

Fecha de presentación: 14 de octubre de 2016

FORMULARIO PARA LA PRESENTACION DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

1.) Campo de aplicación: MANAGEMENT y RECURSOS HUMANOS

2.) Título del Proyecto: PYMES FAMILIARES, MILLENNIALS Y NUEVAS FORMAS DE SOCIALIZACIÓN: DESAFÍOS GERENCIALES DE LAS PYMES FAMILIARES DE CARA AL TRASPASO DE LA CONDUCCIÓN

3.) Entidades Participantes[1] UCES

Entidad:[2]

Tipo de vinculación:

Descripción de la vinculación:

4.) Responsables:

4.1.) Director del Proyecto:

Apellido y Nombre[3]: Soto, Elisa

Lugar Principal de Trabajo[4]:

UCES

Funciones[5]:

Elaborar planificación, plan de trabajo, objetivo

Desarrollar agenda de contactos

Monitorear avances y actualizar planificación

Identificar, entrevistar y reclutar a alumnos investigadores

Realizar capacitaciones a alumnos reclutados

Dedicación[6]

6 hs

4.2.) Co-director del Proyecto:

Apellido y Nombre[7]: Balverde, Rosario

Lugar Principal de Trabajo[8]: UCES

Funciones[9]:

Coordinar agenda de trabajo con alumnos investigadores

Asignar tareas a alumnos y realizar seguimiento

Acompañar a alumnos en entrevistas

Diseñar herramientas de recogida de datos para empresas y cámaras

Dedicación[10]

6 hs

5.) Antecedentes del Equipo de Investigación:

Equipo en formación

Rosario Balverde:

2015 – 2016. Investigadora. Programa Vinculación e Innovación Tecnológica "Jorge A. Sábato 2015 – 2016. Director de proyecto. Programa Vinculación e Innovación Tecnológica "Jorge A. Sábato". Proyecto "identificación de oportunidades para el desarrollo y fortalecimiento de la cadena de valor del sector eólico argentino". Ministerio de Educación – Subsecretaría de Políticas Universitarias. Res. Ministerio de Educación 115/2015. Proyecto con sede en FSOC-UBA.

Becaria "Ramón Carrillo-Arturo Oñativia 2005", Comisión Nacional de Programas de Investigación Sanitaria (CONAPRIS), Ministerio Salud y Ambiente para Estudios Colaborativos Multicéntricos del período 15 de abril de 2005 a 15 de abril de 2006.

Elisa Soto:

2013-2014. Investigadora. El Impacto de las Patologías Psicosociales en el Mundo del Trabajo. Desarrollada en el marco del programa de investigaciones de la Fundación Iberoamericana de Seguridad y Salud Ocupacional en colaboración con la Unión Argentina de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (UART).

2012-Investigadora, recopiladora y editora de Pro-Ergo – Productividad y Ergonomía – El impacto de la Actividad Física en el mundo del trabajo. Proyecto realizado para la III edición del "Concurso Biale Massé", 2012-2013 – Iniciativa del Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires para el estudio sobre las condiciones laborales de la Provincia de Buenos Aires.

6.) Problema y Justificación

6.1 Problema

La aparición de cada nueva generación, desde los *baby boomers* a los *millennials*, ha provocado cambios en el panorama laboral y el de las empresas, pues en cada ocasión han aparecido nuevas formas de socialización, y de concebir el desarrollo de la vida personal y profesional, que han impactado en el modo en el cual se recluta y se mantiene una fuerza laboral (Sennett, 2010), pero también, la manera en la cual se elige el propio proyecto de vida (Sennett, 2006).

Si algo puede darse como constante desde la generación de la segunda posguerra al presente, es un sucesivo relajamiento de los mandatos familiares y sociales, con una contracara de una cada vez mayor individuación, lo que, traducido al ámbito de las pymes familiares, implica una pérdida de peso del mandato familiar de continuar el negocio de la familia.

En éste contexto, y partiendo de la base de que la generación de los *millennials* ya ocupa el centro de la escena laboral, resulta relevante abordar el problema de la sucesión en las pymes familiares, pues tal como hemos señalado, el norte de dicha generación se ha corrido de manera radical de los valores tradicional, poniendo entonces en cuestión, el mandato familia y, por ende, el proceso tradicional de sucesión de los cuadros directivos en las mismas

Investigar entonces los desafíos que ello plantea al desarrollo de las pymes familiares, e identificar diferentes estrategias que las mismas se dan para hacer frente a los mismos, constituye un aporte para comprender alternativas para fortalecer el management de las citadas empresas.

6. 2 Justificación

Los *millennials* o generación del milenio, hace referencia a las personas nacidas a partir de la año 1980, y hasta 1995-2001, sin que exista un acuerdo en la fecha de cierre. Las características principales de ésta generación, en relación a los *boomers* o la generación X, siendo algunos de sus rasgos:

Tecnología

Internet, el móvil, los medios sociales son herramientas naturales para estos jóvenes en su día a día: compran, hacen transacciones, comparten productos y servicios. Es una forma de vida que hace más global el mercado. Según Accenture, el 94% de los jóvenes del milenio son usuarios de la banca online y, más allá, el siete de cada 10 estadounidenses *millennials* usan los servicios móviles bancarios, según datos de la reserva federal.

Descontentos e incrédulos

Tienden a confiar menos en las personas que las generaciones anteriores: más de la mitad se declaran independientes y ya forman el grupo con mayor descontento político y religioso de los últimos 25 años. Las dificultades para encontrar un empleo y para poder independizarse han fomentado este carácter de incredulidad (realidad más presente en el primer mundo, que es esperable se empiece a desarrollar en el país).

Este escepticismo también se extiende a los bancos: encuestas recientes indican que la mitad de los pertenecientes a la generación del milenio consideran que su banco no se distingue de otros bancos. En torno al 68% de los pertenecientes a esta generación cree que, de aquí a cinco años, tanto la forma de acceder a su dinero como la forma de pagar por bienes y servicios será completamente distinta.

El mercado *millennial*

El 24% de la población tiene entre los 18 y los 34 años. Según el censo de Estados Unidos, más de 75 millones de sus residentes forman parte de esta franja de edad. En Argentina representan el 22% de la población según una encuesta de Nilsen.

Nivel educativo

Si los comparamos con otras generaciones, tienen un alto nivel de estudios de grado superior: algo más de tres de cada 10 (33,6%).

Situación social


A la generación del milenio también se le conoce por su carácter boomerang, ya que son los que han tenido que volver a casa de sus padres y están retrasando la formación de un hogar por la situación económica actual: la dificultad para encontrar un empleo y para acceder a una vivienda. En el caso de nuestro país, la característica predominante al respecto ha sido la de estirar la salida del hogar familiar.

Todos estos rasgos componen una singularidad en lo que respecta a la relación que poseen con el trabajo y en el modo en el cual éste se articula con su vida personal, abriendo en el caso de las empresas familiares, nuevos desafíos potenciales para resolver los procesos de sucesión.

7.) Marco conceptual

Existen distintas definiciones acerca de qué es una PYME. La Fundación Observatorio PyME, creada entre otros por la Unión Industrial Argentina (UIA), considera en este grupo a las empresas de entre 10 y 200 empleados, y señala que generan el 51% de los empleos, algo similar a lo que ocurre en los países de ingresos altos (57%).

En Argentina de acuerdo a lo dispuesto por la Secretaría de Emprendedores y de la Pequeña y Mediana Empresa (SEPyME) una empresa se considera micro, pequeña o mediana según una clasificación que adopta como criterio las ventas totales anuales expresadas en Pesos (\$).

SECTOR CATEGORÍA	 AGROPECUARIO	 IND. Y MINERÍA	 COMERCIO	 SERVICIOS	 CONSTRUCCIÓN
MICRO	\$ 2.000.000	\$ 7.500.000	\$ 9.000.000	\$ 2.500.000	\$ 3.500.000
PEQUEÑA	\$ 13.000.000	\$ 45.500.000	\$ 55.000.000	\$ 15.000.000	\$ 22.500.000
MEDIANA TRAMO 1	\$ 100.000.000	\$ 360.000.000	\$ 450.000.000	\$ 125.000.000	\$ 180.000.000
MEDIANA TRAMO 2	\$ 160.000.000	\$ 540.000.000	\$ 650.000.000	\$ 180.000.000	\$ 270.000.000

Cerca del 90% de las MiPyMEs argentinas son empresas familiares, que contribuyen con el 70% del empleo privado del país. Sin embargo, se estima que solo tres de cada diez logra superar la primera generación (del fundador).

Concepto de empresa familiar

Una empresa familiar implica una organización económica y social que involucra personas que comparten un parentesco y que deciden trabajar juntas más allá del vínculo familiar. La condición es que la propiedad y dirección o la mayor parte de la misma esté en manos de una persona o un conjunto de personas que estén unidos por lazos de familia.

Las empresas familiares constituyen la confluencia de dos realidades distintas con características particulares; la que teje los vínculos más estrechos; la familia y aquella que involucra el mundo del trabajo. Esta confluencia conforma, como señala Ginebra (2005) una peculiar forma de emprender y de dirigir empresas de negocios. Se involucran dos "sistemas", que confieren notas específicas a este tipo de instituciones. Ello tanto en relación a su dirección como a su operación y en función de ello la posibilidad de mantener una continuidad a través de las generaciones.

Características de los Millennials

Un aspecto relevante acerca de esta generación es que tienen una concepción muy diferente entre trabajo y familia. En su artículo para el libro, *Reinventar la empresa en la era digital*, Stewart Friedman, doctor por la Universidad de Michigan; plantea un cambio de escenario: los millennials son una generación en la que tanto varones como mujeres, de forma proporcional, están renunciando a la paternidad y a la maternidad respectivamente.

Por otro lado, quieren un trabajo que les satisfaga pero en el que no falte la flexibilidad de condiciones. Son una generación que no concibe una vida plena fuera del trabajo sin la posibilidad de manejar y distribuir el tiempo a su ritmo.

El tiempo, es una variable de época que se sincroniza a la lógica de los millennials. Tal como señala Bauman (2007) retomando una metáfora de Michel Maffesoli, esta generación incorpora la idea del "tiempo puntillista". Esta imagen presenta al tiempo fragmentado, en lo que él denomina paradójicamente "instantes eternos" que llevan a que tanto el pasado como el futuro pierden sentido para dar espacio sólo a las posibilidades de disfrutar un presente eterno.

Para los millennials el apuro no es adquirir y acumular sino eliminar y reemplazar. Un aspecto sustancial para la lógica con la cual se pretende manejar el negocio y la posible rentabilidad del mismo. Ganar dinero sí, pero con el menor esfuerzo y sin que ello entorpezca el llevar una vida relajada. La historia de generaciones anteriores de trabajar de "sol a sol" queda como un rasgo anecdótico y ajeno para estos jóvenes.

El valor supremo y característico de una sociedad de consumidores, de la cual los millennials son protagonistas, es una vida feliz aquí y ahora.

La relación de esta generación con el dinero también es completamente distinta, en los '80 imperaba una "codicia positiva", en los '90 prevaleció la "financiarización" de la economía y "el hacerse millonario joven" es más de los '00. En la actualidad la nueva generación prefiere emprender, hacer lo que le apasiona y pensar en el dinero más adelante, aunque ello implique seguir viviendo en la casa de los padres hasta una edad avanzada y no disponer de ingresos "estables", que era justamente una de las prioridades de sus antecesores.

Los millennials son jóvenes pragmáticos y realistas que valoran sus diferencias y capacidades individuales y tratan de expresarlas de maneras divertidas y personalizadas.

El proceso de socialización un factor clave

La socialización es el proceso de construcción de la subjetividad. Es la forma en que la sociedad, a través de distintas instituciones; familia, escuela, trabajo entre otras opera en el individuo dotándolo de todo el bagaje, material y simbólico, necesarios para que se pueda integrar socialmente.

Según señala; E. Tenti Fanfani en la definición del concepto explica que las sociedades contemporáneas experimentan cambios tan vertiginosos que vienen a complicar el modelo explicativo de la socialización más clásico que concibe un individuo pasivo, atravesado por la lógica de la sociedad que es la que lo moldea. Los profundos cambios de las instituciones y las relaciones sociales le imprimen una dosis creciente de complejidad y dificultad al difícil arte de construir subjetividades como identifica el autor al proceso mediante el cual el individuo incorpora ese mundo exterior llamado sociedad.

En el caso de esta generación; los millennials, los cambios en el proceso de socialización revelan indicios de cuáles pueden ser las posibles causas del conjunto de rasgos que los identifican. Ser desestructurados, con la instantaneidad como variable temporal y elegir su trabajo en función de lo que priorizan en su vida personal. Adherir a la diversidad, a priorizar la búsqueda de su satisfacción personal y que todas sus acciones y relaciones estén mediadas por un dispositivo tecnológico son algunas de las características que identifican a esta generación. Sin embargo, ello no es producto de una fatalidad, sino que, tal como señala Mills, un individuo conforma su biografía localizado en un época y en este caso, los millennials experimentaron una socialización primaria en un contexto histórico que propició y reforzó esos rasgos.

Pau Miret, sociólogo e investigador del Centro de Estudios Demográficos de la Universidad Autónoma de Barcelona, se remonta a la infancia de esta generación de jóvenes para encontrar una explicación a su personalidad. El especialista explica que han tenido una infancia fácil, ligada a un período de expansión económica, lo que les convierte en personas especialmente mal preparadas para la crisis. Han vivido muy dependientes de la familia y, ahora, se encuentran con que han desaparecido todas las prebendas que ellos creían que iban a tener como jóvenes.

8.) Objetivos

8.1. Objetivos generales

Caracterizar el comportamiento de la generación millennials respecto del proceso de recambio generacional en pymes familiares.

8.2.) Objetivos específicos

1. Identificar los rasgos y características sociales y demográficas de los millennials en Argentina -con énfasis en el área metropolitana de Buenos Aires- y su universo en relación a las pymes familiares.
2. Identificar y caracterizar las principales pautas de socialización de los millennials del A.M.B.A. a partir de estudios disponibles
3. Identificar dentro del universo de las pymes familiares cuáles de ellas están ante el desafío de encarar un proceso sucesorio que involucre a millennials.
4. Identificar estrategias adoptadas por las pymes familiares para la sucesión.

9.) Hipótesis

No se cuenta con una hipótesis ya que la investigación reviste un carácter exploratorio.

10.) Metodología

La investigación reviste carácter exploratorio, que se realizará desde una aproximación cualitativa.

El trabajo de campo consistirá en el relevamiento de datos cuantitativos referidos al número de empresas familiares que existen en el país y al sector productivo al que pertenecen, de modo de caracterizar el universo sobre el cual se realizará el recorte para el estudio cualitativo.

Para ello se recurrirá a información de organismos públicos relacionados con el sector; como la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa (SEPyME) e IGJ (Inspección General de Justicia); así como a asociaciones que nuclean a pymes familiares tales como el Club Argentino de Negocios de Familia (CANF) y el Instituto de Empresa Familiar y Economía Sostenible (EFESO).

Sobre la base de determinar el tiempo promedio de existencia de la empresa familiar y cuántas generaciones pasaron desde su creación para el caso de las pymes del país, se procederá a seleccionar casos que resulten ilustrativos y que se enfrenten o hayan enfrentado el problema de la sucesión con millennials.

Se realizarán entrevistas en profundidad en ocho empresas seleccionadas, en un único sector o eventualmente dos, buscándose también entrevistar a un representante de una cámara de los sectores seleccionados.

11.) Cronograma

ACTIVIDAD	MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.1 Identificar, leer y analizar estudios disponibles sobre características sociales de los millennials	■	■										
1. 2 Analizar fuentes estadísticas nacionales (INDEC) para cuantificar millennials en área metropolitana de Buenos Aires (AMBA)		■										
1.3 Analizar fuentes estadísticas disponibles para identificar cantidad de pymes familiares en AMBA		■										
1.4 Realizar una cuantificación aproximada de millennials trabajando en pymes familiares			■									
2. 1 Identificar, leer y sistematizar principales enfoques bibliográficos sobre procesos de socialización con aproximaciones generacionales		■	■									
2. 2 Identificar estudios sobre proceso socialización de millennials en Argentina y el AMBA		■	■									
2. 3 Construir línea de tiempo histórica de socialización de millennials en Argentina en relación al primer mundo	■	■	■									
2. 4 Identificar especificidad del proceso de socialización y/o comportamientos de millennials en Argentina en relación al primer mundo en base a divergencias en los contextos históricos				■								
3. 1 Identificar fuentes estadísticas existentes en SEPYPME e IGJ				■	■							
3. 2 Construir herramientas para cuantificación de universo pyme en AMBA						■	■					
3. 3 Elaborar cuantificación							■					
4. 1 Elaborar herramienta de análisis de pymes y cámaras y seleccionar casos								■				
4.2 Realizar entrevistas y/o estudios								■	■	■		
4. 3 Procesar entrevistas y/o estudios									■	■	■	
5. 1 Elaborar informe final											■	■
5. 2 Presentar resultados											■	■

12.) Resultados Esperados

12.1.) Aportes científicos

Documentos de trabajo: Publicación en la revista de UCES (EDITUCES)

Artículos con referato.

Capítulos de Libros:

Libros:

Traducciones:

Conferencias Científicas: Presentación de la investigación en las redes de conocimiento en las que participa la UCES, presentación de la investigación en el marco de las Jornadas de Sociología 2017, FSOC, UBA, presentación en las 3º Jornadas de Sociología y Pre-Alas 2017, Mendoza.

12.2.) Vinculación y Transferencia[11]

Viculación con el sector productivo:

Empresas a entrevistar del sector Servicios.

Vinculación con la sociedad civil:

Cámaras sectoriales / CAME / Club Argentino de Negocios de Familia/Instituto Familiar y Economía Sostenible (EFESO).

Vinculación con el Estado (Nacional, provincial, local):

SEPYME

Otros tipos de vinculaciones:

12.3.) Mediación del conocimiento

Cursos de Capacitación:

Conferencias:

Presentaciones a encuentros, jornadas y congresos para difundir la producción de conocimiento de la investigación.

Trabajo de consultoría:

Asesoramiento especializado:

12.4.) Otros.

13.) Investigadores[12]:

13.1.) Seniors

Apellido y Nombre:

Grado Académico:

Principal actividad laboral:

Dedicación al proyecto:

13.2.) Juniors

Apellido y Nombre:

Soto, Elisa

Grado Académico:

Universitario

Principal actividad laboral:

Docencia universitaria

Dedicación al proyecto:

Parcial

Apellido y Nombre: Balverde, Rosario

Grado Académico: Universitario

Principal actividad laboral: Docencia universitaria

Dedicación al proyecto: Parcial

13.3.) Alumnos asistentes de Investigación.

Apellido y Nombre:

(A completar oportunamente)

Breve descripción de las tareas que se asignarán:

En este proyecto se invitará a participar a estudiantes que cursan la materia Sociología, ofertada a lo largo de los dos cuatrimestres del año próximo.

14.) Bibliografía

- Bauman, Z. 2002. *Modernidad Líquida*. España. Fondo de Cultura Económica de España.
- Berger, P. y Luckman, T. 1995. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires. Amorrortu.
- Cuesta, E., Ibáñez, M., Tagliabue, R., Zangaro, M., *La Nueva Generación y el Trabajo*, Artículo académico. Barbarói. Santa Cruz do Sul, N°. 31, ago./dez. 2009.
- Cuesta, M. et al. "El impacto de la Generación Millennial en el mundo laboral: un estudio exploratorio". Nova Tesis, Buenos Aires, N°. 10, p. 75-95, 2008.
- Encuesta Deloitte 2015. Generación del Milenio. Resumen Ejecutivo.
- Ginebra, J. 2005. *Las Empresas Familiares. Su dirección y continuidad*. México. Panorama Editorial.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. 2010. *Metodología de la investigación*. México DF. Mc Graw Hill.
- Lara Pulido, G., Colín, G. *Sociedad de Consumo y Cultura Consumista*. Nueva Época. N.º 55. Año 20. Sep/Dic. 2007.
- Mills, W. 2003. *La Imaginación Sociológica*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Reyes, Román. 2009. *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales*. Madrid. Universidad Complutense de Madrid.
- Romero, L.E. 2005. *La Historia Empresarial y las empresas familiares: un diálogo fructífero*. Seminario de Historia Empresarial. Bogotá. Universidad Central.
- Sennett, R. 2006. *La cultura del nuevo capitalismo*. Barcelona. Editorial Anagrama.
- Sennett, R. 2010. *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona. Editorial Anagrama.

- [1] Se refiere además de UCES:
- [2] Nombre si es una entidad científica o Razón Social si se refiere a una empresa.
- [3] Anexar CV actualizado
- [4] En función de las horas semanales dedicadas.
- [5] Se refiere a las funciones que desarrollará para monitorear, dirigir y evaluar la marcha del Programa.
- [6] Expresado en Horas Semanales dedicadas a la labor de gestionar el Programa.
- [7] Anexar CV actualizado
- [8] En función de las horas semanales dedicadas.
- [9] Se refiere a las funciones que desarrollará para monitorear, dirigir y evaluar la marcha del Programa.
- [10] Expresado en Horas Semanales dedicadas a la labor de gestionar el Programa.
- [11] Indicar el nombre de la entidad destinataria de la transferencia y el tipo de relación formal que habría que tramitar para concretar el vínculo
- [12] Anexar CV (máximo cuatro folios) para cada uno de ellos.