se apuntarán tres.

En primer lugar, se encuentra el hecho que, más allá de la multiplicidad de arreglos organizacionales de las entidades y sus grados, se verifica un importante nivel de vinculación entre ellas, tanto institucionalizado como informal. En este último plano emergen las relaciones históricas por medio de las cuales se configuraron los distintos sectores de actividad económica, la especificación de sus intereses y las organizaciones. En el plano institucional, como se vio en la descripción de cada cámara, las entidades se incluyen entre sí, en algunos casos, y se articulan en otras organizaciones en otros. Estas relaciones se trazan a continuación en el cuadro n°1:

Cuadro N°1. Vinculación institucional de las entidades empresariales G6

Cámara	UIC	BCC	CCC	FEDECOM	CAMARCO	CaCEC
Incluida/vinculada en						
UIC			x			
BCC			x			
CCC						
FEDECOM			x			
CAMARCO						
CaCEC						
G6	x	x	x	x	x	x
Foro región centro	x	x	x	x	x	x
UVITEC	x	x				x
Agencia Pro Córdoba	x					x
ADEC	x		x		x	x

Fuente: elaboración propia

Como es posible observar en el cuadro anterior, las organizaciones confluyen entre sí por medio del G6, que reviste un carácter informal. En el plano formal, no obstante, las entidades se reúnen en virtud de las iniciativas de articulación público/privada: el Foro Empresario de la Región Centro, a nivel provincial, y la Agencia para el Desarrollo de Córdoba, a nivel municipal. Este hecho conduce a poner de relieve las reparticiones estatales en su relación con el empresariado en dimensiones de análisis posteriores de la investigación.

En un segundo lugar, se apunta la lectura sobre el peso de los distintos sectores económicos que es posible realizar al analizar la composición de los cuadros directivos de las cámaras para las que se posee información, según la rama de actividad económica de origen. Este análisis, sin implicar un listado pormenorizado de empresas o un señalamiento individual de directivos, permite obtener un panorama general. Este puede observarse en los cuadros n°2 y n°3, donde se consignan las grandes áreas económicas a las que pertenecen los directivos de las entidades empresarias tomadas en los años 2016 y 2019.

Cuadro N°2 Composición sectorial G6 2016

G6 Córdoba	Presidencia 2016	Cargos directivos 2016
BCC	Desarrollo inmobiliario	Construcción- Alimentación- Automotriz
CCC	Servicios públicos	Construcción- Servicios Públicos- Automotriz
CaMARCO	Gran empresa constructora	Construcción- Servicios Públicos
UIC	Industria plástica	Construcción- Plásticos- Alimentación- Automotriz
CaCEC	Tecnología médica	Alimentación- Automotriz- Exportación- Construcción
FEDECOM	Alimentación	Alimentación- Producción Agropecuaria- Construcción- Automotriz

Fuente: elaboración propia

Cuadro N°3 Composición sectorial G6 2019

G6 Córdoba	Presidencia 2019	Cargos directivos 2019
BCC	Automotriz	Finanzas- Tecnología
CCC	Profesional	Construcción- Alimentación
CaMARCO	Constructora mediana	Gran Constructora
UIC	Regional/	Alimentación- Plásticos- Construcción
CaCEC	Tecnología médica	Alimentación- Automotriz
FEDECOM	Regional	Alimentación- Producción Agropecuaria- Construcción- Automotriz

Fuente: elaboración propia

Como puede verse en los cuadros, las presidencias de las cámaras muestran una tendencia a la diversificación del perfil de sus presidentes, por medio de la inclusión de representantes de cámaras regionales, pymes y profesionales. A diferencia, las comisiones directivas muestran la preeminencia de ciertos sectores económicos. En línea con lo trabajado en capítulos anteriores, se observa un peso mayor de la industria alimenticia, automotriz, y plástica, en conjunto con el comercio de alimentos, la construcción (y el negocio inmobiliario de la mano de ello).

Finalmente, resulta de relevancia apuntar la gravitación de las organizaciones empresariales cuyo eje de reunión no se encuentra en la representación de intereses económicos. Entre ellas destacan dos: la Asociación de Jóvenes Empresarios y la Asociación Cristiana de Dirigentes de empresa. Si bien el enfoque de esta tesis se encuentra en el G6, resulta llamativo que en las autoridades de cada organización que la compone figuran agentes que, a su vez, poseen roles directivos en AJE y ACDE. Esto señala que estas entidades se erigen como espacios de sociabilidad patronal de importancia en las trayectorias de constitución de cuadros empresariales en la provincia. En el caso de AJE⁴, se presenta como un espacio de formación y encuentro de empresarios jóvenes de distintos rubros económicos en la provincia, nacido en el año 2004. La asociación nuclea a personas que posean posiciones directivas en las empresas y sean menores de 36 años. En especial, resalta el hecho su origen fomentado desde la Bolsa de Comercio de

⁴ Más información en: www.ajejba.com.ar

Córdoba, en cuya sede principal poseen su domicilio legal y oficina.

El caso de la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa⁵ en su delegación local indica la fortaleza de los espacios de sociabilidad religiosa, en particular católica, en la elite empresarial provincial. Allí no sólo se cuenta con autoridades de todas las organizaciones del G6, sino que su comisión directiva incluye a ex presidentes de ellas y figuras de renombre y prestigio en el empresariado local. Como ejemplo de ello puede mencionarse al presidente actual (del período 2018-2021), Carlos Vido Kesman⁶. Estos elementos señalan la importancia de considerar a la sociabilidad religiosa patronal como clave en otras dimensiones de la investigación.

⁵ La ACDE fue fundada en 1952 por iniciativa de un grupo de empresarios liderados por Enrique Shaw, empresario del sector bancario, en la ciudad de Buenos Aires.

⁶ En su trayectoria, como contador, licenciado en administración y Doctor en Ciencias Económicas, se desempeñó en numerosos cargos públicos y privados.

Bibliografía

Agulla, J. C. (1968). *Eclipse de una aristocracia. Una investigación sobre las élites dirigentes de la ciudad de Córdoba*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Líbera.

Beltrán, G. (2011). Escenas de la vida corporativa. Conocimiento y toma de decisión en las organizaciones. *Apuntes de Investigación del CECYP*, año 14, n°19, pp. 103-130.

Beltrán, G. y Castellani, A. (2013). Cambio estructural y reconfiguración de la elite económica argentina (1976-2001). *Observatorio Latinoamericano* 12. Dossier Argentina: 30 años de democracia, pp. 183-204.

Canal i Morrel, J. (1992). La sociabilidad en los estudios sobre la España contemporánea. *Historia Contemporánea*, n° 7 (1992), pp. 184-205.

Canelo, P. (2019). *¿Cambiamos? La batalla cultural por el sentido común de los argentinos*. Buenos Aires Argentina: Siglo XXI.

Capdevielle, J. y Giovine, M. (2014). La configuración de los sectores dominantes en el espacio social de Córdoba, Argentina. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, vol. 14, núm. 27, julio-diciembre, 2014, pp. 165-182.

Castellani, A. (2008). Ámbitos privilegiados de acumulación. Notas para el análisis del caso argentino (1976- 1989). *Apuntes de investigación del CECYP*, N° 14, pp. 139-157.

Díaz de Landa, M. y Parmigiani de Barbará, C. (1999). La estructuración del poder político en Córdoba: 1940-1990. En: Agulla, J. C. (comp.), *Ciencias sociales: presencia y continuidades*. Buenos Aires Argentina: Academia Nacional de Ciencias.

Donatello, L. (2013). Las elites empresariales argentinas, su socialización política y un intento de esbozo comparativo con Brasil. *Punto de Vista*, n°4, pp. 1-21.

Dossi, M. y Dulitzky, A. (2018). La representación gremial del empresariado en la Argentina. *Voces en el jénix*, n° 73, p. 76.

Heredia, M. (2003). Reformas estructurales y renovación de las elites económicas en Argentina: estudio de los portavoces de la tierra y del capital. *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 65, N°1, pp. 77-115.

Luque Colombres, C. (1975). *Historia de la Bolsa de Comercio de Córdoba 1900-1975*. Córdoba Argentina: Bolsa de Comercio de Córdoba.

Viguera, A. (1998a). Estado, empresarios y reformas económicas: en busca de una perspectiva analítica integradora. *Perfiles Latinoamericanos*, 12, pp. 9-51.

Páginas web consultadas

Estatuto de la Bolsa de Comercio de Córdoba. Recuperado de: www.bolsacba.com.ar

Estatuto de la Cámara de Comercio de Córdoba. Recuperado de: www.camcomcba.com.ar

Hitos de la historia de la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba. Recuperado de: www.cacec.com.ar

Página del Grupo de entidades Empresarias de Córdoba- G6. Recuperado noviembre de 2017: www.g6cordoba.org.

Página institucional de la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa. <https://acde.org.ar/>

Página institucional de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Córdoba. Recuperado en abril de 2020: www.ajecba.com.ar

Página institucional de la Bolsa de Comercio de Córdoba. www.bolsacba.com.ar

Página institucional de la Cámara Argentina de la Construcción Delegación Córdoba. <https://cacba.com.ar/>

Página institucional de la Cámara de Comercio de Córdoba. www.camcomcba.com.ar

Página institucional de la Cámara de Comercio Exterior de Córdoba. www.cacec.com.ar

Página institucional de la Federación Agencia para el Desarrollo Económico de la Ciudad de Córdoba. www.adec.org.ar

Página institucional de la Federación Comercial de Córdoba. www.fedecom.org.ar

Página institucional de la Región Centro de la República Argentina. www.regioncentro.gob.ar

Página institucional de la Unión Industrial de Córdoba. www.uic.org.ar

Sobre la autora

Emilia Schaigorodsky
eschaigorodsky@gmail.com

Doctora en Ciencias Sociales y Licenciada en Sociología por la Universidad Nacional de Villa María. Se desempeña como docente e investigadora en el Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad de Villa María, y como Becaria Postdoctoral en el Centro de Conocimiento, formación e Investigación en Estudios Sociales (CConFInES), CONICET-UNVM.