

estudio social y empresarial

FUTURO EN TIEMPO PRESENTE

Iniciativa de Idea Joven

IDea < ReLevamientos

índice

•	CIERRE	47
>	SECCIÓN 4 Experiencia profesional	36
•	SECCIÓN 3 Situación en la Argentina	28
•	SECCIÓN 2 Mapa del mundo de los negocios	19
•	SECCIÓN 1 Visión de futuro	17
•	CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	15
>	COLUMNA DE ANÁLISIS	12
>	PREFACIO	10
•	INTRODUCCIÓN	9
>	FICHA TÉCNICA	8
>	JÓVENES PROFESIONALES PARTICIPANTES	6
>	RESUMEN EJECUTIVO	4



FUTURO en TIEMPO PRESENTE

1262 jóvenes profesionales participantes



La mitad de los/as jóvenes profesionales considera que en el futuro los entornos serán más excluyentes para quienes no puedan adaptarse a las nuevas condiciones del trabajo.



67 % de los/as jóvenes considera que existirá un mercado con mayor diversificación de empresas y menos concentrado.



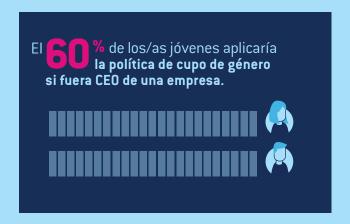
de cada 10 jóvenes considera que los negocios basados en economía de plataforma son una oportunidad para el desarrollo.



El 67 % de los/as jóvenes regularía los negocios basados en economía de plataformas, pero de manera diferencial a las industrias tradicionales.

Para los/as jóvenes, los principales activos y barreras para la adaptarse a los procesos de transformación en Argentina serán:

	ACTIVOS	BARRERAS
1	Capital Humano	Políticas Públicas
2	Recursos Naturales	Visión del empresariado nacional









% de los/as jóvenes considera que en el futuro se valorarán más los perfiles generalistas, con preponderancia de habilidades blandas, que los perfiles hiper-especializados.

























de los/as jóvenes preferiría trabajar de forma independiente.



El _ _ % de los/as jóvenes se animaría a émprender un proyecto propio, aunque eso implique tener que dejar el empleo actual.



Jovénes profesion

IDea<



ales participantes

FICHA TÉCNICA

Tipo de muestreo

No probabilístico

Instrumento de recolección de datos

Encuesta online semi-estructurada

Universo

Sectores público y privado de la República Argentina.

Perfil del encuestado

Jóvenes profesionales de los sectores público y privado del país, de hasta 40 años de edad.

Periodo del trabajo de campo

21 de octubre al 21 de noviembre de 2019

Equipo impulsor

Sebastián Oseroff

Presidente de IDEA Joven en 2019 y Socio en EY

Cristina Autorino

Miembro del Comité de IDEA Joven y Relaciones Regulatorias en Telecom Argentina

Leonardo Florestano

Miembro del Comité de IDEA Joven y Subgerente de RRHH de Swiss Medical Group

Grupo de expertos

Sergio Faraudo

Director de Capital Humano en Grupo Telecom

Ramiro Fernández

Corporate Banking en HSBC

Javier Queimaliños

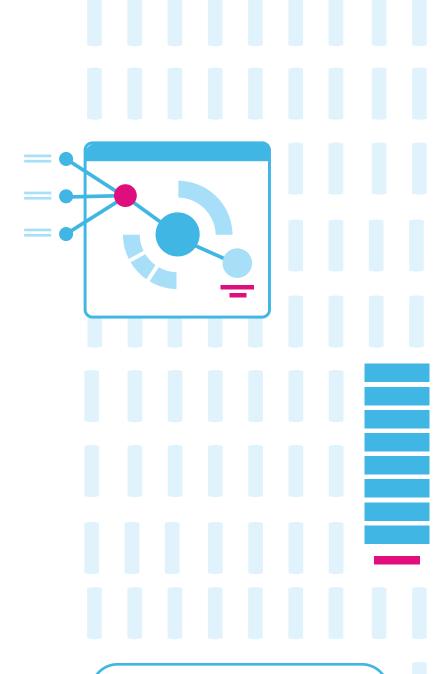
Knowledge Director en BTR Consulting

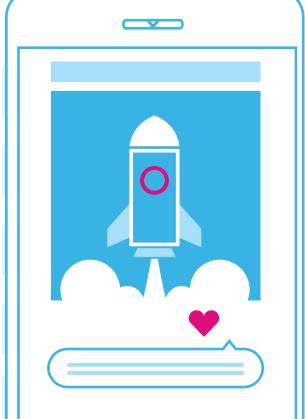
Asesora temática

Azucena Gorbarán

Fundadora de AMG Consulting

Coordinación general del proyecto y ejecución técnica a cargo de Relevamientos.







INTRODUCCIÓN

El Estudio Social y Empresarial "Futuro en tiempo presente" es parte de un proceso que IDEA Joven y el área de Relevamientos vienen construyendo hace ya tiempo, y que apuesta a construir cuáles son las miradas, las preocupaciones, los intereses y los roles que tienen los y las jóvenes profesionales en la Argentina de hoy.

Es por eso que el estudio se presenta como una continuidad: luego de "El desafío del futuro: los jóvenes nos comprometemos" y "Los millennials de la empresa Argentina", nos propusimos reflexionar sobre no sólo lo que los y las jóvenes esperan, sino también sobre los principales valores o decisiones que tomarían los líderes del futuro.

Hablar sobre el futuro siempre es difícil. La dificultad que conlleva la incertidumbre y la imposibilidad de determinarlo de manera individual, así como su intangibilidad y la multiplicidad de dimensiones implicadas, genera que una herramienta de recolección de datos tradicional se convierta en obsoleta.

Es por ello que, para poder abordar estas temáticas de alta complejidad, consideramos que el estudio debía poder expresar las grandes tendencias o signos del pensamiento de los y las jóvenes profesionales: los grandes consensos, las preferencias y los temas de debate que están fuertemente polarizados.

Así fue que, junto con el equipo impulsor, hemos creado un cuestionario fundamentalmente construido a partir de preguntas dicotómicas que tienen por objetivo proponer un juego: la dinámica de ponerse en los zapatos del otro. Si bien cada opción puede ser calificada de extremista o irreal, dejando por fuera opciones intermedias o matizadas, la propuesta insta a tomar posición, a definirse sobre temáticas que, por su contenido, permitirían responderse de manera ideal y con todos los "peros" necesarios.

Desde Relevamientos esperamos que **Futuro en tiempo presente** aporte más preguntas que respuestas, que movilice la curiosidad y abra más conversaciones antes que cerrarlas.



un futuro cada vez más presente



Leonardo Florestano

Integrante del Comité de IDEA Joven y subgerente de RR.HH. en Swiss Medical Group

CRISTINA AUTORINO

Integrante del Comité de IDEA Joven y Relaciones Regulatorias en Telecom Argentina



El futuro del trabajo es un tema trillado. Lo sabemos. Pero es un debate que todavía no queremos soltar. Quizás porque, por definición, nos encuentra transitando la vida con una mochila llena de futuro, inquietos y ansiosos por saber cómo la inercia propia de las sociedades de las que formamos parte y las transformaciones que la atraviesan condicionará o bien nos permitirá potenciar nuestros planes, proyectos, sueños, impulsos y talentos. Para nosotros, el futuro es hoy y es ahora.

Sobran los debates en todo el mundo sobre el impacto del avance tecnológico en los modelos de negocios, de consumo, de organización y estructura de las empresas, en el trabajo tal como hoy lo conocemos.

Andrés Oppenheimer, en su libro "Sálvese quien pueda. El futuro del trabajo en la era de la automatización" cita un trabajo del Foro Económico Mundial, donde afirma que para el año 2030 entre el 75% y 80% del mercado laboral de los países industrializados estará compuesto por trabajadores independientes o temporales. Según él los trabajos en el futuro serán más independientes, habrá mayor necesidad de automotivación y de actualización permanente de conocimientos (lo que estudiamos hace 10 años atrás hoy es obsoleto). Lo más probable es que (todos/as) nos encontraremos en unos años desarrollando tareas o carreras enteras que no existían ni siquiera como opción en las currículas académicas cuando salimos del sistema escolar.

En esta materia también hay discrepancias. Algunos creen que estos cambios motorizarán la innovación y crearán un contexto en el que nadie quede afuera y donde todos tengan la oportunidad y las herramientas para reinventarse a tiempo. Otros creen lo contrario, que el futuro se presentará como un Armagedón que aumentará aún más la desigualdad y la concentración de la riqueza, dejando a un gran número de personas fuera del sistema.

Una tercera biblioteca sostiene que mientras el corto plazo podría plantear un escenario social complicado, a largo plazo hay luz al final del túnel y en las siguientes décadas se logrará un equilibrio de mejor calidad para las sociedades.

En medio de este aparente caos, desde IDEA Joven nos propusimos volver a las fuentes y seguir profundizando en la visión de los jóvenes profesionales que se desempeñan en el sector público y privado de Argentina, sobre nuevos aspectos de la reconfiguración del mundo del trabajo que impactarán en su futuro profesional.

PREFACIO



En 2018 realizamos un estudio llamado "El desafío del futuro: los jóvenes nos comprometemos" en donde – entre otras cosas – surgió que menos del 60% de los jóvenes encuestados creía que los líderes de sus empresas estaban comprometidos con la innovación y la transformación digital, mientras que solo 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 y tecnología digital.

Este año, nos propusimos profundizar sobre la mirada de los jóvenes sobre 4 ejes:

- 1- visión global del futuro, indagando qué entendemos los jóvenes por un futuro mejor;
- 2- los efectos en el mapa del mundo de los negocios, tratando de identificar las tendencias que percibimos;
- 3- el impacto en nuestro país;
- 4- el impacto en nuestra propia experiencia profesional.

Esperamos que este relevamiento sea un aporte para entender cómo percibimos este futuro cada vez más presente y tener la posibilidad de seguir generando reflexiones y debates que colaboren no solo en nuestro desarrollo profesional si no que nos aliente a asumir un rol protagónico en todos los procesos de transformación que nos toque transitar.

Justamente, desde IDEA Joven proponemos un espacio para aprender y construir nuevas miradas sobre la realidad del mundo empresarial y nuestro rol como impulsores del cambio

Creemos firmemente que tenemos la responsabilidad de ser una voz activa, potenciando nuestros mensajes para plantear los temas de agenda y resaltar las perspectivas de los jóvenes.

En este sentido es que generamos proyectos e iniciativas orientadas a generar conocimiento y contenido con el objetivo de lograr que las temáticas de juventud estén en el centro de las agendas.

Los invitamos a explorar juntos nuestras miradas sobre el futuro.



columna de análisis

un futuro cada vez más presente



azucena gorbarán

Fundadora de AMG Consulting

La manera en que los jóvenes perciben el futuro nos abre una ventana más amplia para preguntarnos cuáles serán los formatos y contenidos que permitirán capturar su potencial en un país que, como el nuestro, está todo por hacer.

Alienta saber que el 52% de los jóvenes encuestados tiene una percepción optimista de los próximos 20 años, a pesar de que en Argentina aún no hemos encontrado un camino claro para crecer, reducir la pobreza e integrarnos tras un proyecto común.

Necesitamos de esa energía para explorar y motorizar nuevas iniciativas que rompan con el pasado y nos permitan potenciar nuestra capacidad colectiva de crear caminos nuevos.

Los jóvenes asocian ese futuro a una sociedad educada, con mayor igualdad de oportunidades y equidad pero también con mayor estabilidad; aspecto elegido en tercer término y posiblemente vinculado al empleo y posibilidad de emprender.

Me pregunto nuevamente cómo facilitar que los jóvenes tomen protagonismo en la construcción de esa nueva realidad, cuál es la educación que demanda la creación de ese futuro y cómo instalar las buenas preguntas, la perspectiva y el pensamiento crítico que les permitan encontrar mejores respuestas que las que han logrado generaciones anteriores hasta aquí.

Esas preguntas están atravesadas por la disrupción que genera la tecnología y por la emergencia de nuevos niveles de consciencia en relación al rol que juegan las empresas – para bien y para mal- en la sociedad.

Lo que ocurra dependerá de la capacidad de los Líderes para crear organizaciones cuya filosofía, Propósito y criterios de sustentabilidad se basen en la creación de valor económico pero también de valor social y ambiental

La era digital de la automatización y la conectividad está dando paso a un conjunto de nuevas tecnologías de registro distribuido, inteligencia artificial, realidad extendida y computación cuántica que llevarán a reinventar industrias enteras.



El 91% de los jóvenes ve en las plataformas de negocio una gran oportunidad y las asocian fundamentalmente a la democratización producto de la desintermediación. Pero el verdadero valor, detrás de este modelo, son los datos. Todas las huellas que dejamos en nuestras interacciones digitales son las que, con las nuevas tecnologías, permitirán micro segmentar, personalizar e individualizar mensajes y ofertas a un nivel inimaginable.

Todo parece indicar que la adicción a la pantalla se incrementará no sólo por la seducción de la inmediatez, simplicidad y practicidad sino también como consecuencia del conocimiento de nuestras preferencias y patrones de comportamiento.

Por otra parte, las mismas personas que cambian sus hábitos de consumo y manera de comprar están también cuestionando las consecuencias del hiperconsumo, la acumulación desmedida de ganancias y la explotación de los recursos naturales. Progresivamente abrazan el consumo responsable, la economía circular y el comercio justo, conscientes de que es ilusorio pretender crecer ilimitadamente en un planeta que es finito.

Nuestro mundo está caracterizado por esa complejidad, la que requiere poder pensar a un nivel más alto nivel de integración, articulando aspectos que son parte de una misma realidad.

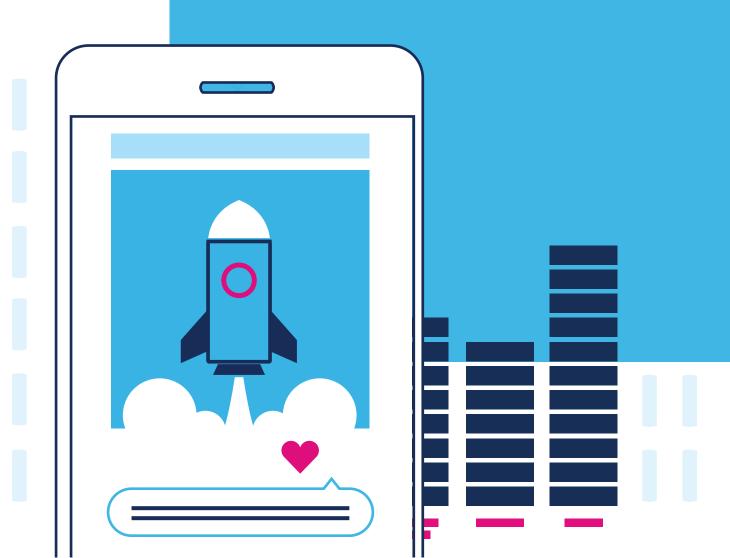
Algo así se intuye en el resultado de esta investigación. Los más jóvenes tienden a percibir el futuro más competitivo, deshumanizado y con más exclusión. También están más proclives a tomar decisiones que pueden afectar la privacidad de los datos de los clientes aunque sin caer en la ilegalidad. La otra mitad cree que habrá mayor colaboración, humanización e inclusión. Son tendencias de respuesta abierta. Lo que ocurra va a depender de la calidad y capacidad de los líderes para crear organizaciones cuya filosofía, propósito y criterios de sustentabilidad se basen en la creación de valor económico pero también en la creación de valor social y ambiental, promoviendo flexibilidad e innovación en entornos colaborativos e inclusivos.

Que esto ocurra depende del desarrollo de habilidades digitales pero también de la visión, claridad de propósito y consciencia del poder que tienen para hacer de las empresas y del mundo mejores lugares para trabajar y para vivir.

El 57% de los jóvenes piensa que el capital humano es el mayor activo que tiene el país, que las empresas del futuro tendrán que ser flexibles, innovadoras, digitales y tecnológicas; y el 75% se percibe a sí mismo como emprendedor, entendiendo por esto la capacidad de crear, aprender y ser proactivos.

Aun así el 55% prefiere la relación de dependencia. Esto representa, para las empresas y las instituciones como IDEA, una gran oportunidad para jugar un rol activo en la formación de esos nuevos dirigentes de los que dependerá el futuro.







características De La muestra

El estudio social y empresarial "Futuro en tiempo presente" relevó datos de 1262 jóvenes profesionales de Argentina de hasta 40 años.

La muestra de este relevamiento contempla un 57% de participantes identificadas como mujeres y el 43% como varones. En la encuesta que recolectó los datos del presente estudio se presentó como opción de género "no binario", pero esta respuesta alcanzó sólo el 0,2%.

En relación a la variable etaria, el 44% tiene hasta 30 años de edad y el 56% entre 31 y 40 años de edad. En términos geográficos, el 73% trabaja en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el 11% en el Gran Buenos Aires y el 16% en el resto del territorio nacional.

Casi la mitad de los/as participantes (49%) tiene una jerarquía laboral "baja" (analistas, puestos junior, operarios, etc.), el 38% ocupa puestos medios (jefes, coordinadores, supervisores) y el 13%, un nivel alto (CEOs, directores, gerentes).

El 72% de los participantes trabaja en organizaciones inser-

tas en el sector de servicios, el 13% en industria y minería y el 9% en comercio. Le siguen el sector público (3%), la construcción (2%) y agropecuario (1%).

Casi la mitad de los/as jóvenes trabaja en empresas grandes (84%), siendo internacionales el 47% y nacionales el 37%. Le sigue la inserción en Pymes (14%) y trabajadores independientes (2%).

a

Género



57% Mujeres



43 % Varones

La categoría de género no binario alcanzó el 0,2% de la muestra.

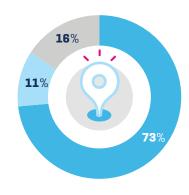


b Grupo etario

% hasta 30 años **56** % entre 31 y 40 años



- CABA
- GBA
- Interior del país



d Jerarquía en el espacio laboral



e Sector de actividad

(De las empresas que integran los jóvenes)



Agropecuario **1%**



Industria y minería 13%



Construcción **2%**



Servicios **72%**



Comercio **9%**



Sector público **3%**

Tamaño de la empresa



9 empresa grande internacional



37% empresa grande nacional



14 % PyME



% profesional independiente





SECCIÓN 1

VISIÓN Del Futuro

El punto de partida del estudio social y empresarial "Futuro en tiempo presente" tiene que ver con comenzar a entender cuál es el imaginario de los jóvenes profesionales sub 40 en torno al futuro. La predisposición que se tiene en términos generales hacia lo que viene implica una primera postura sobre el futuro, e invita a reflexionar sobre puntos cada vez más específicos.

panorama general



Expectativas sobre el futuro de la Argentina en 2040

Más de la mitad de los/as encuestados/as considera que el futuro en Argentina, proyectándolo hacia el año 2040, será mejor que su presente (53%). El 36% considera que se mantendrá igual y el 11% considera que empeorará.



El futuro va a ser mejor



a ser iqual







¿Cómo sería un futuro mejor?

En cuanto a cómo sería un futuro mejor para estos jóvenes, la palabra más utilizada para definir este horizonte es educación. En segundo puesto aparece la igualdad y equidad; en tercero, la estabilidad y, en cuarto lugar, el trabajo. Le siguen el crecimiento, el desarrollo y la seguridad.

PROGRESO SEGURIDAD OPORTUNIDADES

TRANSPORTE VIABILIDAD SOBERANÍA VEGANISMO VIRTUALIDAD

INCLUSIÓN EN EL COLLABORACIÓN ECONOMÍA VERDAD

LO COLABORACIÓN ECONOMÍA VERDAD

VIAJES VIRTUALIDAD COLABORACIÓN ECONOMÍA VERDAD

VIOLENCIA

PROGRESO SEGURIDAD OPORTUNIDAD SOBERANÍA VEGANISMO VIRTUALIDAD

COLABORACIÓN ECONOMÍA VERDAD

VIOLENCIA

PROGRESO SOBERANÍA VEGANISMO VIRTUALIDAD

COLABORACIÓN ECONOMÍA VERDAD

VIOLENCIA

RESPETO IGUALDAD TECRNOLOGÍA TRABALO

SOLIDARIDAD

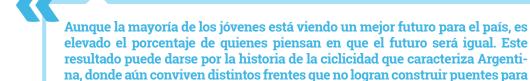
SOLIDARIDAD

SOLIDARIDAD

SOLIDARIDAD

SUSTENTABILIDAD TECNOLOGÍA TRABAJO compromiso

LIBERTAD TRANSPARENCIA SALUD SINERGÍA
PROSPERIDAD



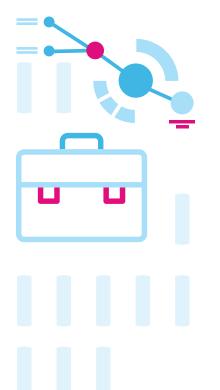
generar diálogo y consenso.

Las repuestas a cómo sería un futuro mejor se encuentran más orientadas a valores, y no a cuestiones económicas o políticas de corto plazo. Todos concuerdan que va mucho más allá de eso. Esto se ve plasmado en que entienden a la educación como la principal salida del laberinto argentino, la cual tiene que estar acompañada por políticas de equidad de oportunidades a fin de generar un cambio estructural.

Ramiro Fernández Nitsche / Corporate Banking en HSBC







SECCIÓN 2

mapa del mundo de Los negocios

Se relevarán en esta sección las principales creencias de los/as jóvenes sobre las características generales del mundo de los negocios en el futuro: el crecimiento de los sectores de actividad, la formación y desaparición de trabajos, así como las principales características que deberán tener las empresas en el futuro.

Se aborda además las suposiciones acerca de los perfiles que tendrá la sociedad en diferentes aristas, tales como la valoración de perfiles profesionales, la equidad, la concentración empresarial y el nivel de competencia entre las organizaciones.

2.

Desarrollo de la economía

Las transformaciones producto de los avances tecnológicos e, incluso, que tienen un correlato a nivel cultural, proyectan reconfiguraciones en el mapa del mundo de los negocios. En ese sentido, una de las aristas remite al tipo de actividad económica que tendrá más preponderancia.

Para el 86% de los/as jóvenes que participaron del estudio, el sector que más crecerá en el futuro es el de los servicios digitales. En segundo lugar, se posiciona la economía del conocimiento (56%), y tercero, el sector energético (47%). Le siguen los servicios financieros (32%), los agronegocios (21%) y la industria (16%). Por último, se posiciona el turismo (15%), la salud (12%), el comercio (9%), la construcción (7%), la producción artesanal y los transportes (4% respectivamente.

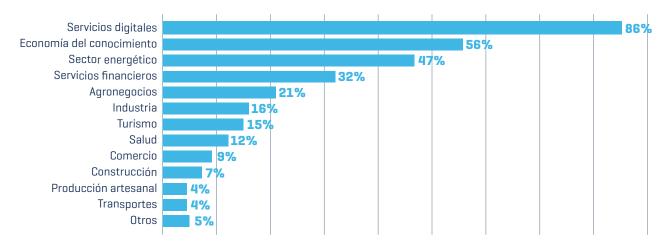
En la misma línea de reflexión, surge la pregunta acerca de cuáles serán los perfiles profesionales que emergerán de estos cambios y cuáles tenderán a diluirse.

El 91% de los/as jóvenes considera que se crearán nuevos trabajos y profesiones, vinculadas a la Ciencia y tecnología (31%), ciencias sociales y humanísticas (19%), diseño (9%) y Capital humano (7%) entre las principales. También se espera que aparezcan trabajos orientados a las skills humanas (20%), perfiles digitales (19%), big data (12%) y gestión de las emociones, acompañamiento y cuidado (8%), entre las principales.

Como contrapartida, el 81% de los/as jóvenes considera que habrá profesiones y trabajos que dejarán de existir en el futuro. Entre las profesiones más señaladas por los/as jóvenes en esta dirección, se encuentran: atención al cliente (44%), administración (20%), contaduría (16%) y escribanía (5%). En términos de caracterización de las tareas, se espera desaparezcan aquellos trabajos operativos (46%), manuales (17%), repetitivos (14%) y sin skills humanas (5%).

a

Expectativas sobre los sectores económicos que más van a crecer







Expectativas sobre la creación profesiones y trabajos



91 % de los/las jovénes considera que se crearán nuevas profesiones

Se espera se creen profesiones vinculadas a:

Se espera aparezcan trabajos orientados a:



C

Expectativas sobre la desaparición de profesiones y trabajos



81 % de los/las jovénes considera que desaparecerán algunas profesiones





3.

а

Tendencias a nivel individual, organizacional y social

Expectativa de valoración de perfiles profesionales según grupo etario



de los/las jovénes considera que los perfiles hiper-especializados con habilidades técnicas serán los más valorados



66% de los/las jovénes considera que los perfiles generalistas con preponderancia de habilidades blandas serán los más valorados

En términos generales, el 56% de los/as encuestados considera que en el futuro se valorarán más los perfiles generalistas y con predominancia de habilidades blandas, frente a los perfiles hiper-especializados con habilidades técnicas (44%).

Existe una tendencia mayor en el grupo de entre 31 y 40 años hacia el perfil generalista (60%); mientras que, en los jóvenes de hasta 30 años, la opinión está dividida de forma más balanceada (51% perfiles generalistas con habilidades blandas frente al 49% de perfiles hiper-especializados con habilidades técnicas).

Expectativa de valoración de perfiles profesionales según grupo etario

Perfiles generalistas con habilidades blandas

51 % jóvenes hasta 30 años

60 % jóvenes entre 31 y 40 años

Perfiles hiper-especializados con habilidades técnicas

49 % jóvenes hasta 30 años

40 % jóvenes entre 31 y 40 años

Sección 2



Dato retro

La tendencia a proyectar la preponderancia de perfiles generalistas con habilidades blandas coinciden con lo ya expresado por los/as nuevas generaciones profesionales en el estudio social y empresarial de IDEA Joven y Relevamientos de 2018 "El desafío del futuro: los jóvenes nos comprometemos". Allí las competencias que más se destacaban como fundamentales para el trabajo del futuro eran de carácter más soft, por encima del conocimiento hard.

Mirada sobre las competencias y conocimientos

(de más a menos importante)

efectiva





para

re-aprender











Resolución de problemas complejos

Conocimiento técnico

Existe un evidente consenso en la expectativa de los jóvenes sobre la aparición de nuevas profesiones y trabajos y, por consiguiente, la desaparición de aquellos trabajos operativos asociados a la automatización. Lo que resulta llamativo es la apertura de profesiones y trabajos que se crearán según los jóvenes: presentan tanto funciones técnicas (tecnología, big data, perfiles digitales) como profesiones y trabajos que requieren habilidades de las llamadas "blandas" (gestión de las emociones, ciencias humanísticas, etc.). Esta "dualidad" también se evidencia en la expectativa de valoración de perfiles que resulta bastante equilibrado entre especializados y generalistas.

Un último detalle a destacar: los jóvenes entre 31 y 40 años se inclinan un poco más hacia los perfiles con habilidades blandas, lo cual podría lógicamente relacionarse con la necesidad de estas competencias en posiciones más experimentadas, donde la hiper-especialización ya no agrega tanto valor y el factor humano se hace más relevante.

Javier Queimaliños / Knowledge Director en BTR Consulting





b

Expectativa del desarrollo de las relaciones interpersonales



50% de los/las jovénes considera que las relaciones interpersonales se humanizarán



50 % de los/las jovénes considera que las relaciones interpersonales se deshumanizarán

Mientras que la mitad de los jóvenes consideran que las relaciones interpersonales se humanizarán, la otra mitad considera que se deshumanizarán.

En términos de género, si bien la opinión se sostiene polarizada, los varones se vuelcan levemente más a considerar que las relaciones interpersonales se deshumanizarán. En términos etarios, existe una sutil tendencia inversa entre grupos etarios: mientras los/as jóvenes entre 31 y 40 tienden a considerar la humanización de las relaciones, los/as jóvenes de hasta 30 creen mayoritariamente que se deshumanizarán.

Expectativa del desarrollo de las relaciones interpersonales según género

Mayor humanización

51% Muleres

47%
Varones

Mayor deshumanización

49 % Mujere

53 % Varones

Expectativa del desarrollo de las relaciones interpersonales según grupo etario

Mayor humanización

48 % jóvenes hasta 30 años

51 % jóvenes entre 31 y 40 años Mayor deshumanización

52 % jóvenes hasta 30 años

49 % jóvenes entre 31 y 40 años





Expectativa del nivel de competencia entre las organizaciones



40 % de los/las jovénes considera que habrá mayor competencia entre organizaciones e instituciones



60 % de los/las jovénes considera que mayor colaboración entre organizaciones e instituciones

En términos generales, el 60% de los/as jóvenes considera que habrá mayor colaboración entre organizaciones y proyectos en el futuro, frente a un 40% que considera que habrá más competencia.

En términos generacionales, el grupo de jóvenes entre 31 y 40 años presenta una tendencia más fuerte (64%) -que aquellos de hasta 30 años- en las expectativas de colaboración (54%).

Expectativa del nivel de competencia entre las organizaciones según grupo etario

Mayor competencia

46 % jóvenes hasta

36 % jóvenes entre 31 y 40 años Mayor colaboración

54 % jóvenes hasta 30 años

64 % jóvenes entre 31 y 40 años

Efectivamente, la colaboración y la co-creación ya se avizoran como apalancadores en el desarrollo de negocios.

Ramiro Fernández Nitsche / Corporate Banking en HSBC





Expectativa del nivel de concentración de las organizaciones



33 % de los/las jovénes considera que habrá mayor concentración en menos empresas



67 % de los/las jovénes considera que habrá mayor diversificación de empresas

El 67% de la muestra considera que habrá mayor diversificación de empresas, frente a un 33% que considera que habrá mayor concentración en menos compañías.

е

Expectativa respecto a la equidad social



61 % de los/las jovénes considera que los entornos serán más excluyentes para quienes no se puedan adaptarse a las nuevas condiciones económicas



de los/las jovénes considera que os entornos serán más inclusivos en las nuevas condiciones económicas

En lo que respecta al plano social, el 51% de los participantes considera que los entornos se volverán más excluyentes para quienes no puedan adaptarse a las nuevas condiciones económicas, mientras que el restante 49% considera que los entornos se volverán más inclusivos.

Dato retro

La pregunta que surge de estos datos es qué responsabilidad tienen las empresas en este escenario y qué espectativas tienen los jóvenes al respecto. Una pista al respecto la podría acercar el estudio social y empresarial de IDEA Joven y Relevamientos de 2018, "El desafio del futuro: los jóvenes nos comprometemos", en donde las nuevas generaciones de profesionales reclamaban la participación del sector privado. Según este relevamiento, el 88% de los jóvenes considera que es importante que las compañías posean un propósito social además de sus objetivos de negocio.



de cada 10 jóvenes que es importante que las empresas posean un propósito social además de sus objetivos de negocio.





IMPACTO DE LAS TRANSFORMACIONES



¿Cómo serán las empresas del futuro?



Al describir cómo serán las empresas del futuro, los/as jóvenes que participaron del relevamiento sugieren con más frecuencia la caracterización de flexibles. En segundo lugar, apelan a la caracterización como tecnológicas y, en tercer lugar, digitales.

Le siguen, también en orden de importancia, innovadoras, adaptables, dinámicas, ágiles e inclusivas. Otras caracterizaciones con varias menciones por parte de los/as jóvenes son: colaborativas, comprometidas por el medioambiente, horizontales, globalizadas, competitivas y eficientes y eficaces.

Las empresas del futuro estarán marcadas por la adaptabilidad del talento, el liderazgo horizontal y modelos colaborativos; buscando fomentar constantemente la innovación. La tecnología no sólo está cambiando la forma de conectarnos, sino que es algo más profundo. La tecnología no lidera la revolución por sí sola, siempre tendrá que haber personas detrás que puedan manejar los cambios, y acá es cuando la inteligencia social y emocional pasa a un primer plano.

Ramiro Fernández Nitsche / Corporate Banking en HSBC







SECCIÓN 3

situación en argentina

Dentro de los grandes debates sobre los cambios en el mundo del trabajo, una de las dimensiones fundamentales de la conversación son las diferencias que expresan las sociedades en sus capacidades para afrontar dichas transformaciones.

En este sentido, la tercera sección indagará sobre las expectativas de los/as jóvenes del impacto de estos cambios a nivel nacional, así como los principales activos y barreras que detentamos para afrontarlos.

A su vez, se releva la mirada sobre los modelos de negocios basados en plataformas: su potencial como oportunidad para el desarrollo — o no- y los principales argumentos esgrimidos, así como las expectativas de regulación sobre las mismas.



5.

cambios a nivel local

а

Expectativas de impacto de las transformaciones en Argentina

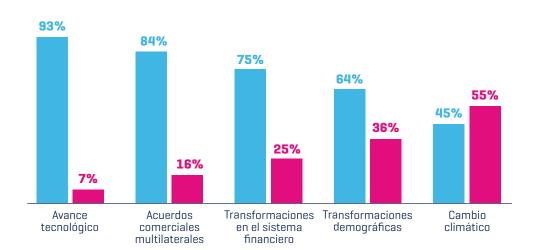
Las transformaciones que, hasta el momento, se vienen retratando en el orden mundial, también tendrán su impacto en Argentina.

¿Cómo será ese efecto? Para los/as jóvenes encuestados/as, el avance tecnológico es el proceso más identificado como oportunidad para el desarrollo (93%); y como contracara, el cambio climático es concebido como el mayor obstáculo (55%).

Entre las transformaciones que van a producirse, aquellas cuya valoración es mejor por parte de los jóvenes, además de los avances tecnológicos, son: los acuerdos comerciales multilaterales (84%) y las transformaciones en el sistema financiero (75%). Con menor grado de aprobación (aunque, aun así, con un porcentaje alto), se posicionan las transformaciones demográficas (64%).



 Obstáculo para el desarrollo



Independientemente de los porcentajes, todo se ve como una oportunidad para el desarrollo excepto en cuestiones ambientales, donde el cambio climático está teniendo cada vez un nivel más elevado de preocupación. A fin de garantizar economías y sociedades sostenibles en el tiempo, más allá de la potencialidad del mercado de energías renovables, se requieren cambios estructurales y políticas novedosas para mejorar tendencias climáticas junto con el desarrollo.

Ramiro Fernández Nitsche / Corporate Banking en HSBC





Activo más importante de Argentina para adaptarse a los procesos de transformación



57 % Capital Humano



27% Recursos naturales



Desarrollo en
Ciencia y Tecnología



3 %
Otros: Educación y
adaptación al cambio



2 %
Visión del
empresariado nacional



2%
Políticas públicas

De cara a los cambios que se vienen referenciando, los/as jóvenes proporcionaron su punto de vista acerca de cuál es -a su criterio- el principal de Argentina para adaptarse a los procesos de transformación.

El más reconocido por este segmento fue el capital humano (57%). En segundo lugar, se posicionaron los recursos naturales (27%). Con niveles de adhesión mucho menores, aparecieron: la Ciencia y Tecnología (9%) y la educación y la cultura de adaptación al cambio (3%). En último lugar figuraron tanto la visión del empresariado nacional como las políticas públicas, con un 2% respectivamente.





Principal barrera de Argentina para adaptarse a los procesos de transformación



58 % Políticas públicas



18 % Visión del

empresariado nacional



Desarrollo en
Ciencia y Tecnología



B % Capital Humano



7 %
Otros: cultura, clase
política e inestabilidad
económica



%Recursos naturales

Así como los/as jóvenes consultados/as identificaron el principal activo de Argentina para encarar estos procesos, también reflexionaron en torno a la principal barrera que puede presentar el país. En ese sentido, la categoría más seleccionada fue políticas públicas, con el 58%, y, en segundo lugar, la visión del empresariado nacional, con el 18%.

A estos dos puntos le siguieron con un nivel porcentual notablemente menor: el desarrollo de Ciencia y Tecnología (8%); el capital humano (8%); la cultura social, la clase política y la inestabilidad económica (7%), y, por último, los recursos naturales (1%).

No creo que las políticas públicas sean la principal cara de la barrera para la adaptación, sino que hay que ir un paso atrás. Es el mismo capital humano que está detrás de estas políticas. Las mismas dependen de las personas, y solamente podrán cambiar si tomamos acción para hacer que las cosas sucedan, pero depende de nosotros mismos. Somos nuestro mejor activo y nuestra principal barrera.

Ramiro Fernández Nitsche / Corporate Banking en HSBC





6.

modelos de plataforma

En el último tiempo, en Argentina han irrumpido las empresas basadas en el modelo de plataforma, con una fuerza tal que hace suponer que se trata de un sector con proyecciones de desarrollo en el futuro. De hecho, en un apartado anterior, los/as jóvenes encuestados/as identificaron en segundo lugar de los sectores que más iban a crecer a nivel global a la economía del conocimiento. En este sentido, entre los/as jóvenes que participaron del relevamiento hay un fuerte consenso: el modelo de plataforma representa una oportunidad para el desarrollo pata el país (91%).

Los argumentos que esgrimen las personas consultadas para justificar esta posición tienen que ver, en primer lugar, con la democratización de los mercados, considerando la inclusión e incorporación de nuevos actores, tanto consumidores como productores y vendedores.

En segundo lugar, la ampliación de la competencia en el mercado y la competitividad de los negocios. En tercera posición, la eficiencia de los modelos, en cuarto la accesibilidad que dichos modelos facilitan al mercado de bienes y servicios y en quinto, la importancia de la experiencia del usuario. Como características positivas, le siguen la velocidad, la posibilidad de generación de nuevos empleos, la no intermediación entre vendedores y consumidores y la agilidad de los servicios prestados.

La pequeña minoría (9%) que considera que este tipo de negocios se configuran como un obstáculo para el desarrollo reparan en las problemáticas sociales que pueden acarrear, centrándose principalmente en la pérdida de beneficios laborales de aquellos que se incorporan a los modelos de trabajo como trabajadores no tradicionales.

En segundo lugar, este grupo advierte que dichos emprendimientos tienden a comportarse como monopolios - acaparando sus sectores de actividad - y que dichos modelos no generan valor agregado. Ello generaría un doble efecto, tanto de desempleo (tercer lugar) y mayores condiciones de desigualdad (cuarto lugar). Frente a las conversaciones que asignan grandes capacidades a la tecnología para la mejora y el desarrollo económico y social, la quinta percepción de este grupo de jóvenes es que lo digital no es la solución a todo.

b



a Perspectiva sobre el modelo de negocio basado en economías de plataformas



91 % de los jovénes considera que será una oportunidad para el desarrollo

Economías de plataformas como oportunidad para el desarrollo

comunicación VeloCIDAD AGILIDAD OPORTUNIDADES EFICIENCIA UBICUIDAD COLABORACIÓN EFICIENCIA UBICUIDAD UBICUIDAD UTILIDAD UTILIDAD

INTERMEDIACIÓN
TECNOLOGÍA INMEDIATEZ
DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

INTERMEDIACIÓN EMPLEO ACCESIBILIDAD

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN EXPERIENCIA DEL USUARIO

INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO
CAPITAL HUMANO SIN INTERMEDIACIÓN



C

Economías de plataformas como obstáculo para el desarrollo

LO DIGITAL NO ES SOLUCIÓN A TODO MONOPOLIO DESHUMANIZACIÓN SIN VALOR AGREDADO RECURSOS NATURALES SIN VALOR AGREDADO PÉRDIDA DE BENEFICIOS

PERDIDA DEL CAPITAL HUMANO
COMPETENCIA DESLEAL

Desempleado

Desigualdad
no estamos preparados

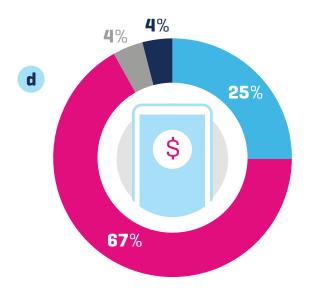
Encuentro que hay un elemento determinante que debería abordarse y que no surge en estas respuestas: la convergencia generacional en la construcción de un Mindset Digital, para asegurar la reducción de la brecha y una verdadera inclusión digital de toda la población.

Sergio Faraudo / Director de Capital Humano en Grupo Telecom









"¿Cómo considerás que debería ser la regulación de los negocios basados en economía de plataforma?"

- Regulación similar a industrias tradicionales
- Regulación diferencial respecto a las industrias tradicionales
- Sin regulación
- Ninguna de las industrias (tradicionales o de plataforma) deberían estar reguladas

Por otra parte, existe un amplio consenso sobre la necesidad de que los emprendimientos asociados a plataformas estén regulados (92%). Una amplia mayoría (67%) considera que deben estar regulados de manera diferencial a las industrias tradicionales, y un cuarto de los/as jóvenes que participaron del estudio (25%) consideran que deben estar regulados de manera similar a su competencia tradicional. Sólo un 4% considera que no deberían estar regulados, frente a otro 4% que comparte la postura, pero afirma que las industrias tradicionales tampoco debieran estar reguladas.

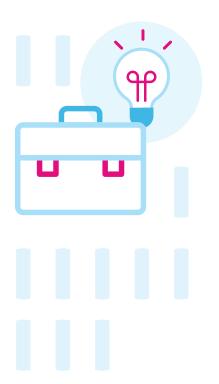
Es interesante la marcada tendencia de los jóvenes que considera a los modelos de negocio de plataforma como una oportunidad para el desarrollo, a partir de la democratización y la competitividad (eficiencia, velocidad, accesibilidad) como principales motivos que impactan en una mejor experiencia de los usuarios. Desde esta perspectiva, se desprende que la gran mayoría de los encuestados considere que la regulación de estos negocios sea diferencial a la de las industrias tradicionales.

Javier Queimaliños / Knowledge Director en BTR Consulting









SECCIÓN 4

experiencia Profesional

En la cuarta y última sección, este estudio propone una dinámica lúdica que sitúa a los/as jóvenes en un lugar que la mayoría no ocupa: el de ser número uno de una organización y la posibilidad de tomar grandes decisiones.

Una serie de situaciones hipotéticas y dicotómicas habilitará a los participantes a optar entre opciones concretas, haciendo más sensible y cercanas muchas ideas que en los debates se ven matizados. En este sentido, los resultados revelarán cuáles son los valores e idearios de los líderes del futuro.

Se entrelanzarán aquí la autopercepción sobre sí mismos, las aspiraciones sobre el propio trabajo y las decisiones que cada uno estaría dispuesto a tomar.



7.

LOS LÍDERES DEL FUTURO

а

Situación hipotética l

sos ceo de una empresa y estás por invertir en tecnología. el equipo encargado de hacer una evaluación global del impacto de la medida concluye que esta acción aumentaría la productividad de la compañía, pero reemplazaría puestos de trabajo ocupados por personas. ¿qué hacés?





no LLEVA ADELANTE el PROYECTO

Uno de los dilemas que plantea el -hasta ahora- incierto futuro del trabajo tiene que ver con la tensión entre innovación tecnológica y empleabilidad (y posible pérdida de puestos de trabajo, fundamentalmente, para mano de obra no calificada).

Por eso, a los/as jóvenes se les planteó la siguiente disyuntiva: "Sos CEO de una empresa y estás por invertir en tecnología. El equipo encargado de hacer una evaluación global del impacto de la medida concluye que esta acción aumentaría la productividad de la compañía, pero reemplazaría puestos de trabajo ocupados por personas. ¿Qué hacés?"

Frente a este escenario, el 82% de los/as jóvenes preferiría continuar con el proyecto para aumentar la productividad, mientras que el 18% restante optaría por conservar los puestos de trabajo.



Es importante destacar que la sustentabilidad del Ecosistema Social necesitará poner foco en la competitividad desde un punto de vista integral, no sólo en la productividad

Sergio Faraudo / Director de Capital Humano en Grupo Telecom





b

Situación hipotética II

sos ceo de una empresa y te presentan un proyecto Basado en la utilización de datos de usuario, que hasta ahora no habían sido tenidos en cuenta, y que son—en teoría- más efectivos para llegar a los potenciales clientes. Usarlos es legal pero suponen la utilización de información muy sensible para las personas y la invasión de su privacidad. ¿qué hacés?





Por otro lado, a los/as encuestados/as se le presentó una situación hipotética sobre el uso de los datos, bajo el siguiente enunciado: "Sos CEO de una empresa y te presentan un proyecto basado en la utilización de datos de usuario, que hasta ahora no habían sido tenidos en cuenta, y que son —en teoría- más efectivos para llegar a los potenciales clientes. Usarlos es legal, pero suponen la utilización de información muy sensible para las personas y la invasión de su privacidad. ¿Qué hacés?"

La respuesta frente a este escenario estuvo mucho más polarizada que en el anterior. El 52% de los participantes a decidiría utilizar la información para favorecer a su empresa, y el 48% se negaría a utilizar datos sensibles de los usuarios.

La concepción del negocio basada en un comportamiento ético es una mirada fresca que aporta este colectivo generacional. Se evidencia que existe un mayor compromiso de los jóvenes profesionales.

Sergio Faraudo / Director de Capital Humano en Grupo Telecom





Situación hipotética II según género

sos ceo de una empresa y te presentan un proyecto Basado en la utilización de datos de usuario, que hasta ahora no habían sido tenidos en cuenta, y que son—en teoría- más efectivos para llegar a los potenciales clientes. Usarlos es legal pero suponen la utilización de información muy sensible para las personas y la invasión de su privacidad. ¿qué hacés?

LLEVA ADELANTE
EL PROYECTO



47% Mujeres



58 % Varones

no LLEVA ADELANTE
EL PROYECTO



53 % Mujeres



42 % Varones

En términos de género, mientras entre los varones existe un consenso más fuerte sobre llevar adelante el proyecto (58% a favor versus 42% en contra), existe una leve tendencia a desecharlo entre las mujeres (47% a favor versus 53% en contra).

Situación hipotética II según grupo etario

LLEVA ADELANTE EL PROYECTO

49 % jovénes hasta 30 años

54 % jovénes entre 31 y 40 años

no LLEVA ADELANTE EL PROYECTO

51% jovénes hasta

46 % jovénes entre 31 y 40 años

La diferencia entre los participantes de diferentes generaciones también llama la atención: mientras entre los/as jóvenes de hasta 30 años existe una leve tendencia a desechar el proyecto (49% a favor versus 51% en contra), entre los/as jóvenes de entre 31 y 40 años existe una tendencia levemente más fuerte a llevar adelante el proyecto (54% a favor versus 46% en contra).

C

Situación hipotética III: cupo de género

sos ceo de una empresa y tenés que generar una acción que permita acelerar la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres en las empresas en distintos niveles de decisión. ¿aplicás una política de cupo o no?





La tercera situación hipotética remite a la posible aplicación del "cupo femenino" en las compañías: "Sos CEO de una empresa y tenés que generar una acción que permita acelerar la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres en las empresas en distintos niveles de decisión. ¿Aplicás una política de cupo o no?"

Al respecto, la tendencia entre los/as jóvenes de hoy en términos de aplicación de políticas de cupo que posibilite el acceso de mujeres a puestos de decisión tiene el aval de la mayoría de los/as jóvenes: mientras que el 60% la ejecutaría en su organización, el 40% no lo haría.

Situación hipotética III según género



aplica la política

66 % Muieres



53 % Varones



no aplica la política

34 % Mujeres



7 % Varones



Sección 4



Del análisis de las respuestas según género emerge que la aprobación de este tipo de iniciativas es aún mayor entre las mujeres. En la medida que son quienes más sufren la inequidad, tienden a acordar más con este tipo de medidas. El 66% de las mujeres encuestadas, bajo el escenario planteado más arriba, elegiría aplicar una política de cupo para acelerar la igualdad de oportunidades en la empresa. En cambio, entre los varones, el "voto positivo" alcanza un nivel porcentual menor, del 53%.

Situación hipotética III según grupo etario

aplica la política

63 % jovénes hasta 30 años

58 % jovénes entre 31 y 40 años

no aplica la política

37% jovénes hasta 30 años

42% jovénes entre 31 y 40 años

En términos etarios, si bien se confirma el acuerdo sobre la aplicación de la política, la tendencia es más pronunciada entre los/as jóvenes de hasta 30 años que entre los/as jóvenes de entre 31 y 40 años. Los más jóvenes aprueban la política en un 63% y, en la generación mayor, representa un 58%.



8.

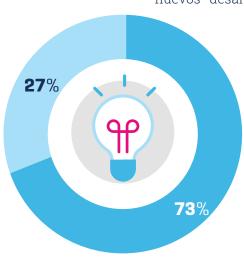
PERFIL EMPRENDEDOR

a

¿Te considerás emprendedor/a?

El emprendedurismo no es un fenómeno nuevo. En la actualidad, suscita grandes debates sobre las ventajas y desventajas de los modelos de trabajo y de ocupación. Este valor en disputa, tanto por su significación como por sus implicancias empíricas en la vida de las personas y las organizaciones, genera grandes debates y marca posiciones.

De acuerdo a lo relevado en el presente estudio, la gran parte de los/as jóvenes se precibe a sí mismo/a como emprendedor/a (73%). Dicha concepción está vinculada principalmente con la creatividad, la capacitación constante y la proactividad como predisposición en la labor cotidiana. Le siguen la mejora continua, la innovación y la pasión por el aprendizaje y el abordaje de nuevos desafíos. Recién en octavo lugar surge la autopercepción del



emprendedurismo por la actividad en una unidad económica propia. Estos datos indicarían que el emprendedurismo es entendido más como una postura o un modo de enfrentar las actividades más que desde la posibilidad de iniciar un negocio propio de manera independiente.

73 % de los/as jóvenes se considera emprendedor

27 % de los/as jóvenes no se considera emprendedor

Dato retro

La gran mayoría de jóvenes profesionales se identifican a sí mismos/as con una actitud emprendedora. Se trata de una tendencia que ya viene apareciendo en relevamientos anteriores como el estudio social y empresarial "El desafío del futuro: los jóvenes nos comprometemos". Allí además el 75% de los/as jóvenes identifica que en sus empresas están dadas las condiciones para porponer ideas nuevas. Sin embargo, la dificultad aparece a la hora de implementarlas: sólo un 50% tiene un espacio para hacerlo dentro de sus propias organizaciones. Será un desafío para las empresas poder canalizar esa vocación emprendedora.









de cada 4 jóvenes

encuentra en su empresa las condiciones necesarias para proponer ideas nuevas.





de cada 2 jóvenes

encuentra en su organización la posibilidad de implementarlas.

Sección 4





Principales motivos de quienes se consideran emprendedores/as

TOMAR RIESGOS INNOVACIÓN capacitacio CRECIMIENTO PERSONAL

Desafío

PROJETI

apaptación PTACIÓN MEJORA CONTI unidad económica propia

C

Principales motivos de quienes no se consideran emprendedores/as

no Lo consideré Falta de Formación no es prioridad no sé en qué emprender

inequidad de Género Falta de Capital **COSTUMBRE**

Falta de experiencia Falta de Tiempo

continuidad en el puesto

no me animo

no es mi pasión autopercepción riesgoso

mis tareas no están asociadas

spacio Laboral

De manera inversa, el otro 27% de los/as jóvenes que no se siente emprendedor/a lo relaciona, en primera instancia con su situación de trabajador/a en relación de dependencia y en segundo lugar, con el espacio laboral en el cual se desarrolla que inhabilita desarrollarse de forma emprendedora. En tercer lugar, se esgrime que "no se ven como emprendedores"

Otros temas que se identifican como obstáculos para ser emprendedor están vinculados al no animarse y al riesgo que ello implica (cuarto y sexto lugar respectivamente).

Otros motivos referidos están vinculados a la limitación de las tareas ejecutadas por no estar asociadas al carácter emprendedor (séptimo lugar), el no saber en qué emprender (quinto lugar) o la falta de experiencia que posibilite una experiencia exitosa (octavo lugar).

d

Situación hipotética IV

SI TENÉS UN BUEN TRABAJO EN RELACIÓN DE DEPENDENCIA CON UN SALARIO SATISFACTORIO, PERO TE SURGE UNA IDEA PARA EMPRENDER, TENÉS LA CAPACIDAD PARA LLEVARLA ADELANTE Y UN CAPITAL INICIAL. NO CONTÁS CON LA CERTEZA DE QUE EL PROYECTO VAYA A SER EXITOSO Y NECESITÁS DEJAR TU EMPLEO ACTUAL PARA DEDICARTE 100% AL NUEVO EMPRENDIMIENTO, ¿QUÉ HACÉS?





Al respecto de esta temática, también se les plantó a los/as jóvenes un escenario hipotético: "Si tenés un buen trabajo en relación de dependencia con un salario satisfactorio, pero te surge una idea para emprender, tenés la capacidad para llevarla adelante y un capital inicial. No contás con la certeza de que el proyecto vaya a ser exitoso y necesitás dejar tu empleo actual para dedicarte 100% al nuevo emprendimiento, ¿qué hacés?"

Frente a esta situación, el 57% de la muestra considere que se animaría a emprender un proyecto por cuenta propia que implique dejar un trabajo en relación de dependencia satisfactorio, mientras que el 43% no se animaría.

Situación hipotética IV según genero



emprende el proyecto

55 % Mujeres



no emprende el proyecto

45 1



39 % Varones



61% Varones

En esta situación hipotética, la tendencia a optar por emprender un proyecto independiente es mayor entre los varones. El 61% de ellos se animarían a encarar un emprendimiento propio, mientras que ese porcentaje entre las mujeres es de un 55%.

е

¿Qué modelo de trabajo preferís?





Según lo relevado en este estudio, el 55% de la muestra prefiere trabajar en relación de dependencia, mientras que 45% prefiere ser emprendedor. Estos datos se presentan de una muestra en la cual sólo el 2% de los/as jóvenes se desempeña como profesionales independientes.

Modelo de trabajo preferido según género



Relación de Dependencia

64 % Mujeres



45 % Varones



Independiente

36 % Mujeres



55 % Varones

Mientras que las mujeres tienden fuertemente a preferir la relación de dependencia como modelo de trabajo (64%), los varones se inclinan un poco más al trabajo independiente (55%).



Modelo de trabajo preferido según grupo etario

Relación de Dependecia

54% jovénes hasta

57% jovénes entre 31 y 40 años

INDEPENDIENTE

46 % jovénes hasta

43 % jovénes entre 31 y 40 años

En términos de grupos de edad, los/as jóvenes entre 31 y 40 años tienen una tendencia más marcada a preferir la relación de dependencia (57%) frente a los/as jóvenes de hasta 30 años. (54%), lo cual podría dar indicios de un incipiente proceso del cambio de paradigmas.

Hay que entender dos cuestiones principales. Por un lado, si ser emprendedor representa una cuestión de actitud y de personalidad, y por otro lado, el nivel de concreción de los hechos donde se ve realmente plasmado qué tan emprendedor esa persona es.

Basándonos en los resultados, el 73% se considera emprendedor, pero solo un 57% se anima a dedicarse full-time a un emprendimiento, e incluso un 45% prefiere no trabajar en relación de dependencia. Estos niveles demuestran que el emprendedurismo está pasando por una tendencia mayormente actitudinal, potenciada por un entorno flexible y cambiante.

Muchas compañías están siendo inteligentes en su approach para captar talento joven. Proponen un modelo y una cultura de start-up interna, buscando empoderar a los jóvenes y convertir la experiencia de relación de dependencia en una experiencia de emprendedor.

Ramiro Fernández Nitsche / Corporate Banking en HSBC

Es bastante clara la concepción de emprendedorismo que manifiestan los jóvenes: hace referencia quienes son creativos, innovan, se capacitan, aprenden y mejoran continuamente. No la asocian necesariamente a la condición de "independiente"; ya que muchos de ellos prefieren la relación de dependencia aun considerándose emprendedores.

Esto refuerza el concepto de "intra-emprendedores" y la necesidad de los jóvenes de sentirse dueños de su destino, de asumir el compromiso personal sobre el impacto de sus acciones, de crear e innovar tomando riesgos, equivocándose y aprendiendo continuamente. Un claro mensaje para las empresas del futuro (en tiempo presente).

Javier Queimaliños / Knowledge Director en BTR Consulting



/



CIERRE



Uno de los asuntos que a los jóvenes nos entusiasma es la tarea de transformar la realidad en la que vivimos. Basta mirar hacia atrás para comprobar que ningún tiempo permaneció inmutable y que el cambio fue y es absolutamente inevitable, con la diferencia que en la actualidad los cambios se desarrollan a una velocidad extremadamente vertiginosa.

El desafío es encontrar un norte, sabiendo claramente de dónde venimos, hacia dónde vamos y quienes nos acompañan; sosteniendo el timón con firmeza cuando la situación se complica, pero también con la flexibilidad suficiente para poder cambiar de rumbo con decisión, compromiso y convicción cuando sea necesario.

Con esto en mente, desde IDEA Joven venimos trabajando este 2019 en una agenda que hace foco en el liderazgo y el trabajo del futuro, generando espacios que nos permitan potenciar nuestro desarrollo profesional. ¿De qué forma? A través de la generación de propuestas y dinámicas que promuevan el contacto con otros profesionales, el trabajo en red, la experiencia y el conocimiento.

Asimismo, tenemos la responsabilidad de ser una voz activa planteando nuestra visión y también nuestras inquietudes sobre los desafíos que nos demanda el futuro y nuestro rol como futura generación de líderes.

Sabemos que todo proyecto que quiera trascender requiere, además de un liderazgo claro, un equipo con fuerza y compromiso; así se define el Comité de Dirección de IDEA Joven, integrado por 12 personas (este año conformado por Sebastian Oseroff, Joaquín Perez Bay, Javier Queimaliños, Mariana Mangisch, Cristina Autorino, Maria Fernanda Crespo, Ramiro Fernández Nitsche, Leonardo Florestano, Luis Padilla, Mercedes Cid, Cintia Tardio y Roberto De Gori) que dedican tiempo y esfuerzo para lograr que las temáticas de la juventud estén en el centro de la escena.

Mariana Mangisch asumirá este 2020 el desafío de liderar el espacio, convoco a todos los y las que forman parte de IDEA Joven a enriquecerse de las nuevas iniciativas que Promueva el Comité de Dirección 2020 del espacio liderado por Mariana. Por mi parte, continuando con el legado construido generación tras generación, estaré a disposición siempre de todo el equipo y de la institución para seguir estimulando el espacio.

Por todo esto es que me animo a decir que cada segundo invertido en IDEA Joven vale la pena. Desde sus comienzos, 12 años atrás, hasta el día de hoy el esfuerzo ha dado sus frutos: construir un espacio validado y reconocido en el ecosistema joven.

¡Por un gran 2019 y muchos años más de IDEA Joven que vendrán!

sebastián oseroff

Presidente de IDEA Joven 2019 y Socio de EY



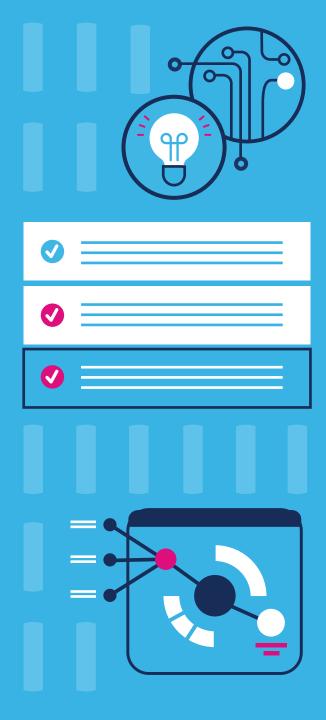
estudio social y empresarial

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.

IDeaReLevamientos

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/



Jimena Camperi

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

Rosario Dezeo

Subgerente de Contenidos de Intercambio Empresarial y Líder de Proyectos de Relevamientos rdezeo@idea.org.ar

Nadia Tuchsznaider

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

Contacto:

relevamientos@idea.org.ar +5411 4130-0000

Autoridades

Gastón Remy

Presidente de IDEA y Director Corporativo - Presidente de Vista & Oil Gas

Ernesto Ferrer

Director Ejecutivo de IDEA



Viamonte 570 CABA C1053ABL +54 11 4130-0000