

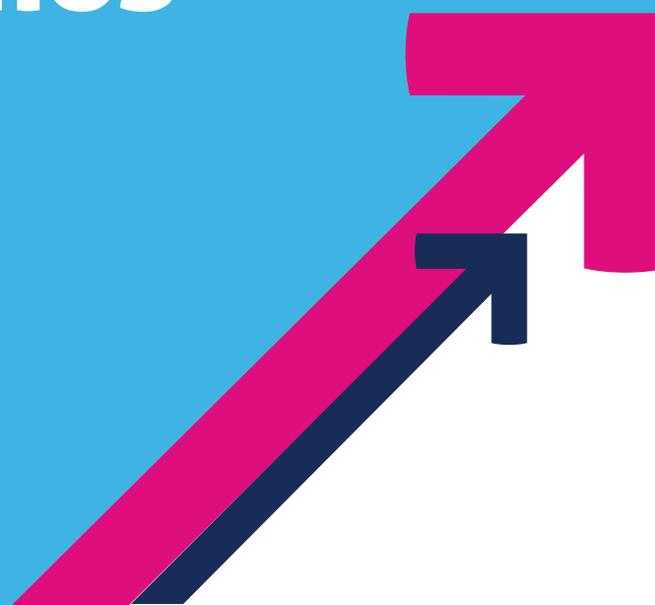


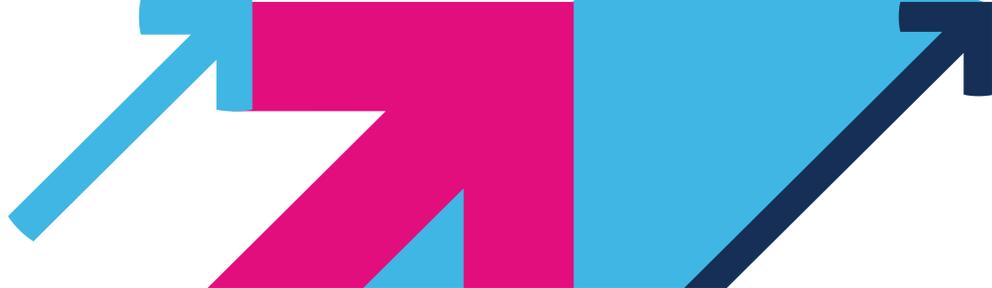
ESTUDIO SOCIAL Y EMPRESARIAL

EL DESAFÍO DEL FUTURO: LOS JÓVENES NOS COMPROMETEMOS

IDEA <JOVEN

IDEA <RELEVAMIENTOS





Índice

▶	RESUMEN EJECUTIVO	4
▶	PERSONAS QUE PARTICIPARON	6
▶	FICHA TÉCNICA	8
▶	INTRODUCCIÓN	9
▶	PREFACIO	10
▶	COLUMNA DE ANÁLISIS	12
▶	CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	16
▶	SECCIÓN 1 Trabajo del futuro	19
▶	SECCIÓN 2 Innovación	30
▶	SECCIÓN 3 Propósito social y RSE	33
▶	SECCIÓN 4 Ética y transparencia	40
▶	SECCIÓN 5 Referentes de los jóvenes	42
▶	CIERRE	45

EL DESAFÍO DEL FUTURO: LOS JÓVENES NOS COMPROMETEMOS



Según los y las jóvenes

La CREATIVIDAD, La FACILIDAD PARA RE-APRENDER Y La COMUNICACIÓN EFECTIVA

son las habilidades más importantes para adaptarse a los cambios del mercado laboral de cara a los próximos 10 años.

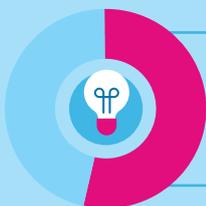


Para los jóvenes de **hasta 30 años**, las empresas son las principales responsables de mantener la empleabilidad de los trabajadores ante los cambios del mundo laboral.



En cambio, para quienes tienen **entre 31 y 40 años**, lo es uno mismo.

BRINDAR CAPACITACIONES Y OPORTUNIDADES DE DESARROLLO DE CARRERA, MODERNIZAR EL NEGOCIO E INCENTIVAR LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO, Y AMPLIAR POLÍTICAS DE INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD son las tres acciones más importantes que los jóvenes consideran que las empresas deberían implementar para afrontar los desafíos de futuro del trabajo.



55% de los jóvenes considera a la empresa que integra como **INNOVADORA EN SUS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.**



8 de cada 10 jóvenes creen que **están dadas las condiciones para proponer nuevas ideas en las organizaciones que integran y**



5 de cada 10 piensan que es posible implementarlas



FICHA TÉCNICA

Tipo de muestreo

No probabilístico

Instrumento de recolección de datos

Encuesta online semi-estructurada

Universo

Pequeñas, medianas y grandes empresas que operan en el ámbito de la República Argentina

Perfil del/de la encuestado/a:

Jóvenes profesionales del sector privado, menores de 40 años

Periodo de trabajo de campo:

12 de julio a 17 de agosto de 2018

Equipo impulsor:

IDEA Joven, liderado por

Juan Pablo Scasserra

(Presidente de IDEA Joven y Gerente de Banca de Empresas de HSBC Bank Argentina) y

Sebastián Oseroff

(Vicepresidente de IDEA Joven y Socio de EY)

Johanna Andrade Moreno

Miembro del Comité de IDEA Joven y Directora de Ventas en Dow Argentina

Cristina Autorino

Miembro del Comité de IDEA Joven y Relaciones Institucionales en Cablevisión

Alejandro Blanco Smith

Miembro del Comité de IDEA Joven y Gerente de Aprendizaje y Cultura en Santander Río

María Fernanda Crespo

Miembro del Comité de IDEA Joven y Especialista en Evaluación e Identificación de Talento en Telefónica

Aluminé González

Miembro del Comité de IDEA Joven y Gerente de Comunicación Corporativa y RRPP en Thomson Reuters

Mariana Mangisch

Miembro del Comité de IDEA Joven y Manager de Advisory en EY

Luis Padilla

Miembro del Comité de IDEA Joven y Gerente de Proyectos Corporativos en ManpowerGroup Argentina

Mariela Peluso

Miembro del Comité de IDEA Joven y Analista SSr Payroll en HR Strategy

Joaquín Perez Bay

Miembro del Comité de IDEA Joven y Ejecutivo de Cuentas para GTS Argentina en IBM

Javier Queimaliños

Miembro del Comité de IDEA Joven y CEO & Co-founder en Elevenme

Grupo de expertos/as:

Maximiliano Schellhas

(Líder de la Red de Profesionales de Impulsores de Empleo de IDEA y Director General Staffing & Key Accounts en Randstad Argentina);

Sabrina Guerrero

(Consultora Sr. Compensaciones y Beneficios en Mercer);

Agustina Resano

(Consultora Sr. Compensaciones y Beneficios en Mercer)

Asesor temático:

Gustavo Aguilera
(Human Capital & Right Management Director en ManpowerGroup Argentina)

Coordinación general del proyecto y ejecución técnica a cargo de Relevamientos

INTRODUCCIÓN

El debate sobre el trabajo del futuro abarca múltiples inquietudes: qué trabajos vendrán y cuáles dejarán de existir, cómo la tecnología cambiará la forma de producir y consumir y de qué forma es posible adaptarse a estos cambios. En ese sentido, para encontrarse preparado se necesita, siempre, poseer un diagnóstico certero. Es por eso que el equipo de IDEA Joven, junto con el área de Relevamientos de IDEA, impulsó este Estudio Social y Empresarial con el objetivo de generar información valiosa para la toma de decisiones en las empresas, desde la mirada particular de las nuevas generaciones.

Más de 1000 jóvenes participaron, entre julio y agosto de 2018, en el relevamiento “El desafío del futuro: los jóvenes nos comprometemos”, con el fin de expresarse sobre los temas que hacen a la construcción del mundo laboral hacia adelante. El estudio toma como eje temático y rector (1) el trabajo del futuro y lo hace articulando, a la vez, las siguientes dimensiones: (2) innovación; (3) propósito social, responsabilidad social empresaria e igualdad de oportunidades; (4) ética y transparencia. Asimismo, y como corolario, indaga en torno a quiénes son (5) los referentes de los jóvenes, con nombre y apellido.

Las variables relevadas se clasifican en tres grupos: a) de opinión acerca del panorama actual del mundo del trabajo y las proyecciones a futuro; b) de demanda hacia los actores que deben asumir un papel protagónico para generar y garantizar las condiciones para un desenvolvimiento saludable del mercado laboral; c) propositivas, que ponen el foco en el horizonte que las nuevas generaciones quieren alcanzar.

Los jóvenes manifiestan sus ideales y, al hacerlo, asumen un compromiso. Enuncian, así, las acciones concretas que los profesionales y las empresas pueden implementar para transformar la realidad, tanto en sus organizaciones como en la sociedad en su conjunto. Los datos presentados en el informe construyen información clave para los líderes de las organizaciones y para aquellos espacios de intercambio entre profesionales, tal como es IDEA Joven.

Los jóvenes componen aproximadamente el 30% de la fuerza laboral de Argentina según el relevamiento Radiografía del Trabajo Argentino, en base a datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), publicado por Jefatura de Gabinetes de Ministros de la Presidencia de la Nación en 2018¹. Conocer sus intereses, demandas e ideales resulta un recurso fundamental para pensar el trabajo del futuro.

¹ https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/radiografia_del_trabajo_argentino_-_febrero_2018_final_para_pdf.pdf



RATIFICAMOS NUESTRO COMPROMISO

- ▶ **JAVIER QUEIMALIÑOS**
Integrante del Comité de Dirección de IDEA Joven
y CEO y co-fundador de Elevenme
- ▶ **SANTIAGO CREMONA**
Miembro del Círculo de Acción sobre "El Trabajo del Futuro"
de IDEA Joven y Gerente de Advisory en EY

Desde IDEA Joven proponemos un espacio para reflexionar, aprender y construir nuevas miradas sobre la realidad del mundo empresarial. Es por eso que este 2018 planteamos grupos de trabajo y "círculos de acción" con el objetivo de promover una dinámica de red activa que participe y proponga iniciativas que aporten al crecimiento del conocimiento colectivo.

Esta forma de organizar nuestras ideas, intereses y expectativas nos llevó a iniciar una aventura con muchas inquietudes: nos preguntábamos por dónde empezar, si nuestros abordajes serían representativos o si las preguntas que nos hacíamos tenían sentido.

Para relevar y obtener la palabra de nuestra comunidad de jóvenes, decidimos entonces ir por una opción tan poderosa como es un relevamiento impulsado en la red a la que pertenecemos y que viene mejorando sosteniblemente en los últimos años. Así nació "El desafío del futuro: los jóvenes nos comprometemos".

En este estudio se cristalizan miradas interesantes sobre los 5 círculos de acción que nos propusimos trabajar. El primero de ellos es Ética y Transparencia, expresiones tan cuestionadas en todos los niveles de nuestra sociedad.

Más del 70% de los jóvenes no sólo saben que existen programas de Compliance en sus empresas, sino que también considera que son "Muy importantes" o "imprescindibles". Estas respuestas generan, a la vez, preguntas sobre los Liderazgos Íntegros en el mundo de las organizaciones, otro de nuestros ejes de trabajo.

Asimismo, se observa que casi un 90% de los jóvenes considera importante que las empresas posean un propósito social además de sus objetivos de

negocio. Este punto hace necesaria, a su vez, una revisión sobre nuestro tercer círculo de acción, el Desarrollo de negocios sustentables, ya que alrededor del 50% de los encuestados cree que falta maduración de la industria en temas de sustentabilidad y el 36% alerta que este tema no es prioridad para el top management.

Parecidos son los resultados sobre el eje Igualdad de oportunidades, dado que el 65% de los jóvenes consultados percibe que la organización que integra fomenta el desarrollo de carrera a partir de ella.

En cuanto a nuestro último círculo de acción, el Trabajo del futuro no sólo nos interpela por el contexto y la velocidad de cambio, sino también porque menos del 60% de los jóvenes cree que los líderes de sus empresas están comprometidos con la innovación y la transformación digital, mientras que el 50 % considera que están dadas las condiciones para implementar nuevas ideas y sólo un 45% siente que su empresa se compromete con su capacitación en temas de innovación.

Por último, es imprescindible para cualquiera que quiera entender la mirada de los jóvenes, ver el apartado sobre quiénes son sus referentes. ¡No tiene desperdicio!

Los datos que surgen de este trabajo nos aportan la mirada de los jóvenes sobre estos temas y nos dan una pista de qué pueden hacer las empresas al respecto, así como qué harán o qué están haciendo estos jóvenes dentro de sus organizaciones. Mucho se habla del compromiso de la juventud y se discute y debate sobre si realmente se comprometen con algo. Nuestra respuesta es contundente: ¡los jóvenes nos comprometemos!

IDEA < JOVEN

COLUMNA DE ANÁLISIS

LOS JÓVENES SON PROPULSORES DEL CAMBIO



GUSTAVO AGUILERA

Human Capital & Right Management Director en ManpowerGroup Argentina, con foco en la gestión de los Recursos Humanos a lo largo de todo el ciclo de vida en la organización, desde el desarrollo de la capacidad de liderazgo hasta los desafíos que plantean la transición de carrera y el outplacement.

Este año desde IDEA JOVEN nos propusimos abordar la temática “Los compromisos de la Juventud”, en referencia a los ideales de los jóvenes en torno a la realidad en sus organizaciones, pero también en el país.

Nos toca convivir con un mundo laboral desafiante que nos invita a replantear la forma en que trabajamos. Del mismo modo, se ven impactados los procesos organizacionales, los sistemas y los artefactos institucionales, y todo ello incide de manera directa en las habilidades que necesita la fuerza laboral, presente y futura. Acerca de esta y otras dimensiones hemos abordado el presente estudio social y empresarial.

El objetivo de este relevamiento ha sido conocer las demandas, inquietudes y propuestas de la juventud acerca de los compromisos necesarios para transformar la realidad mediante acciones concretas en la práctica profesional en y desde sus organizaciones.

El estudio social y empresarial “El desafío del futuro: Los jóvenes nos comprometemos”, realizado a partir de la participación de 1093 profesionales provenientes de diversos sectores de actividad (Agropecuaria, Comercio, Construcción, Servicios, Industria y Minería), nos permite entender la visión que tienen sobre su rol en la actualidad y abordar además cinco dimensiones claves:

- 1 El trabajo del Futuro
- 2 La innovación
- 3 El propósito social y RSE
- 4 La ética y la transparencia
- 5 Los referentes de los Jóvenes

En relación al primer punto, nos propusimos entender cómo articulan los jóvenes encuestados los dos conceptos, “Futuro” y Trabajo”, en relación a determinadas sub dimensiones. Este eje cobra un sentido trascendente si tenemos en

cuenta que, según el World Economic Forum sabemos que el 65% de los niños que ingresan a la escuela primaria en la actualidad se van a dedicar a trabajos que aún no existen. Por lo tanto, las competencias que se requerirán para desempeñar esas tareas cambiarán radicalmente.

En nuestra investigación las tres habilidades más valoradas por los encuestados han sido la creatividad, la facilidad para re-aprender y la comunicación efectiva (en ese orden); mientras que el conocimiento técnico queda relegado al sexto lugar, luego de las dimensiones de liderazgo y resolución de problemas complejos.

¿Será acaso que los jóvenes entienden que ese futuro incierto nos desafía, teniendo que recurrir al desarrollo de habilidades blandas que les permitan estar preparados para ese devenir en un mundo que está en constante cambio y en el que la tecnología interpela todo el tiempo la realidad?

Un dato interesante es cómo perciben los jóvenes a las organizaciones a las que pertenecen y cómo éstas se preparan o no para ese futuro desafiante. Ellos advierten que hay una falta de capacitaciones orientadas al trabajo del futuro y su problemática, y observan una permanencia de culturas conservadoras que no consideran en agenda estos temas en la visión estratégica de las compañías.

Además de la necesidad de capacitar y generar contextos de desarrollo y de incorporar prácticas de innovación y modernización en los modelos de trabajo, hay un aspecto que se repite dentro de los intereses de los jóvenes de hoy: el de ampliar las políticas de diversidad e inclusión.

El compromiso con la comunidad y el medio ambiente son acciones que también forman parte de la valoración de los encuestados: sostienen que es necesario asumirlas para afrontar los desafíos del trabajo del futuro a nivel empresa.

Estos temas toman cada vez más fuerza. De hecho, en la escala de 1 a 10, los jóvenes puntúan, en promedio, con un 6,6 a sus organizaciones en relación a la responsabilidad asumida para prepararlos de cara a los desafíos del futuro.

El empoderamiento en relación a las acciones necesarias para reforzar la empleabilidad, desde el punto de vista individual y personal, destaca inquietudes alineadas a un contexto cambiante que demanda formarse de manera continua, con capacidad de adaptación e innovación junto a una actitud de compromiso y responsabilidad orientada a llevar una vida sustentable.

En tanto, al analizar la mirada a nivel nacional acerca de los desafíos del futuro, se destacan tres dimensiones generales: 1) la necesidad de inversión privada y pública tanto a nivel educativo como en el ámbito de la ciencia y la tecnología; 2) el impacto de estos temas en la comunidad y el medioambiente, y 3) lo referente a los marcos regulatorios, la infraestructura y la desburocratización para generar contextos preparados para cambios más rápidos a nivel económico social.

En cuanto a la "Innovación", segunda dimensión clave rescatada en este trabajo, hay un interrogante que subyace a lo largo de toda la sección: "¿Cuánta alineación hay entre los líderes y su compromiso de innovar y preparar a las

organizaciones y su gente para una transformación que acompañe los desafíos del futuro?”

En primera instancia, las opiniones están divididas y aún no se identifica una tendencia sólida en lo que se refiere al tiempo que tenemos para tomar la decisión de generar entornos innovadores que anticipen los avances y cambios exponenciales relacionados con la transformación en las organizaciones.

Otro aspecto a destacar en relación a la valoración que hacen los jóvenes acerca de la innovación, en un sentido que no se restringe a lo meramente tecnológico, sino que se expende a variables como el clima laboral, la organización del trabajo y la reputación (ética y transparente) de las empresas a las que pertenecen. Este punto se emparenta con la necesidad del equilibrio entre vida y trabajo y con la preocupación de impacto social que las empresas generan en el ámbito de pertenencia.

Al indagar acerca del tercer eje del relevamiento, “Propósito Social”, entendido como “el fin que otorga sentido social al negocio que desarrolla una empresa y que puede impulsar un cambio positivo en su entorno y dejar una huella en la sociedad”, la respuesta de los encuestados fue contundente: el 88% considera que es importante que las empresas lo posean.

Desde mi punto de vista, los jóvenes de hoy podrían asemejarse a los jóvenes de cualquier momento de la historia en cualquier movimiento social, económico, cultural, político o religioso, dado que todavía entiende el altísimo sentido de la responsabilidad del mundo del trabajo sobre la sociedad en la que opera. En esta línea, se observa una clara preocupación en relación a la maduración de las empresas en temas de sustentabilidad, a la vinculación de los objetivos del negocio con las prácticas sustentables y a la prioridad que los líderes le dan a estos temas en sus agendas corporativas.

Al profundizar en la consulta, el uso responsable de los recursos naturales, el reciclaje y los productos sustentables ocupan una posición prioritaria entre las acciones que, desde la perspectiva de los encuestados, las empresas deberían llevar adelante para construir un modelo de negocio más sustentable. Sigue en orden de importancia la necesidad de capacitar a la gente para duplicar el esfuerzo de concientización.

En relación a la Ética y Transparencia en las organizaciones, cuarta dimensión clave del estudio, cobra altísima relevancia la práctica de datos abiertos. En esa línea, la necesidad de que existan reportes de sustentabilidad que expliciten formalmente sus prácticas ocupa el primer lugar entre los ítems de información que debería ser pública en las compañías. El 69% de los encuestados la ubicó en esa posición. Le sigue la categoría “Diversidad e Inclusión”, casi al mismo nivel de valoración (65%).

Finalmente, en cuanto a los Referentes que los jóvenes han elegido a nivel internacional, el top del ranking es ocupado por el físico, inversor y magnate Elon Reeve Musk, nombrado como la 21ª persona más poderosa del mundo por la revista Forbes*. Musk afirma que los propósitos de SolarCity, Tesla y SpaceX (de las cuales es co-fundador), giran alrededor de su visión de cambiar el mundo y la humanidad de forma drástica. La innovación, la creatividad, la inteligencia la visión y el liderazgo son los motivos por los cuales es el más votado en el presente estudio. Estas mismas características coinciden con las

*Cabe aclarar que la encuesta fue realizada entre el 12 de julio y el 17 de agosto de 2018, antes de que Elon Musk fuera acusado de fraude por la Comisión de Bolsa y Valores de Estados Unidos y haya llegado a un arreglo que lo obligara a dimitir como presidente de Tesla (aunque seguirá como CEO de la compañía) y a abonar una multa de 20 millones de dólares.

habilidades más valoradas para afrontar los desafíos del futuro por parte de los encuestados.

Los jóvenes de hoy conviven en un entorno en el que la conectividad y el acceso a la información a través de la tecnología están cambiando el mundo de manera exponencial. La globalización y los avances tecnológicos nos permiten saber lo que ocurre al instante en cualquier lugar del planeta. Hoy, los grandes movimientos sociales, culturales, políticos, económicos y espirituales, se originan, se debaten, y en muchos casos se confrontan, en las redes sociales. En cuestión de minutos, miles y miles de personas pueden estar compartiendo un propósito, un ideal, un objetivo común y pueden hasta auto-convocarse, lo que genera impactos enormes en sus lugares de pertenencia.

Los jóvenes ocupan un lugar preponderante en la sociedad y están atravesados por tecnologías emergentes en franco crecimiento. Al mismo tiempo, son ellos los actores sociales que impulsan estos grandes movimientos apalancados fundamentalmente por las redes sociales que conectan el planeta.

Hay además una reformulación muy profunda que subyace en este contexto y es la del sentido del trabajo, considerado desde el siglo XVII como una de las vías esenciales de reproducción y legitimación social. En la actualidad, esta concepción tiene un atravesamiento aún más ligado al espacio que los jóvenes le otorgan a los valores y a temas relacionados con la responsabilidad social, la sustentabilidad, la diversidad y la inclusión, el medioambiente y el cuidado del planeta.

Pero, ¿cuál es el lugar que los "jóvenes" han ocupado a lo largo de la historia?, ¿qué hay detrás de aquel pensamiento instalado en el inconsciente colectivo acerca de que "el futuro le pertenece a los jóvenes" o que "los jóvenes son el futuro"? Las nuevas generaciones se han convertido en uno de los principales focos de interés de la sociología y están en agenda de casi todas las organizaciones. Entender lo que ellos quieren, valoran, anhelan y aportan a este mundo incierto donde pareciera todo muy efímero, es fundamental. La clave está en cómo transcurre el "presente" en la construcción intrínseca de un futuro que ya llegó.

En este sentido, vale preguntarse qué lugar ocupan hoy los jóvenes en nuestra sociedad y qué espacios estamos habilitando desde las organizaciones para que tengan un rol activo y de cambio, a través del cual puedan colaborar con su mirada innovadora y anticipatoria. Hay que permitirles ser propulsores del cambio necesario para alcanzar ese "futuro" intangible que se convierte en una entelequia pero que en realidad ya está aquí a través de los saltos cuánticos de conocimiento y avances tecnológicos.

A estas alturas, podemos afirmar que el futuro es hoy y que es a través de la convivencia intergeneracional y de la diversidad que es posible enriquecer y potenciar un futuro más justo e inclusivo. El componente clave en este sentido es el compromiso. Sin dudas, los jóvenes están comprometidos con ese futuro, porque de hecho, ya lo están construyendo. La altísima participación en este estudio es ejemplo de ello.

El aporte de este estudio en relación al compromiso de los Jóvenes y los desafíos que el futuro depara son temas que deben seguir debatiéndose en el seno de lo social y de las organizaciones, para construir un mejor porvenir para todos. Para ello será importante alinear la mirada a ese aspiracional, con el objetivo de encontrar formas innovadoras y más sustentables de trabajo.

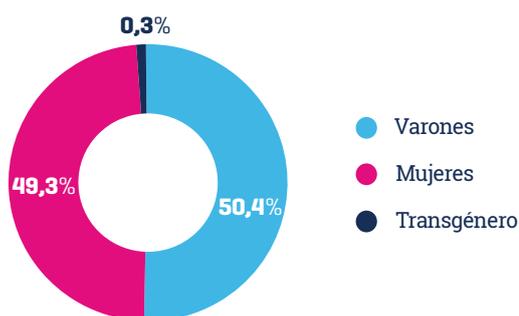
CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

La muestra del estudio se divide de forma pareja tanto entre varones y mujeres como entre jóvenes menores y mayores de 30 años. Por un lado, las mujeres representan el 49,3% de los encuestados mientras que los varones el 50,4% y sólo el 0,3% de la muestra se reconoce como transgénero. En cuanto a la edad, el 53% de los participantes es menor de 30 años, mientras que el 47% restante posee entre 31 y 40.

Con respecto a las características de las empresas donde trabajan los y las jóvenes, el 51% se desempeña en la actividad terciaria (servicios), el 25% en el sector de industria y minería, un 11% en comercio, 9% en construcción y el 4% en el sector agropecuario. Además, el 88% de los jóvenes integran grandes empresas y el 12%, Pymes.

a

Género



b

Grupo etario



c

Sector de actividad

[De las empresas que integran los jóvenes]

Agropecuario
4%Industria
y minería
25%Construcción
9%Servicios
51%Comercio
11%

d

Tamaño empresa**88%**
Grande**12%**
PyME



INFORME DE RESULTADOS

**el desafío
del futuro:
los jóvenes nos
comprometemos**

SECCIÓN **1****TRABAJO
DEL FUTURO**

¿Cuáles son las habilidades necesarias para el trabajo del futuro? ¿Qué actores son responsables por garantizar la empleabilidad? ¿Cuántas herramientas brindan las empresas para prepararse? Y ¿qué se puede hacer para afrontar los nuevos desafíos?

Estas son algunas de las preguntas que respondieron los y las jóvenes sub 30 y sub 40 participantes en el relevamiento. Sus respuestas permiten construir un hilo desde el dónde estamos hacia el dónde vamos.

1.

Habilidades del futuro

Para adaptarse a las transformaciones requeridas por el mercado laboral en los próximos 10 años, la creatividad es la habilidad considerada más importante por los jóvenes. Le siguen la facilidad para re-aprender, la comunicación efectiva, el liderazgo, la resolución de problemas complejos y el conocimiento técnico. El orden de relevancia de las habilidades y conocimientos elegido se condice con las características del mercado en la actualidad: no importa tanto lo que sabemos sino nuestra capacidad para adaptarnos y pensar fuera de la caja. La transición desde los conocimientos hard hacia las habilidades soft.

Sin embargo, cuando observamos las respuestas según género, vemos que las mujeres priorizan la comunicación efectiva y ubican en cuarto lugar al liderazgo, mientras que los varones otorgan el segundo lugar al liderazgo y el quinto a la capacidad de comunicación efectiva. Ambos dejan en último lugar al conocimiento técnico y consideran muy relevante a la creatividad.

a1

Competencias y conocimientos considerados necesarios para adaptarse a los cambios del mercado laboral en los próximo 10 años, según orden de relevancia
[1=más importante, 6=menos importante]



« La percepción de los jóvenes está en perfecta alineación con lo que las organizaciones están priorizando en relación a la creciente importancia de las habilidades blandas. Y esto no aplica sólo para los trabajos del futuro, sino que es algo que está sucediendo hoy.

Maximiliano Schellhas / Director General, y Staffing & Key Accounts de Randstad Argentina

De acuerdo a relevamientos de Mercer, alrededor del 45% de las posiciones que hoy existen en el mercado tienen gran probabilidad de automatización. Es por esto que adquirir nuevas habilidades - como la apertura al cambio, y aprender y re-aprender ágilmente- es vital para enfrentar los cambios vertiginosos que enfrentará el mercado de trabajo del futuro.

Sabrina Guerrero y Agustina Resano / Consultoras Sr. de Compensaciones y Beneficios en Mercer »

a2

Mirada sobre las competencias y conocimientos necesarios según género
 [1=más importante, 6=menos importante]



2.

Empleabilidad

Por otro lado, si esas son las habilidades requeridas para el trabajo del futuro, ¿cuáles son los actores considerados responsables de mantener la empleabilidad de los trabajadores? Según el 63% de los jóvenes, el principal responsable es uno mismo. De todos modos, al dividir la muestra entre aquellos que tienen hasta 30 años y aquellos mayores de 30, se observa que los más jóvenes consideran que las principales responsables son las empresas mientras que el segundo grupo sostiene que lo es uno mismo. Entre éstos últimos, las empresas constituyen la tercera opción en orden de relevancia. Es decir, consideran que las empresas y el Estado deben velar por su empleabilidad luego que ellos. Estos resultados contrastan la mirada de los sub 31, para quienes el Estado es el actor en tercer lugar de importancia.

Por otro lado, los líderes de las organizaciones son considerados responsables por el 47% de la muestra, en último lugar. Un 6% de los encuestados optó por la categoría "Otros" y señaló a los siguientes actores como responsables: los sindicatos, las universidades y el mercado en su conjunto.

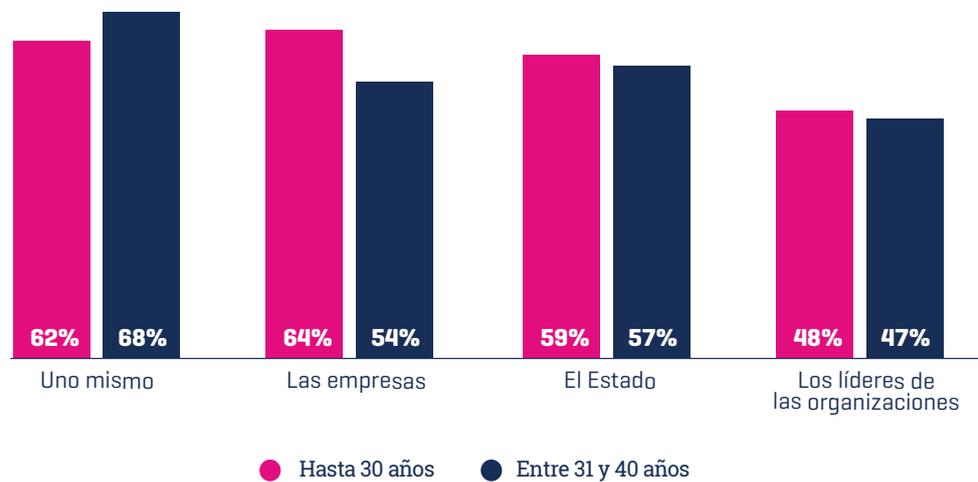
a1

Actores considerados responsables de mantener la empleabilidad de los trabajadores ante los cambios en el mundo del trabajo



a2

Actores considerados responsables de mantener la empleabilidad de los trabajadores ante los cambios en el mundo del trabajo según grupo etario



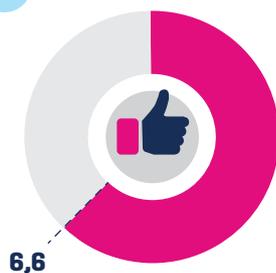
Si bien hay cierto consenso aceptado universalmente sobre la necesidad de desarrollar nuevas habilidades para mantener la empleabilidad de las personas de cara a los trabajos del futuro, el debate está abierto sobre quién es el responsable principal de desarrollar esas skills.

Maximiliano Schellhas / Director General, y Staffing & Key Accounts de Randstad Argentina

3.

Preparación para el futuro

Al evaluar qué tanto las empresas los preparan para el trabajo del futuro, entre un puntaje del 1 al 10, donde 1 era nada y 10 mucho, los jóvenes – en promedio – las calificaron con 6,6 puntos. Esto resulta significativo ya que las compañías ocupan el segundo lugar de relevancia en torno a la responsabilidad por mantener la empleabilidad de los trabajadores.

a1

Nivel de preparación para el trabajo del futuro

en una escala del 1 al 10, ¿CUÁNTO CREÉS QUE TU ORGANIZACIÓN TE PREPARA PARA ASUMIR LOS DESAFÍOS DEL TRABAJO DEL FUTURO?"

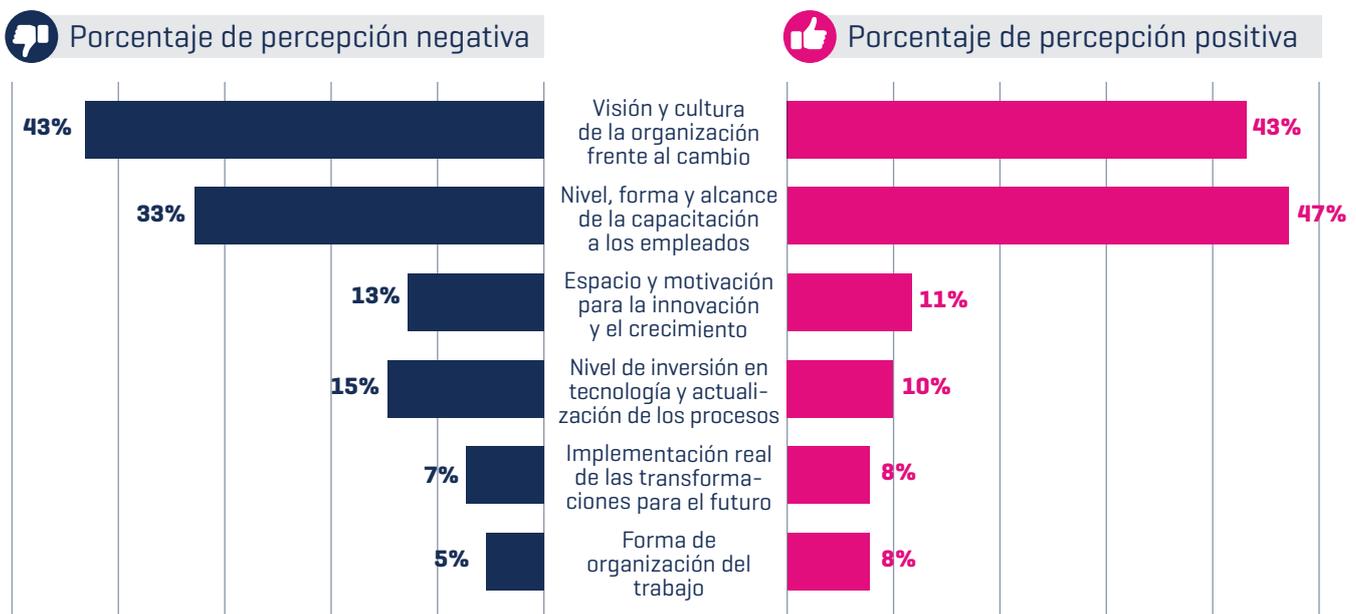
[1=nada / 10=totalmente]

Para comprender mejor cuáles eran los aspectos ponderados a la hora de evaluar a sus empresas, se preguntó a los jóvenes por el motivo de su calificación. Así, la visión y la cultura de la organización frente al cambio fue la principal dimensión dentro de los puntajes negativos y la segunda sobre los positivos. Estas respuestas hacían alusión a la existencia o no de un plan estratégico por parte de la compañía para adaptarse a los nuevos desafíos empresariales. El nivel, la forma y el alcance de las capacitaciones otorgadas a los empleados fue la categoría que más peso tuvo entre las opiniones positivas y la segunda entre las negativas. Aquí, los jóvenes se referían a la necesidad de formarse en las nuevas tecnologías, habilidades soft e idiomas y también a la importancia en que se actualicen las formas de aprendizaje y enseñanza en las organizaciones. Otros manifestaron la inquietud porque los cursos no alcanzaban a todas las áreas de la empresa. Variables consideradas pero con menor representación fueron el espacio y la motivación para la innovación y el crecimiento; el nivel de inversión en tecnología y en la actualización de los procesos; la implementación real de las transformaciones para el futuro, en relación a procesos de transición inconclusos a veces por falta de recursos y otras por la no coincidencia entre lo que se dice y lo que se hace; la forma de organización del trabajo, en torno al establecimiento de beneficios, trabajo por proyecto, flexibilidades y dinámica general.

Como se desprende de los resultados, existe relación entre los niveles más abstractos en torno a la cultura de las empresas (visión) y aquellos concretos que hacen a la gestión del día a día. Las respuestas de los jóvenes refuerzan la coherencia entre ambas dimensiones, al identificar como empresas innovadoras a las que poseen tanto un plan estratégico para la adaptación al futuro como acciones específicas (tales como la implementación de capacitaciones sobre tecnologías digitales para toda su dotación).

a2

Justificación de calificaciones positivas y negativas en relación al nivel de preparación para el trabajo del futuro



En este momento, muchas compañías se encuentran transitando de alguna manera el camino de la transformación digital. Para lograr el éxito en un contexto cada vez más dinámico, es necesaria la convicción del liderazgo a fin de adoptar nuevos modelos de trabajo más flexibles, que afectan la manera en que se organizan las estructuras y los procesos.

Sabrina Guerrero y Agustina Resano / Consultoras Sr. de Compensaciones y Beneficios en Mercer

4.

Propuestas de cara al trabajo del futuro

El diagnóstico está, ¿qué es lo que se puede hacer ahora? Las siguientes propuestas surgen desde los y las jóvenes para afrontar los desafíos del trabajo del futuro en distintos estratos. En cuanto a lo individual-profesional, lo más importante para ellos es continuar formándose en las skills y habilidades requeridas. También consideran fundamental estar abiertos a los cambios y trabajar en su capacidad de adaptación así como mantenerse actualizados en las nuevas tendencias. Ser dinámico en una época de transformación constante, no quedarse atrás y desarrollar a conciencia las aptitudes necesarias para mantenerse en - o llegar a - la cresta de la ola del mercado laboral. Además, creen que es importante ser comprometido y responsable con el trabajo; comprometerse con la comunidad y el ambiente, y desarrollarse en espacios de networking.

En cuanto a lo que las empresas deberían hacer para asumir estos desafíos, los jóvenes participantes respondieron en torno a tres grandes ejes:

- » **La relación con los empleados: las empresas deberían brindar más y mejores capacitaciones y oportunidades de desarrollo de carrera para los colaboradores. También actualizar la forma de organización del trabajo y las condiciones de contratación.**
- » **El negocio de la empresa: se promueve la modernización, la innovación y el desarrollo en la actividad de la empresa; así como la diversificación hacia nuevos mercados y productos. También, los jóvenes reclaman por una mayor planificación en el largo plazo de las empresas.**
- » **La relación con la comunidad y el medioambiente: la ampliación de políticas de inclusión y diversidad emerge como una acción prioritaria para los jóvenes. En menor medida, el compromiso con la comunidad y el medioambiente.**

En el ámbito nacional, los jóvenes se refirieron mayormente a acciones que podrían desarrollarse desde el Estado, entre las cuales las políticas de educación, trabajo digno y de inversión en ciencia y tecnología vuelven a ser claves. La diferencia es que las propuestas para el Estado se conectan más con la necesidad de garantizar estos aspectos, así como de un entorno económico estable y beneficioso para la realización del negocio y el desarrollo de las empresas y las personas. Por eso, entre las respuestas también emergen la modificación de los marcos regulatorios, la infraestructura y la desburocratización.

a

Acciones que es necesario asumir para afrontar los desafíos del trabajo del futuro
[a nivel individual y profesional]



Todos, en mayor o menor medida, tenemos que trabajar para mantener nuestra empleabilidad. Allí es donde la predisposición y capacidad de aprender y desaprender permanentemente surge como la competencia clave del momento, de modo tal que la empleabilidad de las personas ya no dependa tanto de lo que se sabe, de lo que se aprendió en el pasado, sino del potencial que tienen para adquirir conocimientos de forma permanente.

Maximiliano Schellhas / Director General, y Staffing & Key Accounts de Randstad Argentina

Dentro de las tendencias identificadas para prosperar en el futuro del trabajo, encontramos el promover una cultura de trabajo colaborativo a través de diferentes áreas y niveles organizacionales.

Sabrina Guerrero y Agustina Resano / Consultoras Sr. de Compensaciones y Beneficios en Mercer

b

Acciones que es necesario asumir para afrontar los desafíos del trabajo del futuro
[a nivel de la empresa]



Numerosos estudios en materia de Diversidad e Inclusión evidencian que los equipos compuestos por talento diverso se desempeñan mejor, por lo cual la inclusión y valoración de personas de diferentes culturas, géneros y antecedentes educativos se está convirtiendo en un imperativo de las empresas para prosperar en el futuro del trabajo.

Sabrina Guerrero y Agustina Resano / Consultoras
Sr. de Compensaciones y Beneficios en Mercer

C

Acciones que es necesario asumir para afrontar los desafíos del trabajo del futuro
[a nivel nacional]

1.
ACTUALIZAR Y AMPLIAR EL NIVEL EDUCATIVO DE LA POBLACIÓN

2.
PROMOVER EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS Y DEL PAÍS MEDIANTE INVERSIÓN E INCENTIVOS

3.
GARANTIZAR AL TRABAJO DIGNO

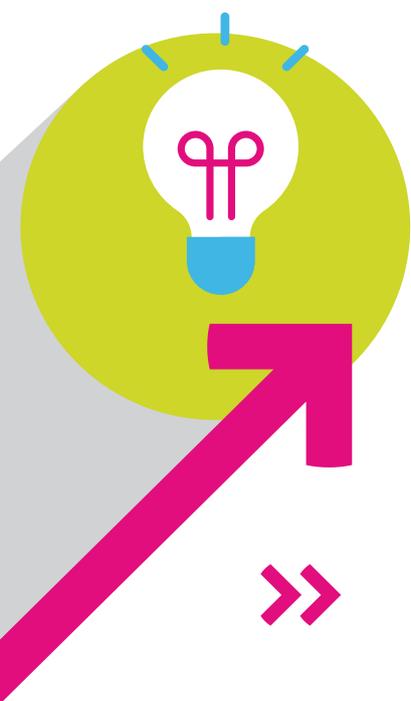
4.
MODIFICAR LOS MARCOS REGULATORIOS, LA INFRAESTRUCTURA Y DESBUROCRATIZAR

5.
GARANTIZAR LA INCLUSIÓN, LA PROTECCIÓN DEL MEDIOAMBIENTE Y DE LOS DERECHOS SOCIALES

6.
MODERNIZAR e INVERTIR en ciencia y tecnología

7.
GARANTIZAR LA ESTABILIDAD económica, social y jurídica

8.
CONSTRUIR Y DIFUNDIR una visión del país hacia el futuro



SECCIÓN 2

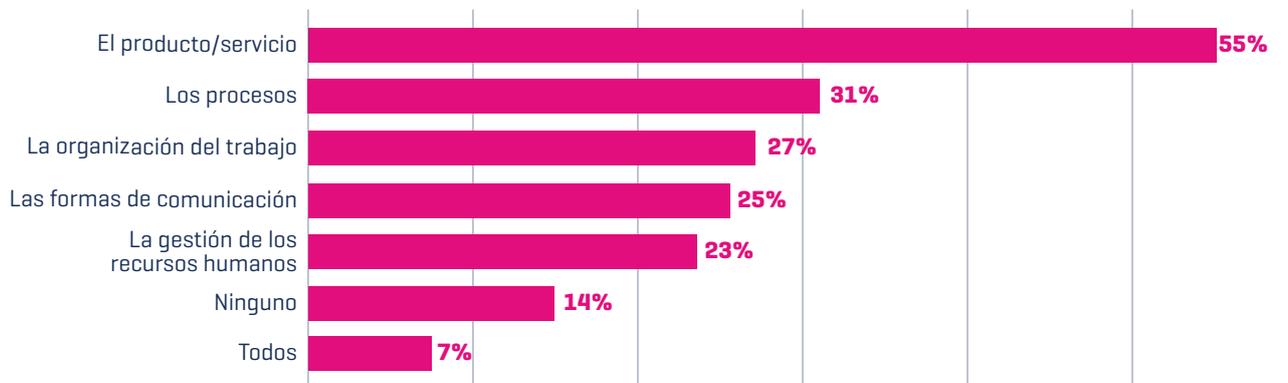
INNOVACIÓN

Como se vio en el apartado anterior, una de las cuestiones que más preocupa e interesa a los y las jóvenes en relación con el trabajo del futuro es la innovación. Ésta puede entenderse desde la implementación de nuevas tecnologías, la digitalización de los procesos y la automatización como desde formas novedosas de organizar el trabajo y de comunicar. Es por ello que este capítulo hace zoom sobre diferentes aristas desde la percepción de los y las jóvenes profesionales sobre las organizaciones que integran.

Los resultados arrojan que el 55% de los jóvenes considera que la empresa que integran es innovadora con respecto al producto y/o servicio que ofrece. Más de 20 puntos porcentuales debajo, el 31% indica que poseen procesos innovadores. La organización del trabajo, las formas de comunicación y la gestión de los recursos humanos poseen una representación del 27%, 25% y 23%, respectivamente, como aspectos en los que las empresas innovan. El 14% de los participantes indica que su organización no es innovadora en ninguno de los ítems listados, y un 7% que lo es en todos.

a

Aspectos considerados innovadores en las empresas que integran los jóvenes



b

Compromiso de la empresa con la innovación

Estas apreciaciones hacen al presente, a lo que hoy se percibe. Pero para poder pensar en las posibilidades de cambio existentes en las organizaciones es necesario identificar los aspectos dinámicos, con proyección a futuro. Por eso, se preguntó por el compromiso de las empresas y sus líderes con la innovación.

Lo que emergió permite afirmar que, más allá de que en la gran mayoría de las empresas los jóvenes ven condiciones para proponer nuevas ideas (75%), sólo la mitad ve la oportunidad para implementarlas. Es decir, un 25% de los jóvenes considera que puede proponer pero no implementar innovaciones en la empresa que integra.



75% de los jóvenes está de acuerdo con la frase "en la empresa que integro están dadas las condiciones para **proponer** nuevas ideas"



50% de los jóvenes está de acuerdo con la frase "en la empresa que integro están dadas las condiciones para **implementar** nuevas ideas"

« Se identifica una brecha entre la posibilidad de proponer ideas y que las mismas efectivamente puedan ser llevadas a la acción.

Sabrina Guerrero y Agustina Resano / Consultoras Sr. de Compensaciones y Beneficios en Mercer

»

C

Compromiso de la empresa y sus líderes con la innovación y la capacitación que demanda

Por otro lado, el 58% observa que los líderes de su organización se encuentran comprometidos con la innovación y la transformación digital. Pero sólo un 45% percibe ese compromiso respecto a la capacitación de los empleados en estos temas. Pareciera, así, que existe un gap entre la actitud de los líderes y la predisposición de la empresa para formar a sus colaboradores.



58% DE LOS JÓVENES ESTÁ DE ACUERDO CON LA FRASE "LOS LÍDERES DE LA EMPRESA QUE INTEGRO ESTÁN COMPROMETIDOS CON LA INNOVACIÓN Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA COMPAÑÍA"



45% DE LOS JÓVENES ESTÁ DE ACUERDO CON LA FRASE "LA EMPRESA QUE INTEGRO ESTÁ COMPROMETIDA CON LA CAPACITACIÓN DE SUS COLABORADORES EN TEMAS DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA DIGITAL"



SECCIÓN 3

PROPÓSITO SOCIAL Y RSE



“Los compromisos de la juventud” es el lema de IDEA JOVEN en 2018 y es lo que este estudio se propuso relevar. Con el trabajo del futuro como eje, los resultados demuestran que, para afrontar los desafíos del porvenir, no importa sólo el desarrollo de las profesiones y los cambios en los puestos laborales sino la transformación global de las empresas. Hasta ahora se repasaron las opiniones, demandas y propuestas de la juventud en torno al empleo y a la innovación pero hay algo más: el propósito social.

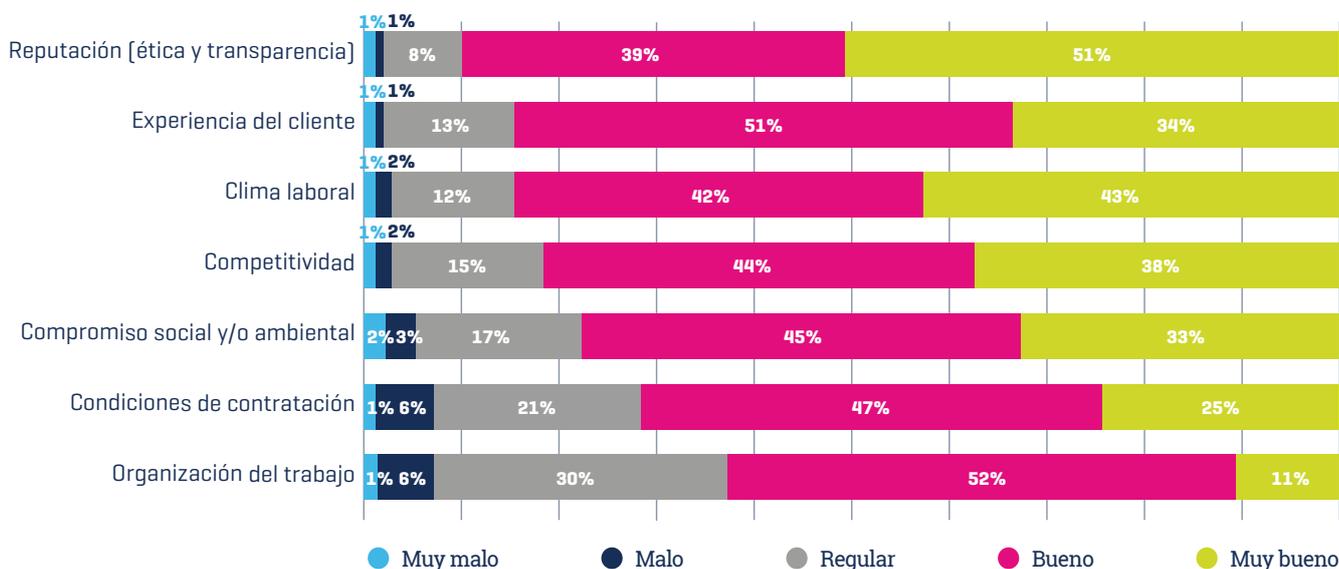
1.

a

Aspectos generales

Calificación de las empresas en siete aspectos valorados por los jóvenes

Para comenzar el apartado, los encuestados evaluaron a sus empresas según cómo se desenvuelven en cuestiones tanto internas como externas. El aspecto mejor calificado es la reputación (ética y transparencia); le sigue la experiencia del cliente; luego, el clima laboral y la competitividad. A pesar de que todos los puntos obtuvieron mayoría de respuestas positivas (“bueno” o “muy bueno”), resalta el hecho de que aquellas que se encuentran vinculadas a la relación con el empleado y con la comunidad son las que muestran peor calificación: compromiso social y/o ambiental, condiciones de contratación y organización del trabajo. En línea con el título del estudio, los jóvenes demandan un mayor nivel de compromiso por parte de las organizaciones.



2.

a

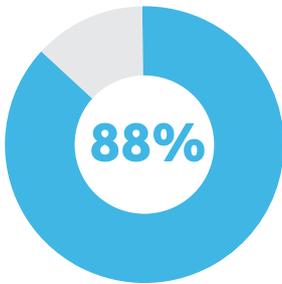
Propósito social

Importancia asignada a la existencia de un propósito social en las empresas

El mercado cada vez más eleva la vara a las empresas respecto al compromiso que deben asumir frente a la sociedad y los jóvenes son protagonistas de este cambio de perspectiva. El 88% considera importante que las organizaciones asuman un propósito que imprima a sus objetivos de negocio un sentido social y que impulse un cambio positivo en el entorno. Dentro del 88%, un 37%

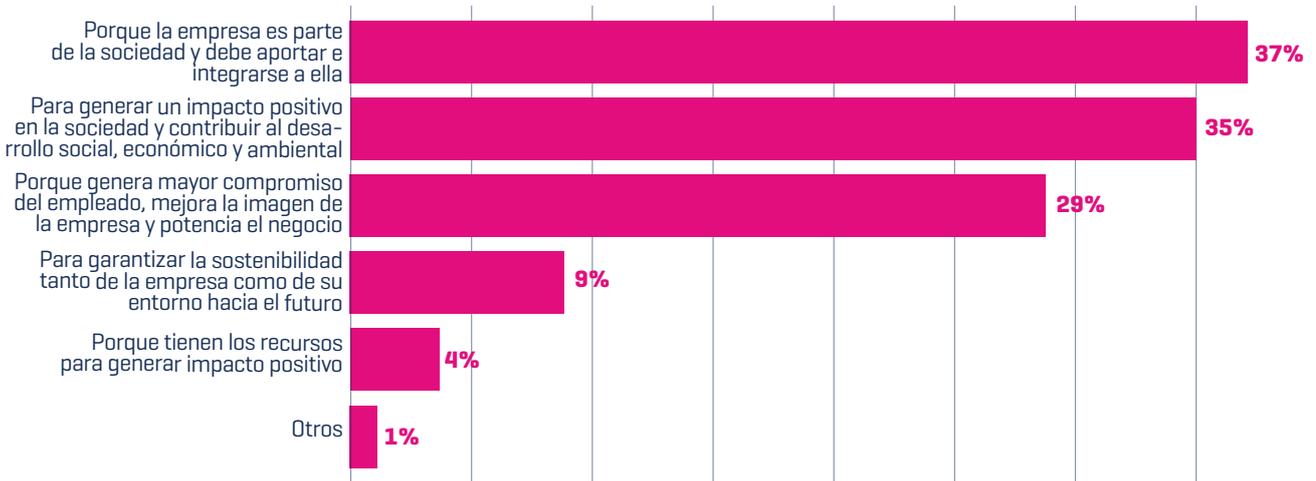
de los participantes justifica su respuesta alegando que la empresa es parte de la sociedad en su conjunto y como tal, debe contribuir al desarrollo de la misma. El 35% de los jóvenes dice que deben buscar generar un impacto positivo en cuestiones sociales, económicas y ambientales porque es lo correcto. Por otro lado, 29% de los encuestados utiliza argumentos de un tinte pragmático, al decir que establecer un propósito social eleva el compromiso del empleado así como mejora la imagen y, por tanto, el negocio de la empresa. Un 9% dice que es necesario para garantizar la sostenibilidad de la empresa y del entorno; y un 4% que deben asumir un propósito porque son quienes tienen los recursos para cambiar la realidad y mejorarla.

El propósito social es el fin que otorga sentido social al negocio desarrollado por una empresa que puede impulsar un cambio positivo en el entorno y dejar una huella en la sociedad



DE LOS JÓVENES CONSIDERA QUE ES IMPORTANTE QUE LAS EMPRESAS POSEAN UN PROPÓSITO SOCIAL ADemás DE SUS OBJETIVOS DE NEGOCIO

Los motivos



El "propósito" es un factor muy importante para atraer a los jóvenes. Ellos buscan y eligen trabajar en empresas con las que se puedan sentir identificados en valores y también quieren trabajos con sentido, en los que puedan identificar el impacto y la huella que ellos tienen en él.

Maximiliano Schellhas / Director General, y Staffing & Key Accounts de Randstad Argentina



3.

Igualdad de oportunidades

El compromiso al que las empresas se encuentran naturalmente vinculadas es aquel de la generación de igualdad de oportunidades en el ámbito laboral. Para quienes ya están insertos y aún más para quienes están buscando ingresar al mercado laboral, las acciones que desarrollan las organizaciones para acompañarlos y promoverlos son decisivas. Por eso, se decidió consultar a los jóvenes cómo ven estas gestiones en sus empresas.

En primer lugar, en lo que respecta a políticas internas, el 65% considera que la organización que integra fomenta el desarrollo de carrera a partir de la igualdad de oportunidades. Entre ellos, el 37% afirma que ésta se garantiza a partir de la implementación de procesos de selección y postulación a empleos que son abiertos y transparentes. En segundo lugar, se menciona el apoyo en la formación tanto dentro como fuera de la empresa (27%) y luego, las políticas de inclusión y diversidad (26%). Por último, 18% de los encuestados identifica que en su empresa se implementan políticas de desarrollo de carrera tendientes a fomentar la igualdad de oportunidades. La categoría "Otros" agrupa respuestas con alto nivel de dispersión, algunas refieren a la implementación de pasantías.

En un sentido más amplio, las empresas también llevan a cabo acciones para colaborar en la inserción en el mercado laboral de las nuevas generaciones de forma externa, hacia la comunidad. El 89% de los jóvenes piensan que las prácticas profesionales son la mejor manera de hacerlo. Bastante por detrás, representando al 56% se encuentran las capacitaciones y los talleres, tanto en habilidades hard como soft. En tercer lugar, el acompañamiento para la finalización de los estudios (51%); cuarto, los talleres de orientación vocacional (33%) y quinto, talleres de preparación de CVs y entrevistas laborales (28%). La categoría "Otros" incluye respuestas dispersas, sin embargo, muchas de ellas hacen referencia a la necesidad de mayor integración y contacto entre las empresas y las instituciones educativas, tanto a nivel secundario como universitario.

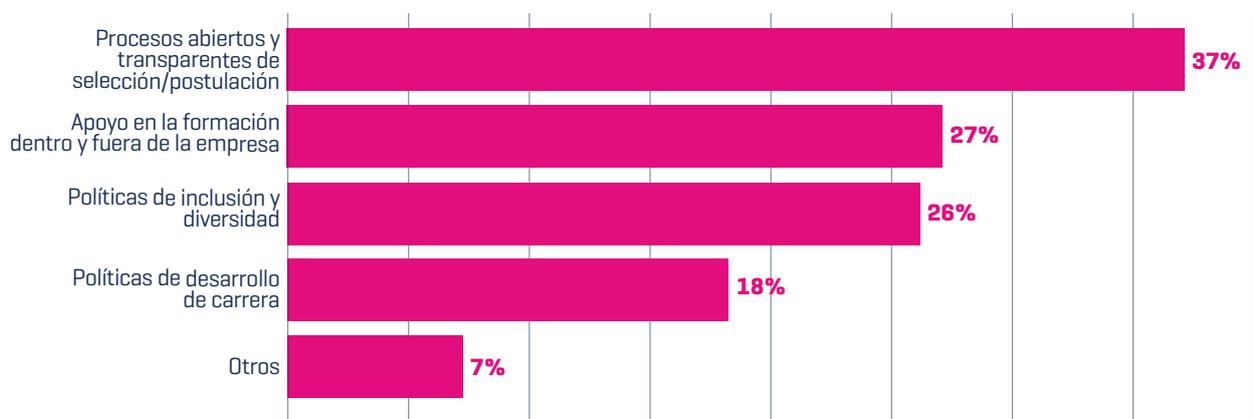
a

Desarrollo de carrera



65% DE LOS JÓVENES CONSIDERA QUE LA ORGANIZACIÓN QUE INTEGRA FOMENTA EL DESARROLLO DE CARRERA A PARTIR DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Acciones implementadas en las empresas para garantizar la igualdad de oportunidades



b

Acciones que los jóvenes consideran adecuadas para ayudar a preparar a futuras generaciones para el mercado laboral desde las empresas



4.

Sustentabilidad

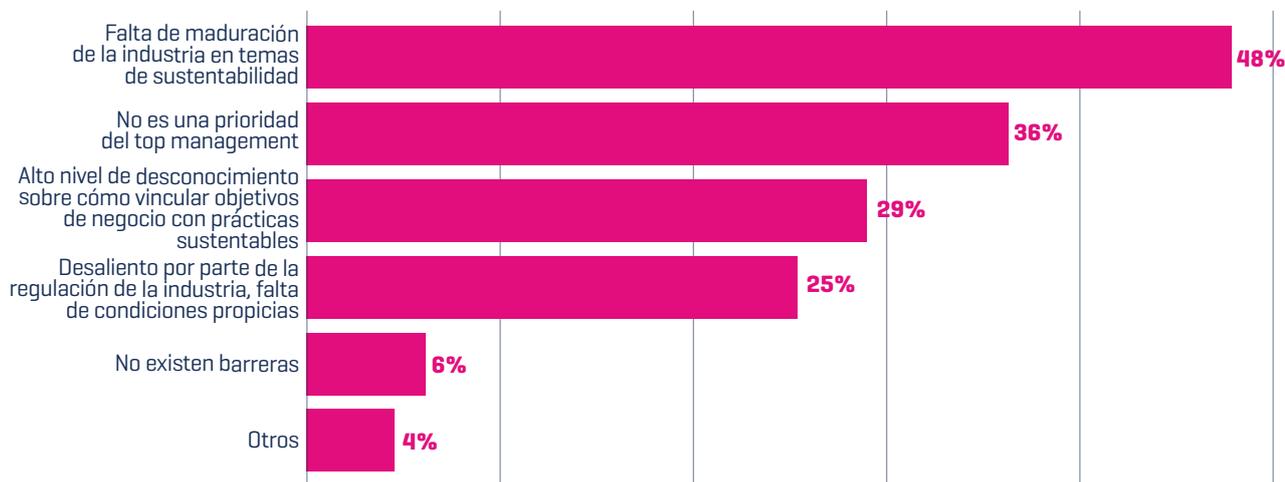
Para finalizar el capítulo, se hizo foco en los problemas de sustentabilidad de las empresas. Al ser uno de los objetivos del relevamiento aportar información valiosa para la toma de decisiones, conocer cuáles son las barreras que los y las jóvenes identifican en sus empresas para transformarse en 100% sustentables y comprometerse con el desarrollo de la comunidad constituye un primer paso para la acción.

La principal barrera identificada por los encuestados es la falta de maduración de la industria en temas de sustentabilidad (48%), que hace referencia a una limitante de carácter estructural. Luego, el hecho de que no es una prioridad del top management (36%). En este caso, depende puntualmente de la postura de los líderes de la empresa. El alto nivel de desconocimiento sobre cómo vincular objetivos de negocio con prácticas sustentables constituye una barrera para el 29% de los jóvenes, mientras que el desaliento por parte de la regulación de la industria y la falta de condiciones propicias para llevar adelante dicha transformación es una barrera para el 25% de la muestra. El 6% dice que en sus empresas no existen barreras, es decir, se encuentran totalmente comprometidas con los negocios sustentables. Dentro de "Otros" (4%) fueron mencionadas la falta de tiempo y recursos y la necesidad de generar mayor conciencia en el staff.

Para impulsar un modelo de empresa que sea responsable social y ambientalmente, los y las jóvenes proponen distintas acciones: en primer lugar, abocarse al uso cuidadoso de los recursos naturales, al reciclaje y a la producción de bienes sustentables (en los casos que aplique); luego, la realización de capacitaciones en la temática, y en tercer lugar, el compromiso con el desarrollo de la comunidad local. Otras respuestas se concentraron con menor representación en la implementación de mediciones de impacto ambiental de la actividad; la promoción del voluntariado corporativo; la concientización de clientes, proveedores y staff y, por último, el financiamiento a organizaciones de la sociedad civil. Como se aprecia en los resultados, la sustentabilidad no es entendida de forma restringida sino que hace tanto a cuestiones ambientales como sociales en una conceptualización amplia. En ese sentido, sustentabilidad se encuentra en íntima relación con los datos presentados respecto a la fundamentación del propósito social en las empresas y la incidencia que éstas tienen en velar por la igualdad de oportunidades.

a

Barreras identificadas para que las empresas transformen su negocio en un modelo 100% sustentable y comprometido con el desarrollo de la comunidad



b

Acciones que las empresas deberían llevar adelante para construir un modelo de negocios más sustentable en relación al medio ambiente y la comunidad en la que operan



« Cada vez más las empresas están trabajando en estas acciones para que su modelo sea 100% sustentable, llevándolo a la práctica de la mano de su personal interno y en conjunto otras empresas, ONGs y sindicatos para generar un impacto mayor articulándolo con el sector público.

Maximiliano Schellhas / Director General, y Staffing & Key Accounts de Randstad Argentina



SECCIÓN 4

ÉTICA Y TRANSPARENCIA



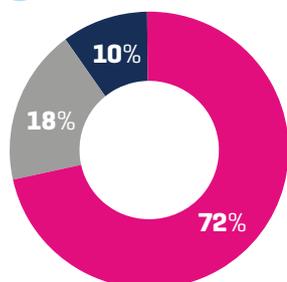
Constituirse como una empresa atractiva para los jóvenes profesionales, (uno de los mayores desafíos y preocupaciones del empresariado hoy), ya no consta únicamente de ofrecer buenas condiciones de contratación y beneficios. Los y las jóvenes buscan más que eso, elevan la vara, quieren trabajar en organizaciones comprometidas, transparentes y, también, éticas.

1.

Programas de Compliance

a

Percepción sobre la existencia de Programas de Compliance en las empresas



Por eso, compliance deja de representar una necesidad meramente legal de las empresas para convertirse en un área clave para la cultura y reputación de las compañías. Esta tendencia se condice con lo relevado, dado que el 72% de los y las jóvenes trabaja en empresas que poseen programas de compliance. Otro 10% no y, llamativamente, el 18% no sabe si existen o no. Más aún, el 71% considera que este tipo de programas son muy importantes o imprescindibles y apenas el 7% que son poco importantes o irrelevantes.

● Existente ● No lo sé ● No existen

b

Nivel de importancia otorgado a los Programas de Compliance



2.

Datos abiertos

a

Acceso a la información

Y ¿qué sería de la ética sin la transparencia, no? Las respuestas de los y las jóvenes ilustran este cambio de paradigma: sólo el 5% de ellos cree que las empresas no deberían hacer ninguno de los datos listados públicos. Sin embargo, existe un diferencial entre el tipo de información que creen que debe ser abierta. Mientras que el 69% indicó que los reportes de sustentabilidad deberían ser públicos, la contratación de proveedores fue seleccionada por el 33%. En el medio, se encuentran los datos sobre diversidad e inclusión (65%), la brecha salarial de género (58%) y el balance financiero (52%). Se podría afirmar que aquellas cuestiones relacionadas con lo social y lo ambiental poseen mayor relevancia en ser transparentes antes que aspectos más técnicos y económicos de la gestión de las empresas. El 4% que optó por la opción "Otros" mencionó, principalmente, los reportes que representan la brecha salarial general de una empresa, por ejemplo, aquella entre perfiles junior y gerentes y directores.

¿Qué aspectos de las empresas consideran los jóvenes que deberían ser públicos?



69% REPORTE DE SUSTENTABILIDAD



52% BALANCE FINANCIERO



65% DIVERSIDAD e INCLUSIÓN



33% CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES



58% BRECHA SALARIAL DE GÉNERO



5% NINGUNO



SECCIÓN 5

REFERENTES DE LOS JÓVENES

¿Qué tienen en común los principales referentes de los y las jóvenes participantes en el relevamiento? Todos ellos representan o representaron un punto de quiebre en sus campos de acción, ya sea la política, el mundo empresarial o el deporte y han sobrepasado las barreras de su profesión. Es que para trascender es necesario transformar y para ello, hay que romper con lo viejo. La juventud admira a quienes se han animado a plantear nuevos caminos de acción e incidieron en la opinión pública. De hecho, el 27% de ellos los elige por ser innovadores y creativos y el 25% por su labor e inteligencia. Con menor representación, también los eligen por su visión y liderazgo (17%), por su dedicación y esfuerzo (14%), por su pensamiento político y/o ideología (7%) y por su labor como divulgador/a (5%).

1.

Referentes

a

Los referentes de la juventud



A nivel local

**Marcos Galperín**

Co-fundador y CEO de Mercado Libre

**María Eugenia Vidal**

Gobernadora de la Provincia de Buenos Aires

**Martín Lousteau**

Economista, político y ex embajador argentino en los Estados Unidos

**Emanuel Ginóbili**

Ex jugador de basketball en la selección argentina y la NBA



A nivel internacional

**Elon Musk***

Empresario co-fundador de PayPal, Tesla Motors, SpaceX, Hyperloop, SolarCity, The Boring Company y OpenAI

**Steve Jobs**

Empresario co-fundador de Apple

**Barack Obama**

Ex-Presidente de los Estados Unidos

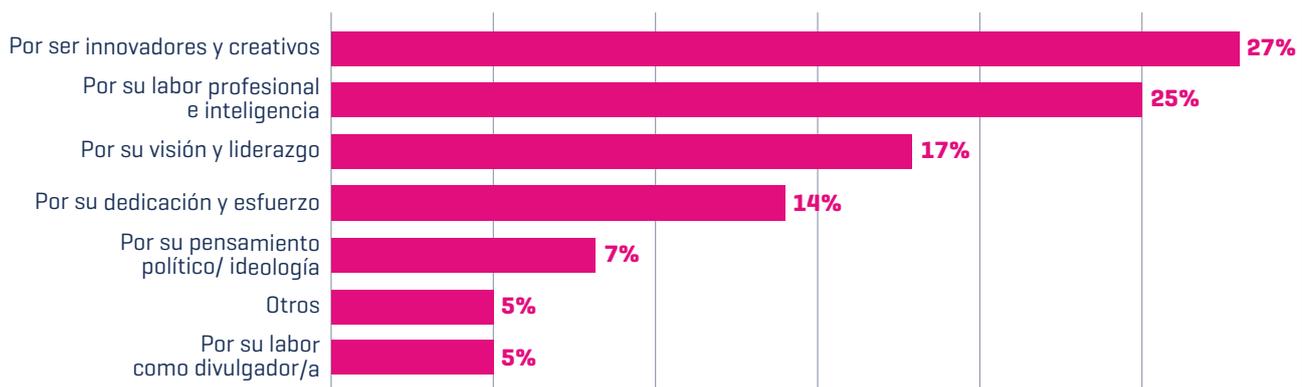
**Jeff Bezos**

Fundador y Director Ejecutivo de Amazon

*Cabe aclarar que la encuesta fue realizada entre el 12 de julio y el 17 de agosto de 2018, antes de que Elon Musk fuera acusado de fraude por la Comisión de Bolsa y Valores de Estados Unidos y haya llegado a un arreglo que lo obligara a dimitir como presidente de Tesla (aunque seguirá como CEO de la compañía) y a abonar una multa de 20 millones de dólares.

b

¿Por qué son sus referentes?



c

¿En qué plataformas los siguen?

Con respecto a cómo los y las jóvenes siguen a estos y otros referentes, se observa que el 19% no lo hace en ninguna plataforma en particular, simplemente están atentos cuando aparece algo sobre ellos, en contraste con un 3% que indica que los sigue "en todos lados". Entre aquellos que fueron más específicos con respecto a los canales que utilizan para mantenerse al tanto, el 25% eligió Twitter; 22%, LinkedIn; 21%, Instagram. Con menor representación aparece Facebook (9%) y medios más tradicionales: las noticias en diarios, radio y televisión (6%); páginas web y/o blogs (6%); libros y/o revistas (5%), y Youtube (3%).

Como muestran los números, no existe entre los y las jóvenes una dinámica de seguimiento exhaustiva sino más bien relajada. Esto también constituye un dato relevante a la hora de pensar formas de comunicar ante públicos jóvenes.



CIERRE



El estudio social y empresarial "El desafío del futuro: los jóvenes nos comprometemos" es fruto del trabajo colectivo entre el espacio de IDEA Joven y el área de Relevamientos de IDEA. La integración de distintas miradas profesionales y experiencias permitió la construcción de una investigación de gran valor para la gestión. A su vez, la cantidad de respuestas recolectadas –más de 1000– otorga fortaleza a los resultados y los convierte en un primer paso para la acción.

Las percepciones y opiniones de los y las jóvenes sobre el trabajo del futuro y el rol que le demandan a las organizaciones marcan un rumbo a seguir donde ellos y ellas son los protagonistas. Y sus respuestas son contundentes: a los jóvenes les interesa construir un futuro empresarial donde los objetivos de negocio estén alineados con el desarrollo social y ambiental sustentable; pertenecer a organizaciones que aboguen por la igualdad de oportunidades y aporten a la formación de las comunidades; y participar en la transformación tecnológica de las compañías.

Al momento de encarar este Estudio Social y Empresarial se barajó una hipótesis: los jóvenes no piensan su desarrollo profesional de forma aislada a la sociedad. Tampoco se entienden ajenos al devenir de las organizaciones que integran ni indiferentes sobre su propósito social. Y luego de haber analizado los resultados del relevamiento, se está en condiciones de afirmar que la hipótesis fue corroborada y que, en efecto, los jóvenes están comprometidos.

IDEA < RELEVAMIENTOS

Estudio Social y Empresarial

Indaga temas estratégicos de relevancia social, desde las experiencias y prácticas de las organizaciones y sus integrantes. Se alimenta de las transformaciones de la sociedad que necesariamente impactan sobre las empresas y analiza cómo se incorporan a las estrategias de las compañías. Es a la vez un diagnóstico riguroso sobre las tendencias del sector empresarial y un punto de partida para la implementación de planes de acción.

IDEA < RELEVAMIENTOS

Relevamientos es un espacio que lidera y ejecuta diversas líneas de investigación, para identificar las mejores prácticas de gestión empresarial y analizar temas estratégicos para el sector privado de la Argentina. Así, genera información clave para la toma de decisiones en las organizaciones.

Más información en:

www.idea.org.ar/relevamientos/

Matías Alvarez

Gerente de Intercambio Empresarial,
Joven, Pyme y Relevamientos
malvarez@idea.org.ar

Rosario Dezeo

Líder de Proyectos de Relevamientos
rdezeo@idea.org.ar

Sofía Negri

Analista en Investigaciones
de Relevamientos
snegri@idea.org.ar

Autoridades

Javier Goñi

Presidente de IDEA y Gerente
General de Ledesma

Ernesto Ferrer

Director Ejecutivo de IDEA

IDEA <