



**La imagen DEL  
EMPRESARIADO  
DESDE LA MIRADA  
DE LOS JÓVENES**  
2017

IDEA < Joven IDEA < RELEVAMIENTOS



# Índice

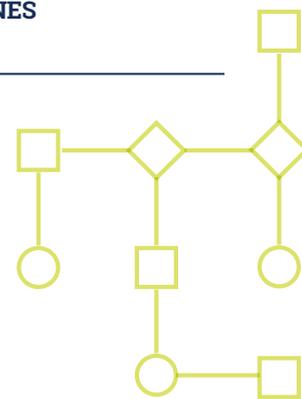
▶	<b>EMPRESAS PARTICIPANTES</b>	<b>4</b>
▶	<b>PREFACIO</b>	<b>5</b>
▶	<b>FICHA TÉCNICA</b>	<b>8</b>
▶	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>9</b>
▶	<b>CARACTERÍSTICAS DEL RELEVAMIENTO</b>	<b>9</b>
▶	<b>CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA</b>	<b>10</b>
▶	<b>INFORME DE RESULTADOS</b>	<b>12</b>
▶	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>30</b>

220

# Empresas PARTICIPANTES

1000

RESPUESTAS



3M  
 ABECEB  
 ABERMATIC  
 ACA SALUD  
 ACCENTURE  
 ACINDAR  
 ADBICK AGRO  
 ADY RESOURCES LIMITED  
 AEGIS  
 AGRONEGOCIOS FAUBA  
 AGROPECUARIA  
 ALAVA  
 ANICETO GÓMEZ  
 APERTURA  
 ARCOS DORADOS  
 ARL  
 ARPENTA  
 ARTEMISA  
 ATENEO SRA  
 AUTÓNOMO  
 AVATURE  
 AXION  
 BANCO CIUDAD  
 BANCO COMAFI  
 BANCO GALICIA  
 BANCO HIPOTECARIO  
 BANCO SANTANDER RIO  
 BAYER  
 BDO  
 BEIBE  
 BELOVE DECO  
 BLACKBOARD  
 BOZO  
 BSR  
 CABLEVISIÓN  
 CAJA DE AHORRO Y SEGURO  
 CÁMARA ARGENTINA DE TURISMO  
 CAMPARI  
 CANDE  
 CAPUANO  
 CARRION  
 CASINO MAGIC  
 CCU  
 CEADS  
 CENCOSUD  
 CH2M  
 CLARO ARGENTINA  
 COCA-COLA FEMSA  
 COLEGIO MISERICORDIA  
 CPASALUD  
 CROWE HORWATH  
 CUATRO UNOS  
 CYE  
 DELL  
 DELMAS PUBLICIDAD Y MKT  
 DEMELF  
 DIALAL

DINAMARCA PR  
 DIRECTV  
 DISNEY  
 DLLULA  
 DOW  
 DUPONT  
 EY  
 EASY TAXI  
 ECONVIEWS  
 EL CRONISTA COMERCIAL  
 ELEPANTS  
 ELEVENME  
 EMPRESA FAMILIAR  
 ESTUDIANTE ADMINISTRACIÓN  
 DE EMPRESAS UCA  
 ESTUDIO CONTABLE  
 ESTUDIO CONTABLE DEL  
 CASTILLO Y ASOCIADOS  
 ESTUDIO JURIDICO  
 (INDEPENDIENTE)  
 FACAM  
 FLIGHT CENTER  
 FOD  
 FORD  
 FRAVEGA  
 FRESENIUS  
 FRIENDLY FINANCE SPAIN  
 FUNDACIÓN EMPRETEC  
 FUNDACIÓN IRSA  
 FUNDACIÓN TELEFÓNICA  
 G4S  
 GALICIA  
 GCBA-UNSAM  
 GEAR  
 GESTION COMPARTIDA  
 GIORGIANNI  
 GLUCOVIL  
 GROW UP HR  
 GRUPO A  
 GRUPO ASEGURADOR  
 LA SEGUNDA  
 GRUPO CLARÍN  
 GRUPO GNP  
 GRUPO LOGÍSTICA ANDREANI  
 GRUPO MIRGOR  
 GRUPO SANCOR SEGUROS  
 GUIDI  
 GUTIERREZ  
 HACIENDA  
 HALFON  
 HAVANNA  
 HIKING ENGLISH  
 HOSPITAL ITALIANO  
 HSBC BANK  
 IBM  
 HOSPITAL ITALIANO  
 HSBC BANK  
 IBM

IDEAME  
 IMAGEN Y COMUNICACIÓN  
 INDEPENDIENTE  
 INSITUM  
 INSSJYP  
 INTERBAIRES  
 JOSI SRL  
 KUEHNE + NAGEL  
 LA ANONIMA  
 LA BIZNAGA  
 LA CAJA  
 LA MERIDIONAL  
 LA RURAL  
 LA SEGUNDA  
 LAGASH SYSTEM  
 LATCOM  
 LATITUD HOTELES  
 LEDESMA  
 LINGOTTI  
 LORGUD SRL  
 MANPOWERGROUP  
 MASSALIN PARTICULARES  
 MC LUHAN  
 MERESOL  
 METALURGICA MOGNO  
 MICROSOFT  
 MIN. MODERNIZACIÓN  
 MINDERS  
 MINERA ALUMBRERA  
 MOLINOS RÍO DE LA PLATA  
 MONDELEZ INTERNATIONAL  
 MOVISTAR  
 NALCO  
 NAPAL  
 NARANJA  
 NATURA  
 NEF  
 NESTLE  
 NEURALSOFT  
 NEWMARK GRUBB BACRE  
 NEXT MARITIME  
 NEXTEL  
 NIRO CONSTRUCCIONES  
 NOVARTIS  
 OMINT  
 OVC SA  
 PAGE GROUP  
 PARAMEDIC  
 PATON  
 PEL COMUNICACIÓN  
 PESKIN  
 PORTA AUTOELEVADORES  
 PORTFOLIO PERSONAL  
 PRAXAIR  
 PRFV  
 PRODUCTOS ALIMENTICIOS  
 HARMONY

PROPYMES  
 PULLMEN SESA  
 PWC  
 QA COMPANY  
 RABOBANK  
 RADLABS  
 RAMOS  
 RANDSTAD  
 RENDA  
 RIOT LOL E-SPORTS- DIGITAL GAMES  
 ROGGIO  
 ROSELL BOHER  
 RUIZ ASESORES  
 SANATORIO DE LA PROVIDENCIA  
 SANATORIO MATER DEI  
 SANCOR SEGUROS  
 SANTELLI  
 SATELLOGIC  
 SCIENZA  
 SCP  
 SECURITAS ARGENTINA  
 SEGUROS RIVADAVIA  
 SERVICIOS FINANCIEROS  
 SICLO RURAL  
 SIGMMA  
 SIMONELLI  
 SINECTRA  
 SINTEPLAST  
 SPIQUERS  
 SUTURAS ARG  
 SWISS MEDICAL  
 TALENTED TRANSLATORS  
 TEA CONNECTION & GREEN EAT  
 TECHINT  
 TECNOLOGÍA EN SEGURIDAD  
 Y SERVICIOS SRL  
 TELEFÓNICA  
 TENARIS  
 TETRA PAK  
 TEXTIL  
 THE WALT DISNEY COMPANY  
 TMA  
 TOPPS  
 TOYOTA COMPAÑÍA FINANCIERA  
 TRANSBA  
 TRANSPORTADORA DE GAS DEL SUR  
 TSS  
 UNILEVER  
 UNION PERSONAL  
 UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA  
 URANGA  
 VACAVALIENTE  
 VANYVAL  
 VELAZQUEZ  
 WARNER  
 WIENBERG  
 YPF

## ► EQUIPO IMPULSOR IDEA Joven

Como todos los años, desde IDEA Joven nos proponemos generar nuevos espacios de diálogo y aportes concretos de conocimiento sobre las distintas problemáticas que nos rodean en la sociedad empresarial argentina. Este año, comenzamos por nosotros mismos, siguiendo el lema del Coloquio IDEA 2017 “transformandoNOS”, para de allí comenzar a construir un mejor futuro para todos.

Sabemos que las nuevas generaciones son clave en la construcción del futuro del trabajo y una de las preguntas de interés que nos hicimos fue: ¿Desde dónde y cómo “estamos” construyendo hoy ese futuro para las generaciones que vienen? Partimos del supuesto de que la forma de significar y entender la realidad actual incide directamente en ese proceso:

**“Si las puertas de la percepción se depurasen, todo aparecería ante los hombres como realmente es: infinito. Pues el hombre se ha encerrado en sí mismo hasta ver todas las cosas a través de las estrechas rendijas de su caverna”**

**WILLIAM BLAKE, LAS BODAS DEL CIELO Y EL INFIERNO.**

Es por ello que pensamos y desarrollamos este PULSO para conocer la mirada y percepciones que tienen los jóvenes sub40 de las empresas acerca del empresariado argentino, para elaborar desde allí un diagnóstico que determine un punto de partida para un cambio cultural de la realidad empresarial actual con efectos en el futuro de la Argentina. Los resultados que presentaremos a continuación son un primer acercamiento a la representación social del empresariado, ese conjunto de significados o sistemas de referencia socialmente elaborados y compartidos que impactan en la forma de actuar, en este caso de jóvenes que participan de nuestro espacio de IDEA Joven.

Algunas de las dimensiones relevadas fueron:

- Quiénes forman parte del empresariado
- Si se consideran parte del empresariado o no
- La percepción que tienen acerca del empresariado
- Si consideran que el empresariado argentino le aporta valor a la sociedad o no, y qué le aporta.

Los resultados no dejaron de sorprendernos gratamente al generarnos ese desafío interno de haber podido identificar las oportunidades que se presentan para desarrollar un mejor futuro para la Argentina y su ecosistema empresarial y otros grupos de interés (el Estado, Sindicatos, Científicos, Políticos, etc).

El presente informe es el resultado del trabajo conjunto entre quienes conforman IDEA JOVEN y el área de Intercambio Empresarial de IDEA. Estamos orgullosos de poder presentar un estudio sin precedentes en la institución en cuanto a la cantidad de respuestas obtenidas y empresas participantes. Las cifras hablan por sí mismas: más de 1000 respuestas de jóvenes sub40 de más de 220 empresas, entre ellas pequeñas, medianas y grandes, correspondientes a distintos sectores.

Agradecemos la participación de todo el equipo de Relevamientos, en especial a Cintia Morelli, y al Comité de Dirección de IDEA Joven 2017: Juan Pablo Scasserra, Sebastián Oseroff, Maximiliano Leiva, Cristina Autorino, Javier Queimaliños, Joaquín Pérez Bay, Mariana Mangisch, Paula Díaz, Silvina Uviz, Juan Pontoriero y Agustina Bilbao, al equipo de Intercambio Empresarial de IDEA, en particular a Sofía Negri, Rosario Dezeo y Matías Álvarez, por el desarrollo y difusión masiva de la encuesta que generó este estudio y el apoyo de la Dirección Ejecutiva de la institución a esta iniciativa sobre la mirada joven del empresariado argentino.

... PABLO / FLORENCIA / AGUSTINA / ...  
 ... MARYSOL / JOAQUIN / PAULA / ...  
 ... NICOLAS / FERNANDO / AGUSTIN / ...  
 ... CAROLINA / MARTIN / SANTIAGO / CECILA / ...  
 ... LUCIANO / CECILIA / GONZALO / MARINA / JUSTIN / ...  
 ... MIGUEL / LEANDRO / MACARENA / DANIELA / ...  
 ... AGUSTIN / CAROLINA / HUGO / JESICA / JAZMIN / TAMARA / ...  
 ... GRISELDA / DANIELLE / NATALIA / SANTIAGO / MARTIN / FELIX / ...  
 ... SOLEDAD / IVANNA / PAULA / LEONELA / TOMAS / MATIAS / ...  
 ... FEDERICO / YESICA / CAROLINA / MARCELO / ROMINA / DANIELA / ...  
 ... MARTIN / SERGIO / GUIDO / VIRGINIA / DIEGO / SILVANA / ...  
 ... MARIA LAURA / SABRINA / FLORENCIA / ROMINA / IGNACIO / ...  
 ... JUAN PABLO / MARISA / SANTIAGO / ANA / CARLA / BELEN / ...  
 ... NICOLAS / SANTIAGO / CARLA / ANDREA / LUCIANA / ABIGAIL / ...  
 ... LAURA / SEBASTIAN / ...  
 ... FRANCISCO / MARCELO / ...  
 ... IGNACIO / FACUNDO / ...  
 ... LUCILA / JOSE / ...  
 ... JUAN CARLOS / ...  
 ... MAURICIO / DANIELA / ...  
 ... CINTIA / MARIA / ...  
 ... FERNANDO / ANA / ...  
 ... JUAN IGNACIO / ...  
 ... GERMAN / ...  
 ... EUGENIA / ...  
 ... VANESA / ...  
 ... DAMIAN / ...  
 ... DIEGO / ...  
 ... CARLOS / ...  
 ... KARINA / INES / ...  
 ... LORENA / ...  
 ... MARCEL / ...  
 ... NICOLAS / ...  
 ... FACUNDO / ...  
 ... PABLO / ...  
 ... GONZALO / ...  
 ... ESTI / ...  
 ... MARIANA / ELIANA / ...  
 ... MAGALI / ...  
 ... TOMAS / ...  
 ... NICOLAS / ...  
 ... CLARA / ...  
 ... LOURDES / ...  
 ... ALEXIA / ...  
 ... LUIS / ...  
 ... NATALIA / ...  
 ... TATIAN / ...  
 ... VALERIA / ...  
 ... JUAN / ...  
 ... AGUSTINA / ...  
 ... NICOLAS / ...  
 ... JUAN / ...  
 ... ALEJANDRA / ...  
 ... VICTORIA / ...  
 ... NATALIA / ...  
 ... JULIA / ...  
 ... LUCIA / ...  
 ... MAURO / ...  
 ... GABRIEL / ...  
 ... ANTONIO / ...  
 ... ALEJANDRO / ...  
 ... FRANCISCO / ...  
 ... GUSTAVO / ...  
 ... LUCIA / ...  
 ... EZEQUIEL / ...  
 ... ROMINA / ...  
 ... FERNANDO / ...  
 ... ENZO / ...  
 ... GUSTAVO / ...  
 ... DIEGO / ...  
 ... ESTEFANIA / ...  
 ... FLORENCIA / ...  
 ... MARTIN / ...  
 ... PAULA / ...  
 ... JOHANA / ...  
 ... SABRINA / ...  
 ... LEONARDO / ...  
 ... ANALIA / ...  
 ... DIEGO / ...  
 ... ALEXIS / ...  
 ... BIANCA / ...  
 ... GABRIEL / ...  
 ... MARIA / ...  
 ... SOLEDAD / ...  
 ... SOFIA / ...  
 ... LUCIANO / ...  
 ... PATRICIO / ...  
 ... ANA / ...  
 ... VALERIA / ...  
 ... PAMELA / ...  
 ... CARLA / ...  
 ... CARLOS / ...  
 ... LEILA / ...  
 ... CHRISTIAN / ...

# JÓVENES PARTICIPARON DE



## FICHA TÉCNICA

**Tipo de muestreo**

No probabilístico

**Instrumento de recolección**

encuesta semi-estructurada,  
online

**Universo**

empresas pequeñas, medianas  
y grandes, y organismos  
públicos en el ámbito de la  
República Argentina

**Perfil del encuestado**

jóvenes de entre 18 y 40 años

**Relevamiento**

julio - septiembre 2017

# INTRODUCCIÓN



En un mundo donde todas las iniciativas tomadas por el sector privado son públicas y opinables, la imagen de las empresas se constituye en un punto clave para la actividad de las mismas. Así, conocer qué piensan las nuevas y futuras generaciones sobre el sector empresarial que opera en el ámbito de la República Argentina se convierte en una prioridad y en un objetivo estratégico de las organizaciones.

En ese sentido, el presente relevamiento indaga sobre las percepciones de los jóvenes que trabajan en las empresas en Argentina sobre este mismo sector. El objetivo no es sólo conocer qué opinan sobre el empresariado sino cómo se conciben a ellos mismos en relación con él y cómo ven la relación de este sector con el resto de la sociedad.

# Características DEL RELEVAMIENTO

El presente informe expone y analiza los resultados del relevamiento sobre la imagen del empresariado desde la mirada de los jóvenes, llevado adelante por el equipo de IDEA JOVEN en colaboración con el equipo de Relevamientos de IDEA, el comité de expertos de este espacio y contando con el asesoramiento de Luis María Cravino.

Habiendo contado con la participación de más de 1000 personas, el estudio permite analizar la relación entre los jóvenes sub 40 de más de 220 empresas y entidades y el empresariado de forma multidimensional, procurando información rigurosa y de calidad. El estudio social empresarial sobre la Imagen del empresariado en la mirada de los jóvenes se llevó a cabo mediante la implementación de un Pulso, tipo de encuesta breve con el objetivo de indagar en torno a las percepciones subjetivas, así como expectativas y opiniones. Sin embargo, más allá de la utilización de esta herramienta, dada la transversalidad de la temática tratada, esta investigación se encuadra dentro de la modalidad de Estudio Social Empresarial ya que permite analizar una problemática social general desde la perspectiva particular de los jóvenes sub 40 que trabajan en empresas, como parte del universo de IDEA. Particularmente, se aborda la concepción acerca del empresariado según los jóvenes, su identidad, su valoración, su relación con el mismo y con la sociedad.

Con el objetivo de aportar matices más profundos al estudio, se analizaron las respuestas para estas preguntas según género, edad, tamaño de la empresa y cargo jerárquico observando las diferencias entre los grupos.

# Características de la muestra

1

## Distribución según género

A continuación, se presentan las características demográficas de las personas que han participado del Pulso. Éstas permiten analizar sus respuestas de acuerdo a aspectos individuales como su género y edad, y a aspectos colectivos como el sector de actividad de la empresa y el tamaño de la misma. Este tipo de lectura posibilita profundizar la interpretación de los datos, comprendiendo las miradas diferenciales - o no - de cada grupo.



Masculino  
52,7%



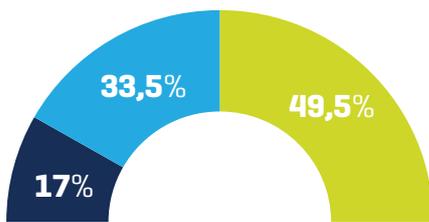
Mujeres  
47,1%



Transgénero  
0,2%

2

## Distribución según grupo etario



El límite de edad para participar del relevamiento se estableció en los 40 años. Por otro lado, ninguno de los participantes indicó tener menos de 18 años. Es así que la muestra de los participantes se puede dividir en tres grupos etarios: el 49,5% de entre 31 y 40 años, el 33,5% posee entre 26 y 30 años y el 17% entre 18 y 25 años. Otra forma de leer el gráfico II es dividiendo la muestra entre los sub 31 (50,5%) y aquellos que poseen entre 31 y 40 años (49,5%).



Entre 18 y 25 años  
17%



Entre 26 y 30 años  
33,5%



Entre 31 y 40 años  
49,5%

3

### Distribución según sector de actividad



Servicios  
**72,5%**



Industria  
y minería  
**13%**



Agropecuaria  
**7%**



Comercio  
**6,5%**



Construcción  
**1%**

4

### Distribución según tamaño de la empresa

(Salvo excepciones de multinacionales con sede local, se toma como criterio de clasificación la cantidad de empleados. Hasta 100 empleados se considera PyME, más de 100 empleados se considera empresa grande).



Trabaja en  
grandes empresas  
**92%**



Trabaja  
en PyMEs  
**8%**



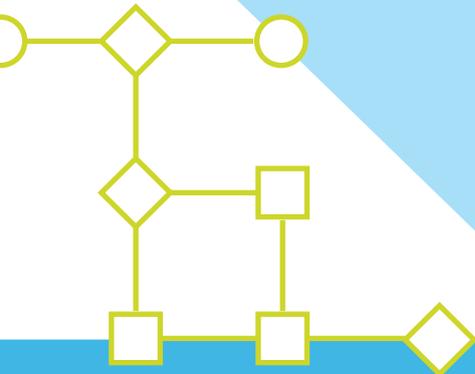
● Gran empresa    ● PyME



**INFORME DE RESULTADOS**

**La imagen del  
empresariado  
desde la mirada  
de los jóvenes**

---



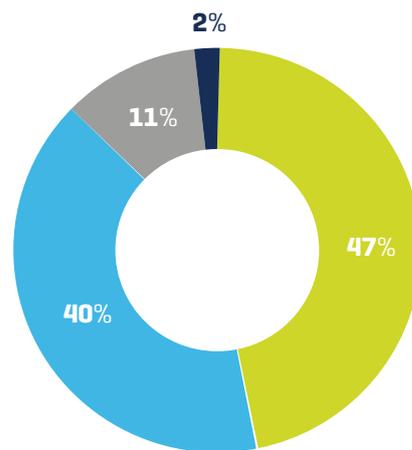
## SECCIÓN 1

# Informe de Resultados

## DISTRIBUCIÓN JERÁRQUICA

### I. Nivel jerárquico de los participantes

La gran mayoría de los participantes en el relevamiento ocupan puestos en el nivel jerárquico junior (47%) o en el nivel medio (40%), sólo el 11% pertenece al nivel jerárquico alto.



● Nivel Junior  
(Analistas/Puestos  
Junior/Operarios, etc)

● Nivel Medio  
(Jefe/Supervisores,  
etc)

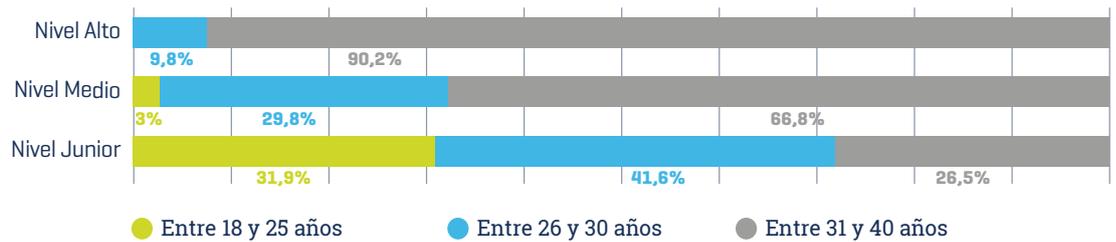
● Nivel Alto  
(CEO/Director/  
Gerente)

● Otro

1a

### Nivel jerárquico según grupo etario

Al analizar la distribución de la muestra en los niveles de jerarquía según grupo etario, observamos que el nivel junior es aquel donde más representa el grupo etario más joven (31,9%) - entre 18 y 25 años -, el cual representa sólo el 3% en el nivel medio de jerarquía y no posee casos en el nivel alto. Por otro lado, aquellos cuya edad se encuentra entre los 26 y los 30 años representan el 41,6% en el nivel junior, el 29,8% en el nivel medio, descendiendo al 8,9% en el nivel alto. Por último, el grupo etario mayor - entre 31 y 40 años - representa el 26,5% en el nivel junior, 66,8% en el nivel medio y casi la totalidad del nivel jerárquico alto (90,2%).



1b

### Nivel jerárquico según género

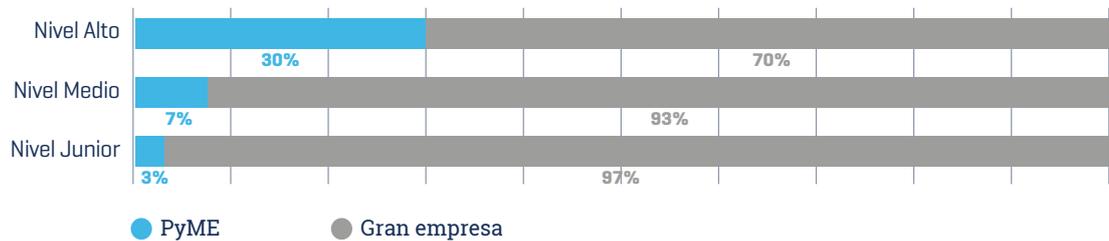
El nivel jerárquico alto se encuentra integrado en un 63% por varones y en el 37% por mujeres. El nivel medio se compone por un 54% de varones y un 46% de mujeres. Y el nivel junior se divide en partes iguales.



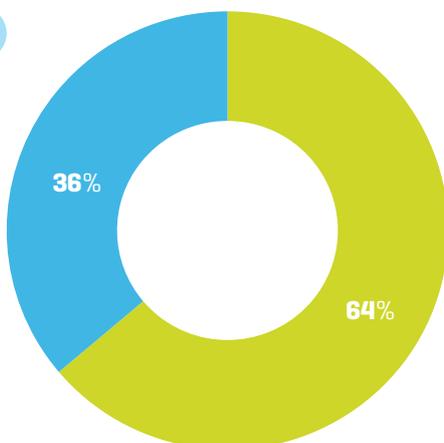
1c

### Nivel jerárquico según tamaño

Al analizar la distribución de la muestra en los niveles de jerarquía según tamaño de la empresa en la que trabajan los jóvenes del relevamiento, observamos que el nivel junior se compone casi exclusivamente por empleados de grandes empresas (97%). Algo similar sucede en el nivel medio, donde este grupo representa el 93%. Es en el nivel alto donde los empleados de grandes empresas representan menos aunque igualmente continúan siendo la mayoría (70%). Por su parte, los empleados de las PyMEs representan el 3% de los respondientes que se encuentran en el nivel junior, el 7% de aquellos que ocupan cargos en el nivel medio. Sin embargo, este grupo asciende al 30% para el nivel alto.



2



### ¿Te considerás parte del empresariado argentino?

Al consultarle a los participantes, que en su mayoría pertenecen a empresas, si se auto-consideran parte del empresariado argentino la gran mayoría (64%) respondió que no, frente al 36% que sí.

● Sí      ● No

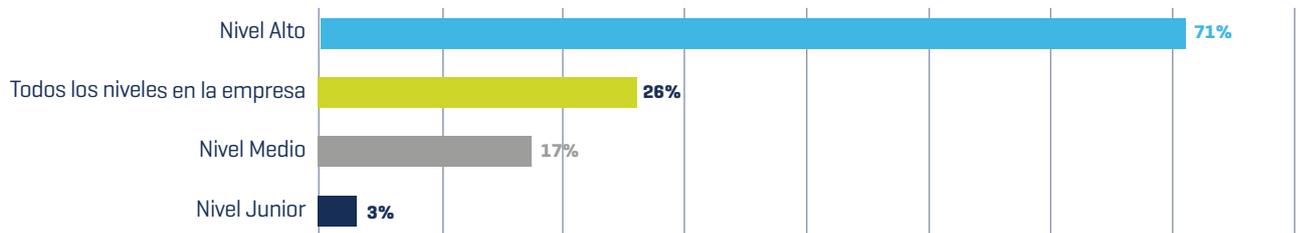
## Identidad del empresariado

---

3

### ¿Quiénes forman parte del empresariado argentino? [opción múltiple]

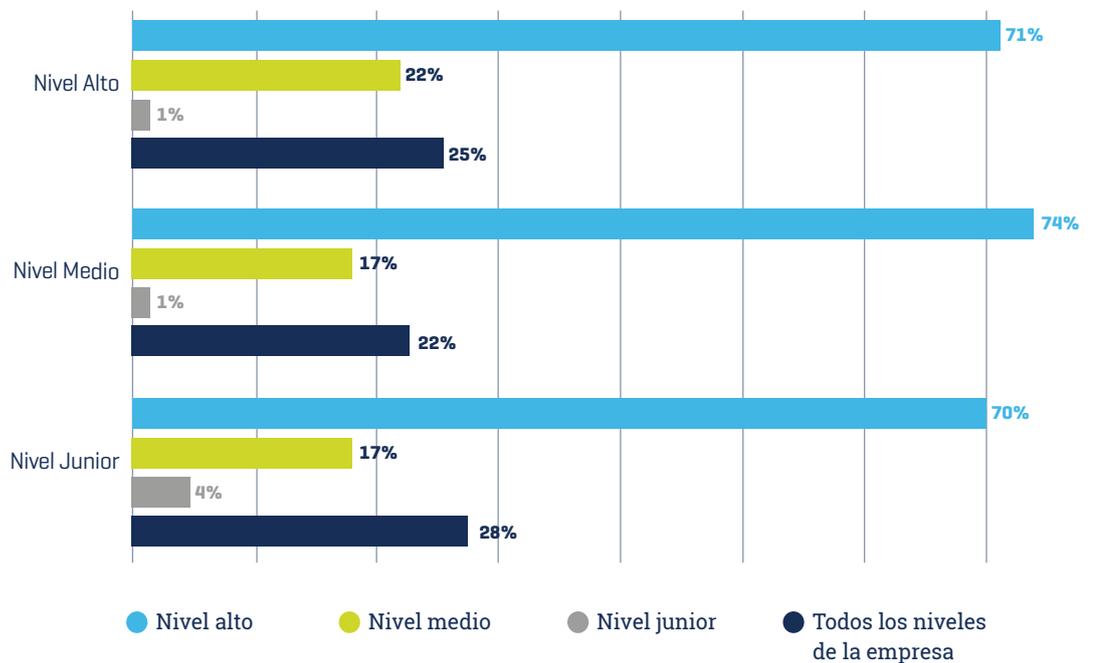
Frente a esta pregunta, el 71% de la muestra respondió que aquellos pertenecientes al Nivel alto en las empresas conforman el empresariado argentino. En segundo lugar, el 26% respondió que el empresariado lo componen todos los niveles en la empresa. Por otro lado, aquellos que consideran que el empresariado lo conforman los que se encuentran en el nivel medio representan el 17% de la muestra, y los que creen que el nivel junior es el empresariado argentino representan apenas el 3%. Destaca en este punto, el que la gran mayoría de los jóvenes considera que sólo aquellos que poseen cargos de alto nivel jerárquico conforman el empresariado, siendo que el 87% de la muestra ocupa cargos en el nivel junior y medio. Esto explicaría, en parte, el alto porcentaje de la muestra (64%) que no se reconoce a sí mismo como parte del empresariado.



3a

### ¿Quiénes forman parte del empresariado argentino? Según nivel jerárquico de pertenencia

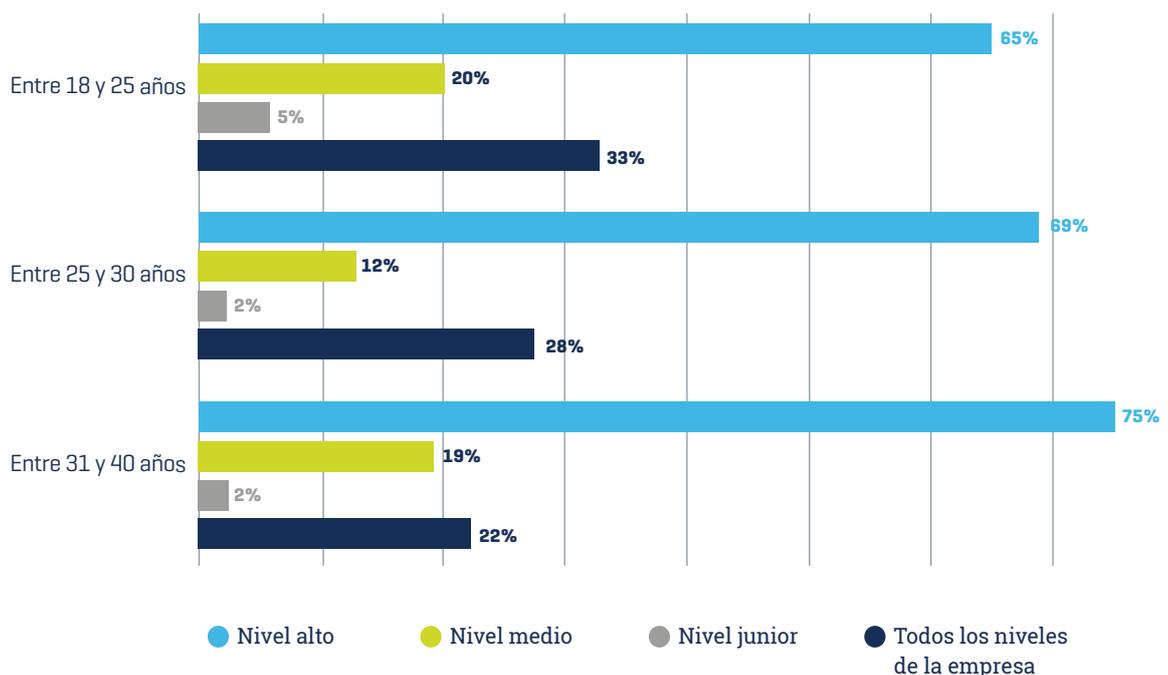
Posteriormente, al analizar cómo respondían la pregunta acerca de qué niveles conforman el empresariado los participantes de acuerdo al nivel que ellos mismos ocupaban dentro de una organización, los resultados fueron los siguientes: para la gran mayoría de los integrantes de cada uno de los tres niveles jerárquicos, el nivel alto es el empresariado (alrededor del 70% en las tres categorías). Por otro lado, se observa que es entre los que ocupan cargos en niveles altos donde el nivel medio posee mayor importancia como integrante del empresariado (22%), mientras que tanto entre los de nivel medio como entre los junior representa el 17%. Por último, no se observan mayores diferencias en el nivel de representación entre los grupos para el resto de las categorías. Estos resultados refuerzan la hipótesis de que la identificación del empresariado con el nivel alto de jerarquía, excluye de su órbita a aquellos que poseen empleos en niveles jerárquicos medios y junior.



3b

### ¿Quiénes forman parte del empresariado argentino? Según grupo etario

A diferencia del gráfico anterior, al analizar cómo conciben al empresariado los distintos grupos etarios se observan más diferencias. En ese sentido, a medida que se pasa del grupo más joven hacia los mayores, la identificación del empresariado con el nivel alto se acentúa (pasa de representar el 65% para aquellos de entre 18 y 25 años al 75% para aquellos de entre 31 y 40 años). Esta tendencia se ve reflejada en el que, a medida que se pasa de los más jóvenes a los mayores, decrece la representación de aquellos que consideran que al empresariado lo integran todos los niveles jerárquicos de una organización (del 33% para los de entre 18 y 25 años al 22% para los de entre 31 y 40 años).

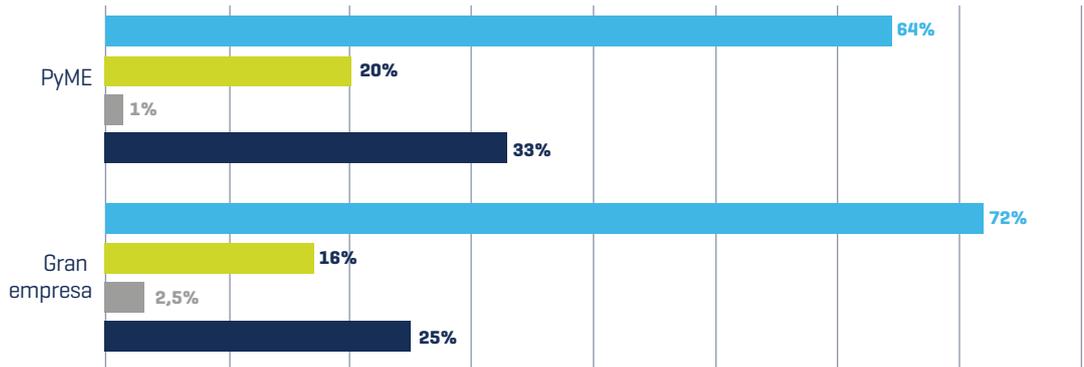


3c

### ¿Quiénes forman parte del empresariado argentino? Según tamaño de la empresa

También se observan importantes diferencias entre las respuestas de aquellos que integran empresas PyME y aquellos que trabajan en grandes empresas. Para el 64% de los primeros, el nivel alto es aquel que integra el empresariado, porcentaje que asciende al 72% entre los que se emplean en grandes empresas. Por otro lado, los que indicaron que todos los niveles de la empresa componen al empresariado representan el 33% entre los empleados PyME, porcentaje que desciende al 25% entre los integrantes de grandes empresas.

- Nivel alto
- Nivel medio
- Nivel junior
- Todos los niveles de la empresa

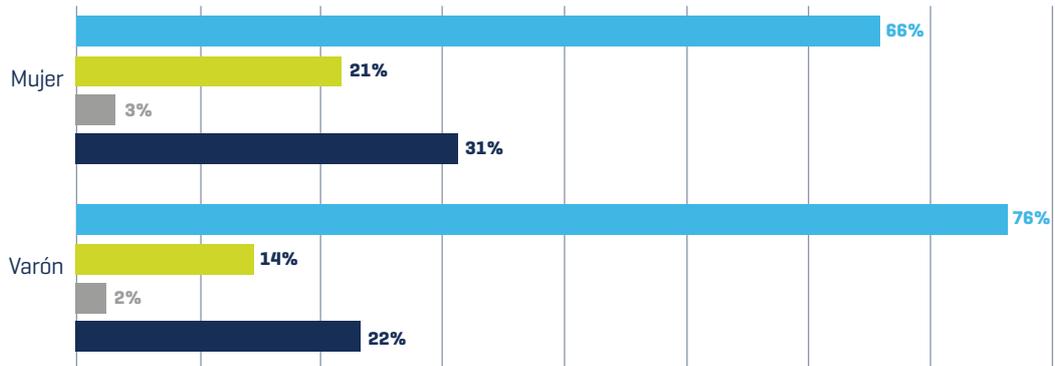


3d

### ¿Quiénes forman parte del empresariado argentino? Según género

Las mujeres consideran en un 66% que el empresariado lo forman quienes ocupan puestos en el nivel alto de la empresa, frente al 76% de los varones que lo considera así. Por otro lado, el 31% de ellas indicó que todos los niveles de la empresa lo conforman, frente al 22% de los varones que indican lo mismo. El porcentaje de representación del nivel medio como aquel que compone el empresariado desciende desde el 21% para las mujeres al 14% para los varones.

- Nivel alto
- Nivel medio
- Nivel junior
- Todos los niveles de la empresa



## Pertenencia al empresariado

---

4

### Entre quienes NO se consideran parte del empresariado, los motivos son...

Teniendo en cuenta que el 64% de la muestra respondió que no se considera parte del empresariado argentino, en este cuadro podemos reconocer los motivos por los cuales no lo hacen. La pregunta "¿Por qué no te considerás parte del empresariado?" fue abierta y las categorías resultantes surgieron del proceso de codificación de las mismas. Vemos entonces que el 46,3%, casi la mitad de la muestra, indicó que el motivo de su respuesta es el hecho de que no forma parte del proceso de toma de decisiones estratégicas ni tampoco posee autonomía en su trabajo. La segunda opción representa el 28,9% de la muestra, que considera no ser parte del empresariado debido a que ocupa puestos en niveles jerárquicos bajos o a que posee poca experiencia y trayectoria dentro de la empresa. En tercer lugar (23,2%), se encuentran aquellos que indican no formar parte del empresariado debido a que se encuentran en relación de dependencia con la organización, por lo que no participan de las ganancias de la misma.

"Porque no formo parte del proceso de toma de decisiones estratégicas ni poseo autonomía"

**46,3%**

"Porque el perfil de mi puesto no es el de un empresario" (poca experiencia, baja jerarquía)

**28,9%**

"Por mi tipo de contratación laboral" (estar en relación de dependencia, no ser accionista/dueño/ parte del directorio)

**23,2%**

"Porque simplemente no me siento parte / soy poco valorado por la empresa"

**3,2%**

"Porque no poseo poder económico"

**1,1%**

"Porque no poseo capacidad de impacto sobre la sociedad"

**1,1%**

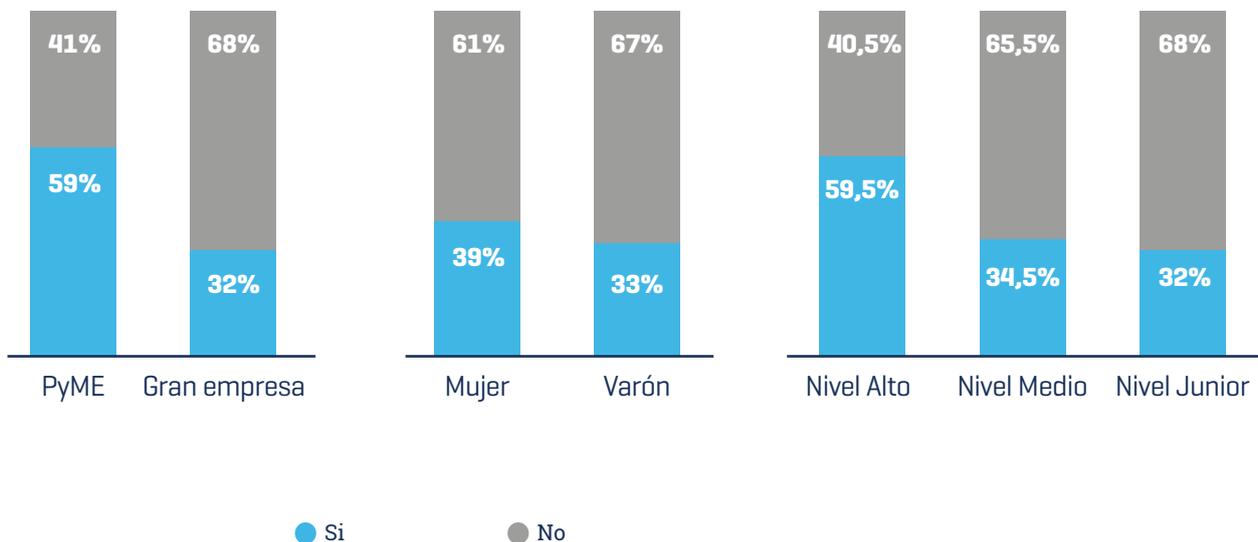
"Porque trabajo en una empresa extranjera"

**1%**

4a

### ¿Te considerarás parte del empresariado argentino? Según tamaño de la empresa, género y nivel jerárquico

Con respecto a la auto-percepción como parte del empresariado según el tamaño de la empresa, se observa que la misma resulta más de 20 puntos porcentuales mayor para aquellos que trabajan en empresas PyME que para los empleados en grandes empresas (59% de los primeros respondió de forma afirmativa frente al 32% de los segundos). Al analizar la distribución de las respuestas afirmativas y negativas según el género no se observan mayores diferencias. Alrededor del 30% para ambos géneros se auto-identifica como parte del empresariado. Por último, al cruzar las respuestas según el nivel jerárquico que ocupan los participantes en la empresa, se puede ver que a medida que se pasa del nivel alto hacia el junior disminuye el porcentaje de empleados que se consideran parte del empresariado desde el 59,5% entre aquellos del nivel alto, pasando por el 34,5% entre los de nivel medio y hasta el 32% entre los perfiles más junior.

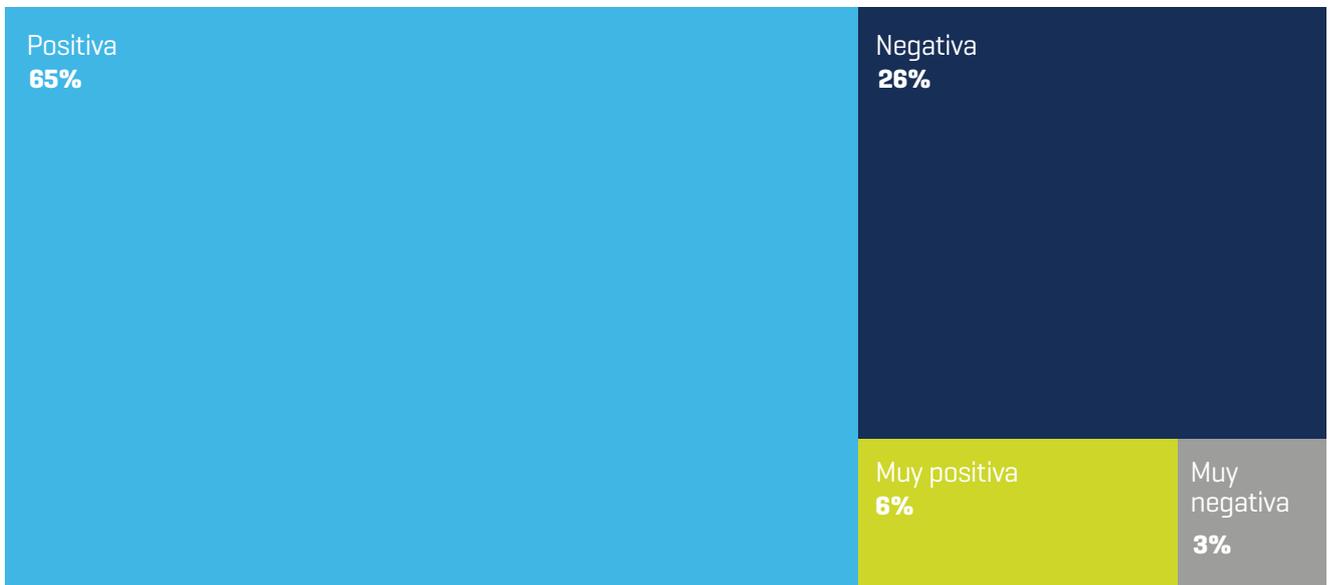


## Valoración sobre el empresariado

5

### Percepción sobre el empresariado

El 71% de los participantes en el relevamiento posee una percepción positiva acerca del empresariado argentino, frente al 29% que posee una imagen negativa del mismo.

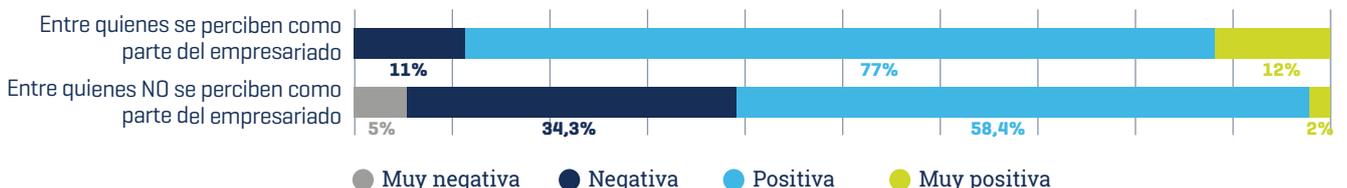


## Percepción acerca del empresariado argentino

5a

### Según pertenencia

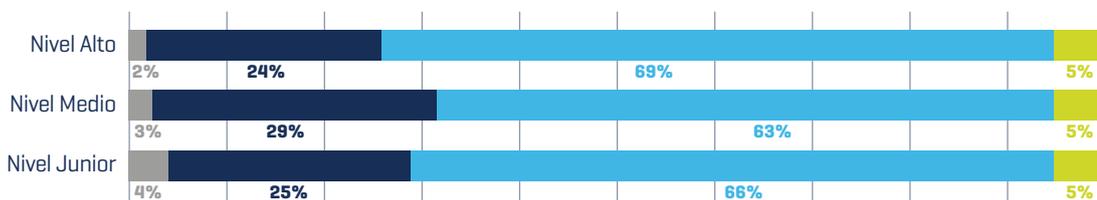
Para profundizar en el análisis sobre la percepción del empresariado, se decidió estudiar la misma dividiendo a la muestra entre quienes habían indicado que se auto-percibían como parte del empresariado y quienes no. Así, se observa que entre los primeros el 89% posee una percepción positiva, porcentaje que disminuye al 60,4% entre quienes no se auto-perciben como parte del empresariado.



5b

### Según nivel jerárquico

Por otro lado, al analizar la percepción sobre el empresariado según el nivel jerárquico ocupado por los participantes del relevamiento, se observan valores similares: para los tres niveles jerárquicos, la percepción positiva ronda el 70% entre aquellos que respondieron poseer una percepción "positiva" y los que indicaron que su percepción es "muy positiva".



5c

### Según grupo etario

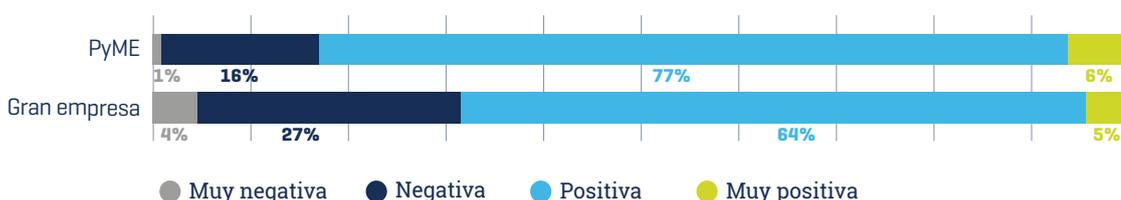
Tampoco se ven mayores diferencias con respecto a la percepción sobre el empresariado argentino según grupo etario. De forma general, se puede afirmar que la percepción positiva es la misma para el grupo de aquellos que poseen entre 18 y 25 años y para aquellos de entre 26 y 30 años (73%), mientras que disminuye al 68% para el grupo de 31 a 40 años.



5d

### Según tamaño de la empresa

En cambio, al examinar la percepción sobre el empresariado según el tamaño de la empresa en la que trabajan los participantes del relevamiento, sí se observa una diferencia en el porcentaje de percepción positiva. Entre aquellos que trabajan en una empresa PyME, el 83% posee una percepción positiva, porcentaje que disminuye al 69% para los que trabajan en grandes empresas.



6

## De las acciones que lleva adelante el empresariado argentino en relación con la comunidad... ¿Cuáles...

---



### ...debería continuar haciendo? [pregunta abierta]

"Deberían continuar teniendo programas de capacitación y empleo para jóvenes"

**34%**

"Deberían continuar invirtiendo e innovando más, haciendo crecer al país"

**26%**

"Deberían continuar implementando programas de capacitación/pasantías con instituciones educativas"

**12%**

"Deberían continuar articulando con el sector público"

**1%**

"Deberían continuar comprometiéndose con la comunidad, trabajando con ONGs y cuidando al medioambiente" (RSE)

**28%**

"Deberían continuar generando más y mejores empleos de calidad"

**20%**

"Deberían continuar implementando políticas de RRHH más flexibles e inclusivas"

**6%**



### ...debería dejar de hacer? [pregunta abierta]

"Deberían dejar de especular financieramente, no invertir, monopolizar, vivir de subsidios y del proteccionismo"

**21,9%**

"Deberían dejar de ser egoístas" (pensar en el bien común, en el país)

**14,2%**

"Deberían abandonar las prácticas de corrupción y el no respeto por las leyes"

**7,4%**

"Deberían dejar de pensar sólo en el corto plazo"

**5,9%**

"Deberían dejar de ser conservadores" (no innovar)

**3,2%**

"Deberían dejar de contratar en negro y tener a los empleados en malas condiciones laborales"

**20,6%**

"Deberían dejar de contaminar el medio ambiente"

**11,1%**

"Deberían dejar de involucrarse en política / hacer lobby / abusar de su poder"

**6,2%**

"Deberían dejar de evadir impuestos"

**4%**

"Ninguna"

**2,5%**

---

► **...debería comenzar a hacer?** [pregunta abierta]

"Deberían tener mayor compromiso social con la comunidad y trabajar con ONGs" <b>22,1%</b>	"Deberían implementar políticas de RRHH más flexibles e inclusivas" (mejorar el trato hacia los empleados, mejoras salariales) <b>22%</b>
"Deberían invertir, innovar y aportar al desarrollo del país" <b>19,4%</b>	"Deberían cuidar al medioambiente" <b>12,1%</b>
"Deberían realizar prácticas que mejoren la competitividad del mercado y el país" (descentralizar, bajar la inflación, exportar, generar mayor valor agregado) <b>11,1%</b>	"Deberían implementar programas de capacitación/ pasantías con instituciones educativas" <b>7,7%</b>
"Deberían articular más con el sector público" <b>4,2%</b>	"Deberían generar más y mejores empleos de calidad" <b>3,8%</b>
"Deberían ser más honestos y transparentes en sus prácticas" <b>3,4%</b>	"Deberían tener programas de capacitación y empleo para jóvenes" <b>2,8%</b>
"Deberían incorporarse a las nuevas tendencias en tecnología y nuevas formas de trabajo" <b>1,9%</b>	"Deberían poseer mayor protagonismo, liderazgo y comunicación en/con la sociedad" <b>1,9%</b>
"Deberían ayudar a desarrollar las economías regionales" <b>1%</b>	

---

## Principales emergentes del punto 6

---



### Mayor inversión e innovación para hacer crecer al país

Entre las acciones que el empresariado lleva o debería llevar adelante en relación con la comunidad, aquella referente al aumento de la inversión y del aporte innovativo para el crecimiento del país emerge entre las respuestas más frecuentes en las tres preguntas realizadas. En ese sentido, la contracara se expresa en las respuestas que afirmaron que el empresariado debería dejar de especular, fugar capitales, no invertir, monopolizar, etc.

“Debería dejar de especular con las ganancias a corto plazo con variables como el tipo de cambio e instrumentos financieros. Deberían reinvertir las ganancias de sus empresas en el país ya que la base de que sus empresas o subsidiarias sean fuertes en el país o la región es que el país crezca. Apostar a la capacitación de sus empleados e incorporar cada vez mayor valor agregado a sus productos y servicios.”



### Mayor compromiso con la comunidad y el ambiente

Otro aspecto mencionado frecuentemente por los participantes fue el compromiso del empresariado con la comunidad, en primer lugar, pero también con el ambiente. Este eje fue señalado como algo que debería comenzar a hacerse y que, en el caso de los que ya tienen acciones en ese sentido, debería continuarse. Sin embargo, también se expresa en el reclamo por que el empresariado deje de ser egoísta y comience a pensar en el bien común entre las acciones que debería dejar de hacer.

“Tener más responsabilidad social empresarial, en todos los ámbitos, para con el empleado, el medio ambiente y con la sociedad en sí.”



### **Generación de empleo de calidad, políticas de recursos humanos más flexibles e inclusivas, más capacitación**

Este eje se compone de tres categorías construidas a partir de las respuestas de los participantes en las tres preguntas abiertas realizadas. Dichas categorías fueron mencionadas con distinta frecuencia dependiendo la pregunta pero aún de manera constante y reiterativa. Todas ellas se encuentran relacionadas con el mundo del empleo, desde la importancia de que el empresariado aporte a la generación del mismo en un nivel más general, a la contemplación de las necesidades de sus empleados tanto en cuanto a capacitación como en cuanto a mayores libertades y flexibilidades laborales.

**“Ofrecer empleo a la gente joven y capacitarla para el futuro porque considero que si no lo hacen, el país no crece.”**

### **En síntesis...**

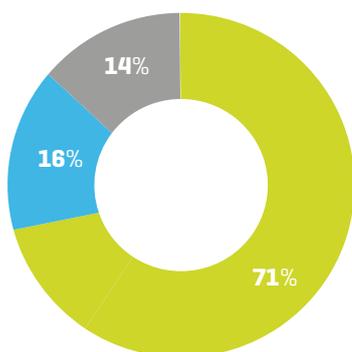
---

Se puede concluir que los jóvenes que trabajan en empresas de hoy desean que el empresariado argentino se comprometa más con el desarrollo económico del país, con el bienestar común y el ambiente saludable y, por último, que se modernice teniendo en cuenta las nuevas tendencias del mundo laboral en la actualidad.

## Relación empresariado - sociedad

7

### ¿El empresariado argentino le aporta valor a la sociedad?



En relación con la pregunta anterior, se constata nuevamente que la gran mayoría de los participantes, el 71%, considera que el empresariado argentino sí le aporta valor a la sociedad. Frente a un 16% que considera que no lo hace y un 14% que respondió no saber.

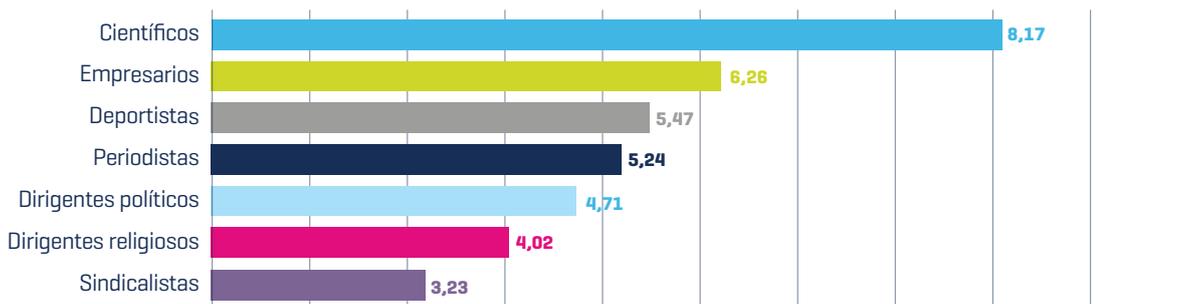
● Sí    ● No    ● No sabe

8

### Nivel de aporte a la sociedad de los grupos sociales

Promedio del puntaje obtenido por cada grupo entre 1 y 10 [Consigna: del 1 al 10, siendo 1 "Muy bajo" y 10 "Muy alto", calificá cada uno de los siguientes grupos según su nivel de aporte a la sociedad].

Como parte del estudio, se les solicitó a los participantes que calificaran el nivel de aporte a la sociedad de los distintos grupos sociales indicados en el gráfico. Para ello, los encuestados debieron asignarle a cada grupo un puntaje entre el 1 y el 10 donde 1 correspondía a un "Muy bajo" nivel de aporte a la sociedad y 10 a un nivel "Muy alto" de aporte a la sociedad. En el gráfico se presentan los puntajes promedio obtenidos por cada grupo, así, se observa que el grupo mejor calificado de acuerdo a su nivel de aporte a la sociedad es aquel compuesto por los científicos. En segundo lugar, se ubican los empresarios con más de seis puntos. Luego, se encuentran los deportistas con el 5,47, muy cercanos a los periodistas con 5,24. Con puntajes inferiores al 5, se encuentran los dirigentes políticos (4,71), los dirigentes religiosos (4,02) y, en último lugar, los sindicalistas (3,23).

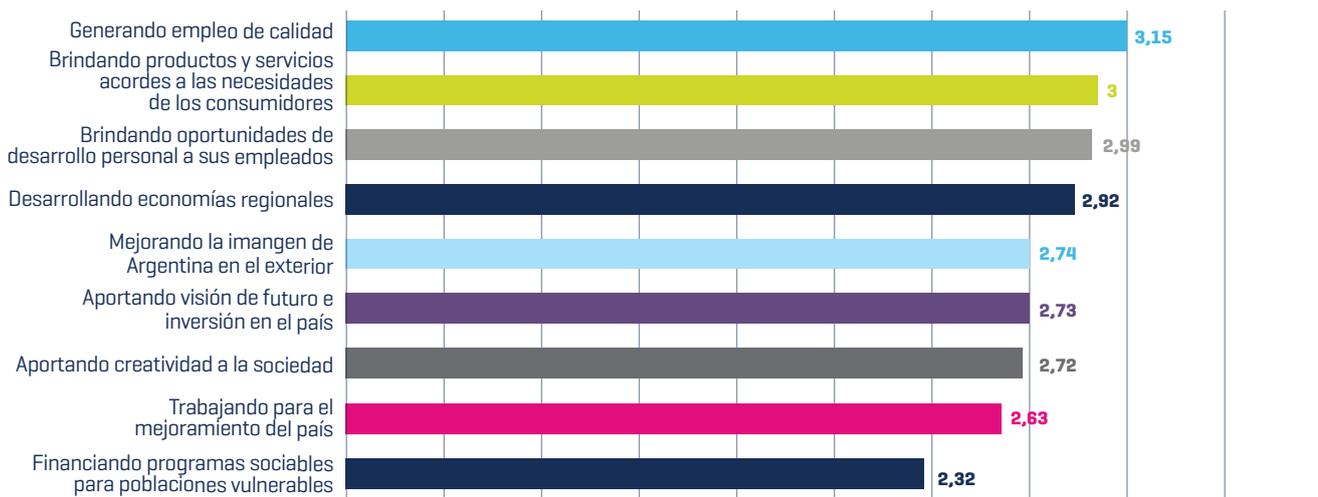


10

## Teniendo en cuenta las siguientes opciones, ¿Cuánto valor aporta el empresariado a la sociedad?

Promedio del puntaje obtenido por cada grupo entre 1 y 4, en donde 1 es nada, 4 es mucho.

Con el objetivo de profundizar la pregunta anterior, se les consultó a los participantes del relevamiento cuánto considera que el empresariado aporta en una serie de aspectos sociales y económicos. Cada participante debió seleccionar un puntaje en un rango del 1 al 4 donde 1 es "Nada", 2 es "Poco", 3 es "Algo" y 4 es "Mucho". Como resultado, se observa que, en promedio, se considera que el aspecto en el que más aporta valor el empresariado es "Generando empleo de calidad" (3,15). Le siguen de cerca, con 3 puntos en promedio, "Brindando productos y servicios acordes a las necesidades de los consumidores", y con 2,99 "Brindando oportunidades de desarrollo personal a sus empleados". Siguiendo el orden del gráfico, con puntajes más cercanos al "Algo" que a "Poco", se encuentran las categorías "Desarrollando las economías regionales" (2,92), "Mejorando la imagen de Argentina en el exterior" (2,74), "Aportando visión de futuro e inversión en el país" (2,73), "Aportando creatividad a la sociedad" (2,72) y "Trabajando para el mejoramiento del país" (2,63). Sin embargo, la categoría que ocupa el último lugar muestra un puntaje más cercano a la valoración "Poco" con respecto a cuánto es lo que aporta el empresariado a ella: "Financiando programas sociales para poblaciones vulnerables" (2,32).



## Conclusiones

---



### Identidad del empresariado

El hecho de que la mayoría de los participantes en el relevamiento no se auto-perciba como parte del empresariado (64%) cobra sentido si analizamos que también la mayoría de la muestra (71%) considera que sólo los puestos en los niveles jerárquicos altos de las empresas componen el empresariado y estos puestos representan sólo al 11% de los participantes. En ese sentido, también se observa que el porcentaje de quienes se consideran parte del empresariado es mayor entre aquellos que componen el nivel alto y desciende a medida que se desciende en jerarquía. Por otro lado, aquellos que trabajan en empresas PyME se perciben en la mayoría (59%) como parte del empresariado, algo que, se puede suponer, se relaciona con el hecho de que en la distribución de jerarquía de los empleados, el nivel alto es aquel donde más representa la empresa PyME (30%). Además, el nivel jerárquico alto se encuentra en su gran mayoría (90,2%) integrado por personas de entre 31 y 40 años. En tanto, observamos que las personas de este segmento etario consideran que el empresariado está conformado únicamente por el nivel jerárquico alto en mayor medida que los grupos más jóvenes (75% contra 65% entre aquellos de 18 a 25 años). Las mujeres poseen una visión más amplia con respecto a qué niveles componen el empresariado en comparación con los hombres, cuyas respuestas se concentran más en la categoría de nivel jerárquico alto. Además, la auto-percepción como parte del empresariado es mayor para las mujeres que para los varones, incluso cuando ellas poseen menor representación en el nivel jerárquico alto que los varones.



### Valoración del empresariado

El 71% de la muestra posee una percepción positiva acerca del empresariado. Además, la misma no muestra diferencias relevantes al analizarla según grupo etario o nivel jerárquico, ya que para ambas variables la imagen positiva se ubica alrededor del 70% "en todas las categorías. Se observan diferencias relevantes en torno a la percepción del empresariado al analizarla según tamaño de la empresa donde trabaja el respondiente y según consideración de pertenencia propia al empresariado. En relación al tamaño, la percepción positiva es mayor para aquellos que trabajan en empresas PyME (83%) que para aquellos que trabajan en grandes empresas (69%). Con respecto a la pertenencia, entre quienes se consideran a sí mismos como parte del empresariado, la imagen positiva alcanza el 89%, mientras que entre quienes no se consideran a sí mismos como parte del empresariado, la misma llega al 60,4%, casi 30 puntos porcentuales menor.



## Relación empresariado-sociedad

En primer lugar, se destaca que la gran mayoría de los participantes, el 71%, considera que el empresariado aporta valor a la sociedad.

Además, en el ranking realizado según el nivel de aporte a la sociedad de distintos grupos sociales y políticos, el grupo empresarios ubica el segundo lugar, detrás de los científicos.

Las siguientes son las acciones en las que se percibe que el empresariado aporta menos valor:

- ▶ la financiación de programas sociales para poblaciones vulnerables (en último lugar)
- ▶ el trabajo para el mejoramiento del país
- ▶ la visión de futuro
- ▶ la inversión.

En coincidencia, estos aspectos fueron los que cobraron mayor relevancia en las respuestas abiertas sobre qué acciones debería llevar adelante el empresariado en relación con la sociedad, donde mayor compromiso con la comunidad, el ambiente y el desarrollo del país fueron las categorías más frecuentemente mencionadas. De todos modos, la generación de empleo de calidad y las oportunidades de desarrollo para los empleados también fueron muy frecuentemente mencionadas y, a su vez, se corresponden con los aspectos en el ranking donde el empresariado obtuvo mejor puntaje según su nivel de aporte con respecto a ellos.

Por todo esto, se está en condiciones de afirmar que, aún habiendo elementos que mejorar, la percepción que los jóvenes tienen sobre el vínculo entre el empresariado y la sociedad es muy positiva.

Los estudios sociales y empresariales son estudios cuantitativos de largo alcance que permiten conocer la opinión y las prácticas de las empresas en temas de relevancia para las organizaciones en particular y la sociedad, en general.

En todos los casos, participan de su diseño directores y gerentes de empresas socias y no socias, comprometidos en el suministro de información fidedigna, con la finalidad de que los estudios sean de gran utilidad para los participantes.

## IDEA < RELEVAMIENTOS

### Matías Alvarez

**Gerente de Intercambio  
Empresarial**

malvarez@ideamail.com.ar

### Rosario Dezeo

**Responsable de Relevamientos**

rdezeo@idea.org.ar

### Sofía Negri

**Asistente de Intercambio Empresarial**

snegri@ideamail.com.ar

Equipo impulsor:

**Comité de relevamientos IDEA JOVEN**

**Contacto:**

intercambioempresarial@ideamail.com.ar

+5411 4130-0000



**IDEA <**

Viamonte 570 C1053ABL  
CABA  
+54 11 4130-0000

