

CAPÍTULO 8

EMPODERAMIENTO DE LOS JÓVENES Y CRECIMIENTO SOSTENIBLE

Contribución del Centro de Comercio Internacional

Resumen: El empoderamiento económico de los jóvenes está vinculado al futuro de las pequeñas y medianas empresas (pymes). En este capítulo se analiza el papel que desempeñan unas pymes competitivas en el plano internacional en la creación de empleo para los jóvenes y se examina la forma en que, mejorando las aptitudes profesionales de los jóvenes y potenciando la innovación, se promueve la capacidad de exportación de las pymes. Los datos a nivel de empresa demuestran que el acceso a la financiación resulta más difícil para las empresas lideradas por jóvenes que para las lideradas por personas de más edad. La conclusión a la que se llega en este capítulo es que los programas de Ayuda para el Comercio que amplían el acceso de los empresarios jóvenes a los servicios financieros y mejoran las aptitudes de los jóvenes contribuyen a fomentar la competitividad comercial de las pymes y, al mismo tiempo, ayudan a la gente joven a encontrar empleo remunerado.

INTRODUCCIÓN

La cuestión de si el comercio contribuye al crecimiento inclusivo -y de qué manera- sigue ocupando un lugar destacado en la agenda de políticas. Décadas de liberalización del comercio han ayudado a reducir la pobreza, pero en muchos países han ido acompañadas de una brecha cada vez más profunda entre ricos y pobres (Draper, 2017; OCDE, 2015; Winters y Martuscelli, 2014). Aunque las economías están cada vez más interconectadas, el crecimiento del comercio mundial parece haberse estancado (OMC, 2019).

Esto ha llevado a algunas personas a cuestionar la capacidad del comercio para redundar en beneficio de todos. Unas políticas que fomenten la participación de las mujeres, los jóvenes y otros grupos marginados en el comercio mundial pueden hacer que el comercio sea más inclusivo y promover el empoderamiento económico.

Hoy día es especialmente importante prestar más atención a los jóvenes en el comercio, dado que en muchos países en desarrollo estos representan un porcentaje elevado y creciente de la población. En todo el mundo hay 1.200 millones de jóvenes de 15 a 24 años de edad (DAES, 2015), aunque 66 millones de hombres y mujeres jóvenes están desempleados y 145 millones trabajan, pero son pobres (ITC, 2019a). Los jóvenes son tres veces más propensos que los adultos a estar desempleados (OIT, 2017), lo que puede provocar presiones migratorias.

Al mismo tiempo, las pequeñas y medianas empresas (pymes) se ven en apuros para encontrar a los trabajadores cualificados que necesitan para ser competitivas y comerciar. Aunque las pymes generan más de la tercera parte del producto interno bruto (PIB) de los países en desarrollo, el déficit de personal cualificado restringe su capacidad para cambiar, competir y conectarse con mercados clave.

Los problemas gemelos del desempleo juvenil y la competitividad de las pymes pueden y deben resolverse juntos. El empoderamiento económico de los jóvenes constituye un objetivo por sí mismo: de hecho, el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 8 insta a la comunidad internacional a proporcionar a los jóvenes “empleo pleno y productivo y trabajo decente”.

Los jóvenes se sienten empoderados económicamente cuando tienen un trabajo bien remunerado e interesante. Esto es más probable que ocurra si las empresas son competitivas y contratan a personas jóvenes. En los países en desarrollo, las pymes generan la mayoría de los puestos de trabajo, por lo que reúnen las condiciones adecuadas para contratar a jóvenes locales y proporcionarles formación y experiencia en el empleo que pueden ser la puerta de entrada a una carrera profesional. De hecho, el ODS 8 subraya que el crecimiento de las pymes es esencial para el desarrollo sostenible. Pero, para crecer y poder contratar en la economía globalizada actual, las pequeñas empresas deben aumentar su competitividad y el atractivo que ejercen en los jóvenes como opción profesional viable.

En este capítulo examinamos las conexiones entre el empoderamiento económico de los jóvenes y la competitividad internacional de las pequeñas empresas. Constatamos que los objetivos del empoderamiento económico de los jóvenes y de la competitividad de las pymes son sinérgicos, es decir, que la relación es de doble sentido. Una mejor capacitación de los jóvenes y una mayor innovación promueven la competitividad y las exportaciones de las pymes, y unas pymes competitivas en el plano internacional generan más y mejores puestos de trabajo para los jóvenes. Además, analizamos las características de los programas de empoderamiento económico de los jóvenes que son fundamentales para ayudarlos a encontrar empleo remunerado en pequeñas empresas, como trabajadores o empresarios.

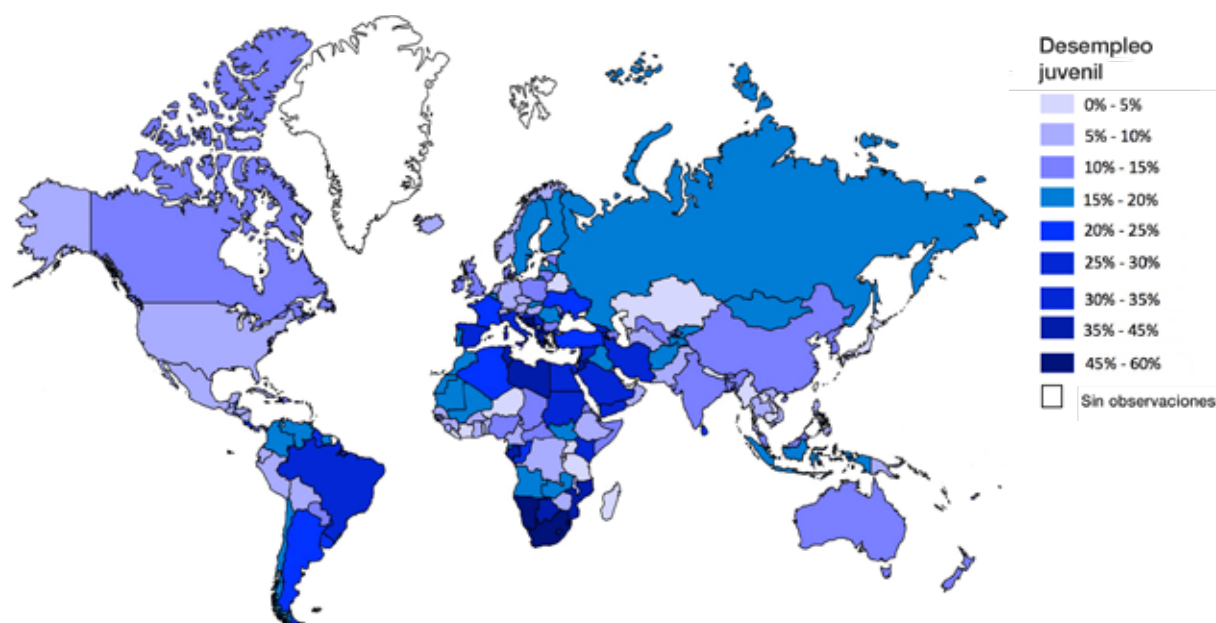
CAPACITAR A LOS JÓVENES PARA TRABAJAR EN EMPRESAS EXPORTADORAS

La formación y las aptitudes profesionales son importantes para el desarrollo de los jóvenes e influyen en los resultados económicos y sociales. En las publicaciones sobre economía, el concepto de capital humano de una persona abarca la capacidad, la enseñanza institucionalizada y los títulos de aptitud (ya sean universitarios o profesionales), así como los conocimientos especializados, las competencias y la experiencia laboral (Blundell *et al.*, 1999). El capital humano de los jóvenes reviste especial importancia, dada la función que estos desempeñan y desempeñarán en el futuro en las economías nacionales.

Una de cada tres personas en el mundo tiene menos de 25 años (Khokhar, s. f.). Cuando las tasas de mortalidad infantil disminuyen pero las tasas de fecundidad siguen siendo altas, el resultado es la denominada “burbuja juvenil”: una elevada proporción de población joven en un país. En los 48 países menos adelantados del mundo, los niños y adolescentes constituyen la mayoría de la población (Gupta *et al.*, 2014). En cambio, en los países desarrollados, el grupo de edad de 15 a 29 años representa una proporción menor de la población: siete puntos porcentuales menos, para ser exactos (Yifu Lin, 2012). En 2014, ese aumento de la población joven comportó que el 90% de las personas de edades comprendidas entre 10 y 24 años vivieran en países en desarrollo (Gupta *et al.*, 2014).

Cuando el número creciente de jóvenes encuentra empleos de calidad y consigue un ingreso decente, la sociedad en su conjunto se beneficia de lo que se conoce como “dividendo demográfico”. En muchos casos, sin embargo, ese dividendo no se ha hecho realidad.

Gráfico 8.1. Tasas de desempleo juvenil en los distintos países



Nota: Desempleo juvenil total (% de la población activa total entre 15 y 24 años de edad) (estimación basada en modelos de la OIT). Por desempleo juvenil se entiende la proporción de la población activa de entre 15 y 24 años sin trabajo, pero disponible y en busca de empleo. Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican juicio alguno del Centro de Comercio Internacional sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

Fuente: Indicadores de desarrollo del Banco Mundial, extraídos de ILOSTAT, base de datos de la Organización Internacional del Trabajo. Datos extraídos en septiembre de 2018.

StatLink  <http://dx.doi.org/10.1787/888933953831>

En Oriente Medio y África del Norte, por ejemplo, alrededor del 25% de los jóvenes carece de empleo (Purfield *et al.*, 2018) y las tasas de desempleo juvenil de dos dígitos son habituales en el mundo en desarrollo (véase el gráfico 8.1). La Organización Internacional del Trabajo calcula que, en todo el mundo, el 13% de los jóvenes de 15 a 24 años está desempleado (O'Higgins, 2017).

Incluso cuando los jóvenes tienen trabajo, puede tratarse de empleo de escasa calidad, mal remunerado, con muchas horas de trabajo o en condiciones precarias. Los largos períodos de desempleo y subempleo pueden perjudicar permanentemente las perspectivas profesionales a largo plazo de una persona (Pikoko y Phiri, 2018; Weidenkaff, 2018).

Los estudios ponen de relieve los riesgos que plantea el gran número de jóvenes desempleados y subempleados. La insatisfacción de los jóvenes desempleados puede desembocar en disturbios sociales e inestabilidad política (Banco Mundial, 2011). Los jóvenes -definidos en este artículo, a menos que se indique otra cosa, como las personas de 15 a 24 años de edad- tienen más probabilidades de emigrar si no encuentran trabajo local, lo que repercute tanto en su país de origen como en el de destino (Fernando, 2018).

De aquí a 2028 habrá necesidad de unos 600 millones de puestos de trabajo para absorber el número actual de desempleados en todo el mundo (Banco Mundial, 2012) y para ofrecer oportunidades de empleo a los 40 millones de personas -jóvenes en su mayoría- que se incorporan al mercado laboral cada año (OIT, 2012). La magnitud y la importancia de este desafío se han puesto de manifiesto en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en la que se insta a la comunidad internacional a “reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación” (meta 6 del ODS 8). Por tanto, abordar el desempleo y el subempleo juvenil es crucial para fomentar el crecimiento a largo plazo y evitar consecuencias sociales perjudiciales.

Las pequeñas empresas tienen una función clave que desempeñar

Las pymes tienen un gran potencial de creación de puestos de trabajo para los jóvenes de los países en desarrollo. Son la piedra angular de la mayoría de las economías. Las pymes dan trabajo a más del 70% de la mano de obra de un país, representan el 35% del PIB y generan el 34% de las exportaciones (OMC, 2016). En los países en desarrollo, estas empresas tienden a dar empleo a los segmentos más pobres y vulnerables de la sociedad (ITC, 2015a).

Las pequeñas empresas de las economías en desarrollo contratan a un número considerable de jóvenes. Los datos de las encuestas de competitividad de las pymes del ITC en nueve países en desarrollo indican que uno de cada cuatro empleados de esas empresas tiene entre 18 y 24 años¹. Además, las pymes ofrecen oportunidades importantes para absorber el aumento de la población juvenil y transformarlo en dividendos.

Las aptitudes de los jóvenes pueden ayudar a las empresas a globalizarse

Ahora bien, las pymes padecen un grave déficit de personal cualificado que les impide contratar a jóvenes y aumentar su competitividad. La globalización y el comercio ofrecen nuevas oportunidades de mercado, pero también han aumentado la presión competitiva sobre las empresas. Los trabajadores deben poseer unos conocimientos y atributos personales que respondan a las necesidades de empleo, y comprender lo que se necesita para desempeñar un determinado trabajo (Bacchetta *et al.*, 2017:27); todo ello influye en la capacidad de una empresa para cumplir los requisitos en materia de costos, volumen y plazos y favorecer así la competitividad.

El capital humano puede ser especialmente importante en entornos económicos dinámicos, donde la evolución tecnológica es rápida y cambiante. En este caso, un mayor capital humano puede estimular la difusión tecnológica tanto en la empresa como en la economía en general, promoviendo el crecimiento económico (Barro, 1991). Este aspecto guarda relación con el hecho de que una mano de obra cualificada puede ayudar a una empresa a adelantarse y adaptarse a los cambios que se produzcan en el entorno empresarial (Woessmann, 2011).

Las inversiones en capital humano, como la formación anterior al servicio y la instrucción en el servicio, aumentan la productividad de las pymes (Miller y Upadhyay, 2000; Vandenberg y Trinh, 2016) y contribuyen a su competitividad internacional. Los efectos que tiene en la productividad y la competitividad pueden ayudar a explicar por qué el capital humano es un determinante importante del crecimiento económico (Woessmann, 2011).

Algunos estudios apuntan a la existencia de una importante relación positiva entre el nivel de capital humano de las pymes y su propensión a internacionalizarse (Onkelinx *et al.*, 2015). Las empresas con trabajadores más cualificados están acaso en mejores condiciones para adaptar sus bienes y tecnologías al entorno económico nacional, facilitando la diversificación económica del país y posibilitando las exportaciones de productos adaptados a los países vecinos (Bacchetta *et al.*, 2017; ITC, 2017a). Unos niveles de capital humano más altos están vinculados empíricamente a un aumento de las tasas de diversificación de las exportaciones (Cadot *et al.*, 2011).

Los trabajadores con instrucción y formación pueden aportar a las empresas de los países en desarrollo los medios necesarios para mejorar su posición en las cadenas de valor mundiales, ayudándolas, por ejemplo, a cumplir las normas de calidad de los clientes extranjeros (Jansen y Lanz, 2013). Además, la internacionalización puede requerir aptitudes interpersonales, como conocimientos lingüísticos, de presentación y de comunicación (CEDEFOP, 2010).

Invertir en la capacitación de los jóvenes es una estrategia prometedora para impulsar el capital humano y favorecer así el comercio. En muchos países en desarrollo hay gran número de jóvenes desempleados o subempleados que podrían estar capacitados para responder a las necesidades futuras del mercado de trabajo. Como se ha señalado anteriormente, los Objetivos de Desarrollo Sostenible hacen hincapié en la conexión entre las aptitudes profesionales de los jóvenes y el empleo. En el ODS 4.4, por ejemplo, se insta a aumentar considerablemente el número de jóvenes que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para promover el empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.

En su respuesta al cuestionario conjunto OCDE-OMC de vigilancia de la Ayuda para el Comercio 2019, el Gobierno de Papua Nueva Guinea destacó las dificultades con que se enfrentan sus jóvenes para conseguir empleo después de la graduación y la necesidad de dotarlos de las aptitudes profesionales necesarias para fomentar su participación en la economía. La inversión en capacitación y formación de los jóvenes arroja beneficios evidentes a largo plazo en lo que se refiere al aumento de la productividad de los empleados.

El déficit de personal cualificado y los desajustes entre la oferta y la demanda de aptitudes frenan el empleo

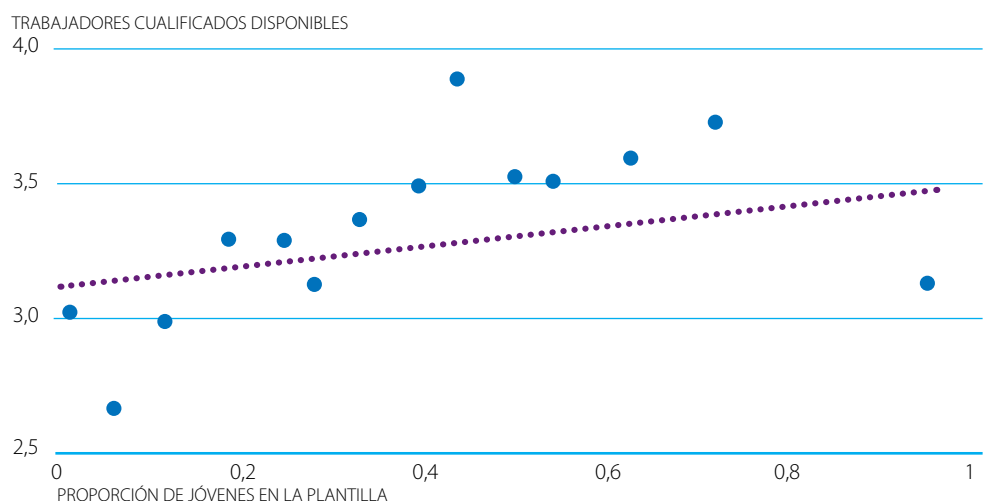
Empleadores tanto de países desarrollados como de países en desarrollo se quejan de la dificultad para encontrar trabajadores con las aptitudes que necesitan. En Europa, aproximadamente 4 de cada 10 empresas declaran tener problemas de este tipo. En el Perú y Colombia, alrededor del 30% de los empleadores dicen que es difícil cubrir las vacantes. Cifras parecidas o incluso más altas se dan en otras partes del mundo en desarrollo, como Panamá (40%), México (40%), la India (60%) y el Brasil (70%) (Foro Económico Mundial, 2014).

Los desajustes entre la oferta y la demanda de aptitudes se producen normalmente cuando los conocimientos impartidos por las instituciones educativas no se ajustan a la demanda del mercado laboral. Esta es una causa bien conocida de ineficiencia económica (Jansen y Lanz, 2013) que tiene costos económicos y sociales considerables, en particular, el desempleo juvenil.

Las pymes incapaces de encontrar empleados dotados de las aptitudes que necesitan puede que acaben contratando menos trabajadores, en particular, jóvenes. Por el contrario, las empresas que consiguen encontrar a jóvenes u otros solicitantes de empleo con las aptitudes adecuadas tienen más probabilidades de contratarlos. De hecho, los datos de las encuestas de empresas sugieren que las empresas que más valoran la disponibilidad de personal cualificado tienden a contratar a más trabajadores jóvenes (véase el gráfico 8.2).

Cuando las aptitudes no coinciden con la demanda, puede ocurrir que las empresas contraten personal carente de la debida preparación. De hecho, uno de cada cuatro adultos encuestados en los países de la OCDE informa de un desajuste entre las aptitudes que posee y las que necesita para hacer su trabajo (Foro Económico Mundial, 2017). En una encuesta realizada en seis países en desarrollo, alrededor del 28% de los administradores de empresas declararon que el conjunto de aptitudes de su fuerza laboral no se ajustaba a las necesidades de la compañía.²

Gráfico 8.2. Déficit de personal cualificado y empleo juvenil en las pymes



Nota: Respuesta de la empresa a la pregunta: “Puntúe la disponibilidad de trabajadores cualificados para ser contratados”. Las opciones eran: 0 = escasez de trabajadores cualificados, 1, 2, 3, 4 y 5 = gran número de trabajadores cualificados. El eje x mide el porcentaje de empleados a tiempo completo menores de 25 años. La relación entre las dos variables es el resultado de un diagrama de dispersión agrupado.³ En total, en 2017 y 2018 respondieron a la encuesta 1.784 empresas de Ghana, Kenya, Santa Lucía, Ucrania y Zambia.

Fuente: Encuesta del ITC sobre la competitividad de las pymes.

Es probable que las deficiencias en la combinación de aptitudes disponibles en el mercado laboral afecten de manera desproporcionada a las pymes, ya que estas disponen de recursos muy limitados para invertir en formación. Los datos de la encuesta del ITC indican que más de la mitad de las grandes empresas de Gambia ofrecen formación interna, mientras que entre las microempresas y pequeñas empresas ese porcentaje es tan solo del 38% y entre las medianas empresas, del 33% (ITC, 2018a). Esta situación es parecida a la de algunos países de la OCDE, donde las pymes ofrecen menos formación que las grandes empresas (Almeida *et al.*, 2012; Green y Martínez-Solano, 2011; Kubisz, 2011).

Dotar a los jóvenes de las aptitudes adecuadas

Garantizar que los jóvenes tengan una formación acorde con las necesidades de la fuerza de trabajo puede ayudar a evitar los desajustes entre la oferta y la demanda de aptitudes y la consiguiente falta de preparación de los empleados. En gran parte, los análisis se centran en hallar formas eficaces de empoderar a los jóvenes proporcionándoles las aptitudes que las pymes necesitan para internacionalizarse.

La asistencia oficial para el desarrollo ha contribuido a subsanar el déficit de personal cualificado con el fin de promover la capacidad comercial de las empresas. Sin embargo, las definiciones actuales de la Ayuda para el Comercio excluyen la prestación de apoyo a las aptitudes técnicas y profesionales, así como los programas de fomento de la iniciativa empresarial. Por este motivo, la asistencia destinada a mejorar las aptitudes de los jóvenes para el comercio no se contabiliza entre las medidas multilaterales de Ayuda para el Comercio.

Recuadro 8.1. Desarrollo de las aptitudes profesionales para el turismo en Myanmar: estudio práctico del programa STED de la OIT

En 2017, la Organización Internacional del Trabajo colaboró con el Gobierno de Myanmar para evaluar las necesidades futuras de aptitudes del sector del turismo. El programa de asistencia técnica de la OIT Competencias para el Comercio y la Diversificación Económica (Skills for Trade and Economic Diversification – STED) proporcionó las orientaciones estratégicas para evaluar las necesidades de desarrollo de competencias. Gracias a esta metodología es posible prever las oportunidades de crecimiento sectorial tomando como base la posición competitiva global y el desarrollo del mercado. El programa STED, junto con un análisis de la oferta y la demanda de aptitudes, permite detectar las carencias de cualificaciones actuales y futuras y promueve la formación de las aptitudes que el mercado laboral necesita, evitando así el desajuste de las competencias y el desempleo entre los jóvenes.

El programa STED se utilizó para llevar a cabo un análisis en profundidad del sector turístico y trazar un panorama con el fin de evaluar su trayectoria de crecimiento y las limitaciones de desarrollo empresarial con que se enfrentan los guías turísticos. Estos resultados se utilizaron para realizar una previsión del número de guías turísticos que se necesitarían en el futuro y determinar las deficiencias existentes en el conjunto de competencias técnicas existentes.

El proyecto puso de relieve la necesidad de formación sobre cómo prestar un servicio de calidad al cliente, organizar y gestionar grupos de personas grandes y pequeños, utilizar los medios de comunicación social y otras tecnologías, y aplicar las normas de calidad y de turismo sostenible. Además, permitió detectar una brecha entre la formación de guías turísticos ofrecida por el Gobierno y lo que el sector necesita desde el punto de vista del plan de estudios y de la especialización, por ejemplo, en interpretación cultural, patrimonio e historia.

Una de las recomendaciones del proyecto fue un llamamiento al Gobierno para que siguiera elaborando políticas para el sector de los guías turísticos. También se sugirió que el establecimiento conjunto de mecanismos entre el sector público y el privado podía facilitar el intercambio de conocimientos e impresiones entre los trabajadores del sector y los encargados de formular las políticas, para que los guías turísticos de Myanmar recibieran una formación profesional adecuada.

Fuente: Steve Noakes, Paul Rogers, M^a Concepción Sardaña, Qingrui Huang y Sandar Win. 2016. *Skills for Trade and Economic Diversification: Tourist Guides Sector*, Myanmar. Ginebra: OIT.

Las iniciativas para hacer frente al déficit de personal cualificado han facilitado las consultas entre las partes interesadas públicas y privadas. Esta colaboración puede servir para crear soluciones con las que abordar los desajustes entre la oferta y la demanda de aptitudes y la implementación de programas de apoyo a la formación técnica y profesional de los jóvenes que sean acordes con la demanda del mercado.

Impartir conocimientos básicos puede ser una contribución importante de esos programas. La capacitación en tecnologías de la información y las comunicaciones puede ayudar a los jóvenes a conseguir empleo y tener éxito como empresarios (Coward *et al.*, 2014). Además, los conocimientos financieros y la capacitación en aptitudes para la vida activa pueden ayudar a los jóvenes a prepararse para afrontar las nuevas oportunidades económicas.

Crear asociaciones eficaces

Las asociaciones entre el sector privado, el Gobierno y las instituciones educativas locales son fundamentales para mejorar y reciclar las aptitudes profesionales. Los programas de aprendizaje son más eficaces cuando en ellos participan todas las partes interesadas, y los modelos cofinanciados ofrecen un gran potencial. Estos modelos son habituales en los sistemas de enseñanza profesional que obtienen buenos resultados, como el de Alemania (ITC, 2018b). Los programas de Ayuda para el Comercio que fortalecen la capacidad de las instituciones de enseñanza y formación técnica y profesional para satisfacer las necesidades de la industria han permitido documentar efectos positivos apreciables en el empleo juvenil (Tripney *et al.*, 2013).

Sin embargo, la creación de asociaciones público-privadas sostenibles para fomentar la enseñanza y la formación profesional no es una tarea sencilla. Por ejemplo, en los países que carecen de los mecanismos históricos e institucionales pertinentes ha sido difícil reproducir los sistemas de aprendizaje que dan buenos resultados.

Vincular los programas de formación con los servicios de inserción laboral

Los mecanismos formales de colaboración entre las empresas privadas y las instituciones docentes contribuyen a garantizar que la formación conduzca realmente al empleo. Gracias a los vínculos informativos y operativos entre las instituciones de enseñanza y formación técnica y profesional y la industria, el sector privado contribuye a diseñar cursos de formación juvenil adaptada a las necesidades del mercado. Esto significa que, mediante los enfoques sectoriales, de aptitudes y tecnológicos de los programas de formación, es posible dotar a los graduados de las capacidades que las empresas buscan a la hora de contratar.

El riesgo de desajuste entre la formación y el mercado laboral puede reducirse al mínimo, por ejemplo, mejorando el diseño de los programas (Fundación MasterCard, 2015). El Fondo de Capacitación para el Empleo Juvenil (*Skills for Youth Employment Fund*) es un sistema de financiación competitivo y basado en los resultados que tiene por objeto facilitar la transición de los programas de formación profesional al mundo del trabajo. Para obtener apoyo a través del fondo, que el ITC y la Autoridad Nacional de Acreditación y Garantía de la Calidad de Gambia pusieron en marcha en febrero de 2017, los programas de formación deben tratar de subsanar los déficits de personal cualificado detectados y ayudar a conseguir un empleo o a establecer pequeñas empresas viables. Para ello es necesario que las instituciones de enseñanza y formación técnica y profesional participantes colaboren estrechamente con la industria para garantizar un empleo después del período de formación y comprendan el potencial y las oportunidades de las empresas emergentes. Además, a fin de vincular estos programas a resultados cuantificables, una parte de la financiación se otorga únicamente cuando se demuestra que los alumnos han conseguido empleo, por cuenta propia o ajena.

Adaptar los programas de capacitación para que sean inclusivos

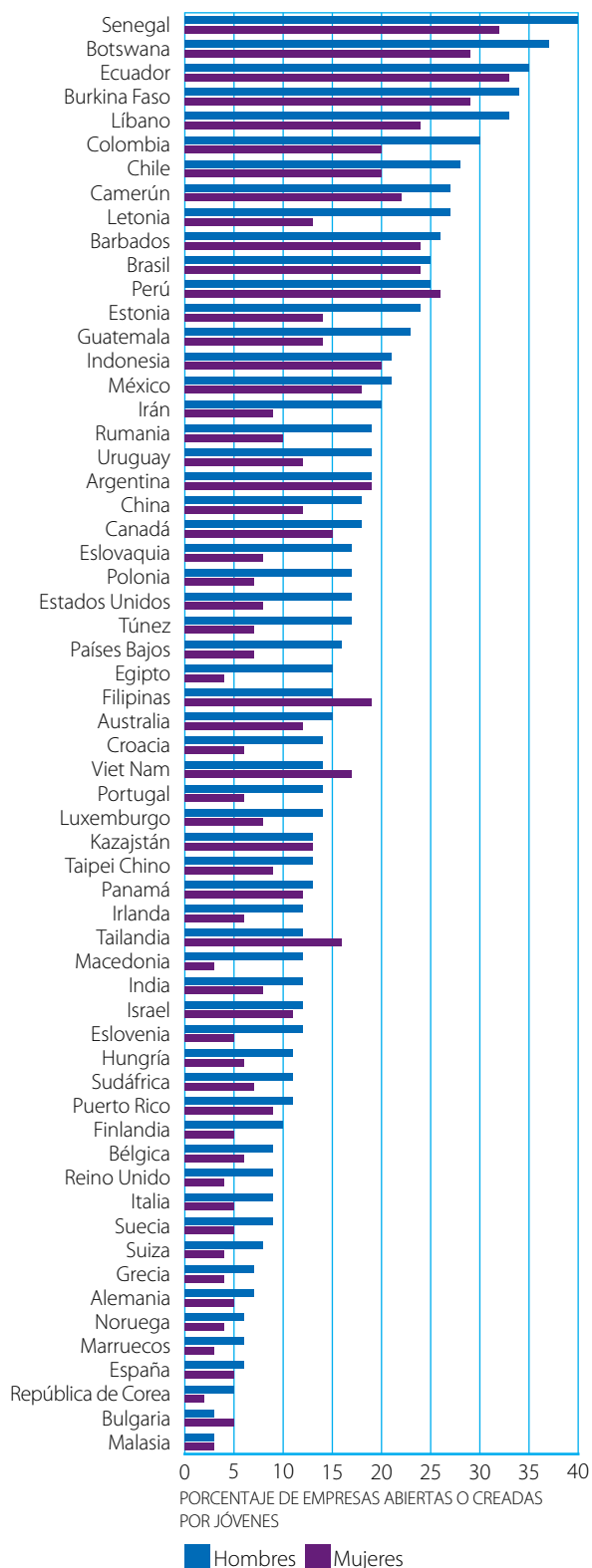
No todo el mundo tiene a su alcance oportunidades de desarrollar sus aptitudes. Para los jóvenes del medio rural, por ejemplo, a menudo resulta difícil encontrar la formación adecuada (ITC, 2018:42). Para ello pueden crearse programas de formación personalizados, o bien adaptar los módulos de formación básica para incluir a los jóvenes desfavorecidos.

El programa *A Ganar Vencedoras* distribuyó fondos de donantes para ofrecer formación profesional a las jóvenes brasileñas. El personal del programa descubrió que las jóvenes se enfrentaban a problemas específicos -como violencia doméstica, escasa autoestima o problemas con el cuidado de los niños- que obstaculizaban su ingreso en el mercado laboral y cayó en la cuenta de que había que adaptar la capacitación para abordar estas cuestiones con el fin de que el programa no perdiera participantes (Fondo Multilateral de Inversiones, 2012:14). La formación de los jóvenes con discapacidad y de los grupos indígenas también puede tener que adaptarse para abordar sus problemas particulares.

Cuadro 8.1. Lista recapitulativa de las mejores prácticas para capacitar a los jóvenes en materia de empleabilidad y exportaciones

1. Colaboración público-privada para detectar desajustes entre la oferta y la demanda de aptitudes y diseñar actividades de formación en consecuencia	✓ Colaboración informal y/o institucionalizada entre las instituciones de enseñanza y formación técnica y profesional y las empresas del sector privado ✓ Determinar las lagunas de aptitudes ✓ Diseñar programas de formación adecuados
2. Garantizar que los jóvenes capacitados consigan empleo mediante el fortalecimiento de las instituciones de formación	✓ Mejorar la capacidad de las instituciones de enseñanza y formación técnica y profesional para impartir programas de formación que satisfagan la demanda de empleo ✓ Supervisar la inserción laboral de los participantes o su iniciativa empresarial
3. Adaptar los programas de formación a los jóvenes desfavorecidos	✓ Velar por que la estructura y la logística de los programas favorezcan la participación de las mujeres y los jóvenes de las zonas rurales ✓ Abordar las limitaciones que merman su empleabilidad

Fuente: ITC y documento sobre la esfera temática de acción centrada en los jóvenes emprendedores y en autoempleo en el marco de la Iniciativa Mundial sobre Empleo Decente para los Jóvenes (ITC, OIT, ONUDI, FNUDC, UNCTAD).

Gráfico 8.3. Tasas de iniciativa empresarial juvenil, por país y sexo

Nota: Jóvenes de entre 18 y 34 años.

Fuente: Cálculos del ITC basados en los datos mundiales a nivel personal de la encuesta de población adulta del GEM 2015.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933953850>

PROMOVER EL AUTOEMPLEO Y EL ESPÍRITU EMPRESARIAL

Algunos jóvenes son agentes de cambio en la sociedad en que viven, creando empleo y resolviendo problemas sociales gracias a las empresas que crean. Los jóvenes tienen 1,6 veces más probabilidades de poner en marcha una nueva empresa que las personas que superan los 35 años (Schott *et al.*, 2015). En los países en desarrollo, donde se crean muchas empresas nuevas, hay, en promedio, más empresas emergentes y jóvenes que empresas establecidas (Kew *et al.*, 2013).

En este contexto, el autoempleo y el espíritu empresarial de los jóvenes pueden ser una opción profesional estimulante. De hecho, el 60% de los jóvenes de los países en desarrollo considera que el espíritu empresarial es una buena opción profesional y creen que ser titulares de una empresa próspera conlleva una condición social más elevada (Kew *et al.*, 2013).

Según la encuesta Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015, uno de cada cuatro jóvenes del mundo es empresario o trabaja por cuenta propia.⁴ En esta sección, al igual que en la encuesta GEM y en la bibliografía conexas, se considera jóvenes empresarios a los que tienen entre 18 y 34 años. Algunos jóvenes acaban haciéndose empresarios debido a un mercado laboral limitado, mientras que otros lo hacen por elección. Aproximadamente, el 40% de los jóvenes que crean su propia empresa lo hacen por necesidad. El 60% restante de los empresarios jóvenes tratan de sacar provecho de una oportunidad que han encontrado (Schott *et al.*, 2015).

Cuando acaban trabajando por cuenta propia por necesidad, los jóvenes corren el riesgo de verse expuestos a condiciones de trabajo deficientes y tener que luchar para sobrevivir. Muchos trabajan por su cuenta en actividades precarias del sector informal, en una situación de empleo vulnerable (OIT, 2010). En este contexto, el apoyo prestado debería servir para ayudar a los jóvenes a encontrar un trabajo decente mejor. En otras situaciones, el espíritu empresarial de los jóvenes puede implicar condiciones de trabajo decentes con un potencial real para mejorar sus medios de vida, competitividad y participación en el comercio internacional.

Crear una empresa está en boga, pero no es tarea fácil

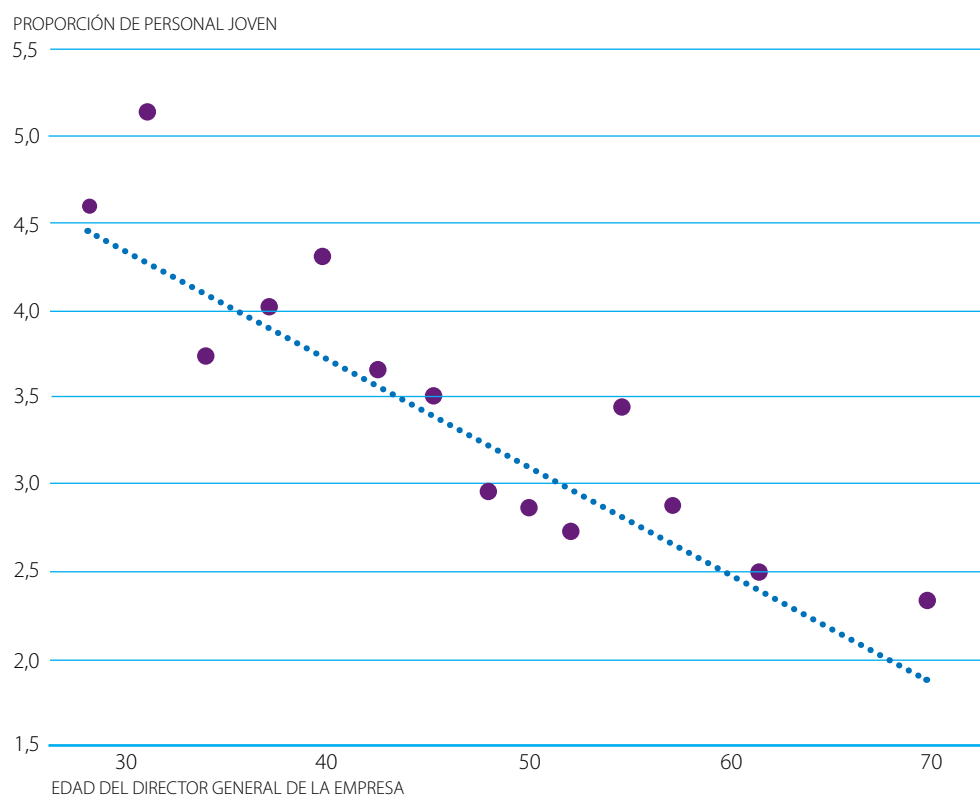
La actividad empresarial varía mucho de un país a otro. En el gráfico 8.3 figuran 60 países clasificados según el porcentaje de jóvenes de 18 a 34 años que están creando o ya poseen una empresa. En el Senegal, el 40% de los hombres jóvenes se dedica a la actividad empresarial, mientras que en Malasia ese porcentaje es apenas del 1,6%.

La actividad empresarial también varía según el sexo, siendo los hombres más propensos que las mujeres a crear sus propias empresas. No obstante, hay diferencias significativas entre un país y otro en cuanto a la proporción de actividad empresarial masculina y femenina entre los jóvenes. En Filipinas y el Perú, por ejemplo, las mujeres jóvenes están más involucradas en el mundo empresarial que los hombres, mientras que en Chile y el Líbano ocurre lo contrario.

En vista de las altas tasas de iniciativa empresarial juvenil, no es sorprendente que muchas de las nuevas empresas estén lideradas por jóvenes. Casi el 44% de los empresarios del mundo tiene entre 18 y 35 años. Sin embargo, muchas empresas emergentes lideradas por jóvenes no logran sobrevivir: los datos disponibles indican que la tasa de empresas consolidadas es significativamente inferior entre los jóvenes que entre los adultos (Iniciativa Global sobre el Empleo Decente para los Jóvenes, s. f.: 4).

El análisis de los datos de los distintos países indica que los jóvenes empresarios tienden en promedio a orientarse más hacia las exportaciones que los empresarios de más edad (Schott *et al.*, 2015). La propensión relativa de las empresas lideradas por jóvenes a importar y exportar, en comparación con las empresas lideradas por empresarios de más edad, parece variar según el país, el sector y el tiempo que lleva funcionando la empresa.

Gráfico 8.4. Los administradores jóvenes contratan a un mayor número de trabajadores jóvenes



Nota: Encuesta del ITC sobre la competitividad de las pymes. En 2016-2018 respondieron a la encuesta 2.047 empresas de Marruecos, la Argentina, Hungría, Gambia, Kenya, Ghana, Zambia y Ucrania.

Fuente: Encuesta del ITC sobre la competitividad de las pymes 2016-2018 en Marruecos, la Argentina, Santa Lucía, Hungría, Gambia, Kenya, Ghana, Zambia y Ucrania.

Los datos a nivel de empresa extraídos de la encuesta del ITC sobre la competitividad de las pymes ofrecen pruebas contradictorias respecto de si las empresas lideradas por jóvenes tienen más o menos probabilidades de internacionalizarse. En Ghana y Hungría, esas empresas tienen menos probabilidades de exportar que las lideradas por personas de más edad, mientras que en Kenya ocurre lo contrario. Según los datos de la encuesta GEM, las empresas lideradas por jóvenes exportan relativamente menos en los sectores manufacturero y primario, aunque en el sector de los servicios parecen exportar tanto como otras empresas.

Por último, los empresarios jóvenes tienden a contratar a más trabajadores jóvenes, según los datos recopilados a nivel de empresa (véase el gráfico 8.4).

Las aptitudes de gestión son esenciales para la competitividad

Dado que los jóvenes lideran una parte importante de las nuevas empresas y contribuyen a la capacidad de innovación de las pymes, los obstáculos con que se enfrentan son una limitación importante para el crecimiento económico. Los jóvenes de todo el mundo encuentran obstáculos comunes en su actividad empresarial, como los problemas de acceso a la financiación y la falta de aptitudes, infraestructuras, programas de apoyo y servicios de asesoramiento adecuados. De hecho, en su respuesta al cuestionario OCDE-OMC de vigilancia de la Ayuda para el Comercio 2019, Madagascar mencionó la “falta de experiencia y de financiación inicial” como principales obstáculos a la iniciativa empresarial de los jóvenes.

Los estudios indican que una proporción sustancial de los jóvenes que ponen en marcha una empresa carecen de formación empresarial y, por tanto, de conocimientos sobre las posibilidades de financiación y los servicios de apoyo empresarial, así como de las capacidades de gestión necesarias para tener éxito (Schoof, 2006; Schott *et al.*, 2015:27). Las empresas lideradas por jóvenes no son las únicas que se enfrentan a una capacidad de gestión insuficiente; muchas pequeñas empresas fracasan por esa misma razón.

Las pymes se ven a menudo limitadas porque su personal directivo no está en condiciones de establecer y aplicar estrategias de desarrollo de las aptitudes, adoptar nuevas estrategias y tecnologías, expandirse a nuevos sectores o mercados, o incluso elaborar solicitudes de financiación que acaben siendo aceptadas. Todo esto impide su crecimiento y se refleja en tasas de fracaso más elevadas.

Recuadro 8.2. El espíritu empresarial de los jóvenes de Mashrou3i en Túnez

Mashrou3i (“mi proyecto” en árabe) es un proyecto conjunto de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, la Cooperación Italiana para el Desarrollo y la Fundación HP. Mashrou3i tiene por objeto facilitar el empleo juvenil en Túnez y respaldar la creación de empresas y su crecimiento.

Mashrou3i da a los aspirantes a empresario los medios para conseguir gestionar con buenos resultados sus propias empresas, creando puestos de trabajo para ellos mismos y para otras personas. El proyecto se basa en el programa de aprendizaje en línea de la Iniciativa de aprendizaje para empresarios de la Fundación HP (HP LIFE) con el fin de dotar a los jóvenes de las aptitudes y la mentalidad empresariales adecuadas para poner en marcha y hacer crecer sus empresas. También proporciona orientación empresarial y asistencia técnica a las empresas emergentes y a las ya establecidas en sectores como las finanzas, la comunicación y la comercialización.

Además, se presta especial atención a garantizar que los jóvenes dispongan de la información y las redes que necesitan para llevar a buen término sus proyectos empresariales. Para fortalecer el ecosistema empresarial, Mashrou3i mejora la capacidad de las instituciones locales encargadas de prestar apoyo a las empresas y también está enriqueciendo los planes de estudio de las instituciones de enseñanza superior con herramientas empresariales y de tecnología de la información.

Fuente: ONUDI. https://mashrou3i.tn/wp-content/uploads/2017/07/Mashrou3i_Brochure_EN_WEB.pdf

Adquirir conocimientos de gestión, por elementales que estos sean, en las esferas de la planificación, la comercialización y los conocimientos financieros básicos, puede mejorar las prácticas de gestión, hacer que los propietarios estén más dispuestos a pagar por la formación complementaria y aumentar las posibilidades de supervivencia (Otsuka y Sonobe, 2011; Sonobe y Otsuka, 2006). Los estudios indican que el rendimiento de una empresa está estrechamente vinculado a la competencia de quien la administra (Hambrick y Mason, 1984). Las prácticas de gestión pueden aumentar la productividad (Syverson, 2011), así como el crecimiento y la longevidad de la empresa (Bloom y Van Reenen, 2010).

Aunque hay intervenciones para enseñar aptitudes de gestión apropiadas, los datos empíricos sobre sus efectos son endeble desde el punto de vista estadístico. Sin embargo, estos programas de formación surten efectos mucho mayores si se imparten a los propietarios de empresas que luchan por sobrevivir, en las que la falta de aptitudes de gestión es un obstáculo importante para la innovación y el crecimiento (Yoshino, 2011). Por este motivo, los programas de formación empresarial para las empresas lideradas por jóvenes que se acercan al nivel de supervivencia pueden ser una forma valiosa de asistencia técnica en la medida en que sirven para abordar unas carencias de capacidad de gestión que, de otro modo, acabarían con gran parte del sector de las pymes dirigidas por jóvenes.

El espíritu empresarial de los jóvenes estimula la innovación y fomenta la diversificación

Las inversiones en programas de iniciativa empresarial para jóvenes producen beneficios que no se limitan a los jóvenes en cuestión. Las empresas lideradas por jóvenes pueden estimular la innovación en todo el panorama de las pymes. Tanto la globalización como los rápidos avances de las nuevas tecnologías han situado la creación y la oferta de productos y servicios innovadores en la primera línea de la competencia. Las empresas tienen que innovar si quieren consolidar su posición competitiva.

La capacidad de innovación de una empresa, o sea, su capacidad para generar resultados innovadores (Neely *et al.*, 2001) o, en términos más generales, para transformar continuamente los conocimientos e ideas en nuevos productos, procesos y sistemas en beneficio de la empresa y las partes interesadas en ella (Lawson y Samson, 2001), está estrechamente vinculada a sus capacidades tecnológicas.

Los jóvenes empresarios pueden aportar al panorama empresarial nuevas tecnologías con las que es posible ayudar a las pymes a conectarse con los mercados mundiales. Estos jóvenes utilizan tecnologías básicas, como ordenadores personales y herramientas de productividad, e instrumentos de conectividad, como Internet y tecnología móvil. Además, están presentes en línea y utilizan las redes sociales junto con servicios empresariales basados en la nube.

Por otra parte, al haber finalizado recientemente sus estudios, puede que tengan en su haber experiencia reciente en investigación y desarrollo, lo que favorece la innovación. Los jóvenes empresarios a menudo basan sus empresas en nuevas ideas y poseen un potencial de innovación inherente, pero su capacidad para gastar dinero en investigación y desarrollo depende del acceso que tengan a la financiación, del tamaño de su empresa y de su edad.

Los jóvenes innovan en respuesta a los problemas y oportunidades locales. Además, están profundamente enraizados en el contexto social y económico de su país y elaboran soluciones pioneras que comercializan gracias a su espíritu empresarial. Como “nativos digitales”, crecidos con la tecnología en línea (McPherson, 2008), adaptan las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) a las condiciones locales, contribuyendo así a crear TIC adecuadas para promover la competitividad de las empresas (EY, 2016). En Gambia, por ejemplo, los jóvenes (menores de 35 años) eran dueños de la mitad de las empresas de TIC entrevistadas en 2017 para la encuesta del ITC sobre la competitividad de las pymes (ITC, 2018a).

Recuadro 8.3. Empresas informáticas emergentes de jóvenes en el campo de refugiados de Zaatari, en Jordania

Jordania tiene aproximadamente 7,9 millones de habitantes y acoge, aproximadamente, a 1,3 millones de refugiados sirios.⁵ La Iniciativa del ITC para promover el empleo y las aptitudes entre los refugiados tiene por objeto ayudar al país a mejorar la capacidad de recuperación económica de los refugiados y dotar a estos de las aptitudes adecuadas para poder regresar a sus hogares y ganarse la vida cuando se restablezca la paz.

Mediante ese proyecto se imparte formación profesional para ayudar a los jóvenes refugiados del campo de refugiados de Zaatari, en el norte de Jordania, a desarrollar su capacidad para trabajar como empresarios independientes en el sector de los servicios en línea. Durante el programa de formación, los participantes aprenden a registrarse en las plataformas digitales, a impulsar sus actividades en los mercados en línea y a gestionar las transacciones y ventas por Internet. También desarrollan capacidades específicas en servicios en línea, como diseño gráfico y creación de páginas web, con la ayuda de orientación en línea y asesoramiento personal. Además de desarrollar las aptitudes, el proyecto ayuda a los jóvenes a generar fuentes de ingresos sostenibles.

El ITC colabora asimismo con un grupo selecto de empresas jordanas para tener en cuenta las aportaciones específicas de los refugiados sirios e integrarlas en las cadenas de valor orientadas a la exportación de servicios de externalización de procesos empresariales. Al mismo tiempo, el proyecto estudia el posicionamiento de Jordania y la oferta nacional de estos servicios de externalización para la exportación, analiza la estructura del sector y detecta déficits específicos en ámbitos relativamente poco cualificados que pueden cubrirse utilizando la capacidad de los refugiados sirios para ayudar a los nacionales jordanos.

Fuente: ITC

Los jóvenes empresarios están cada vez más vinculados con las iniciativas destinadas a encontrar soluciones empresariales a los retos sociales y sacar partido de las nuevas tecnologías. De hecho, en las regiones de Oriente Medio y África del Norte, África Subsahariana y Europa Occidental, abundan más los empresarios sociales que los empresarios comerciales emergentes en el segmento de edad de 18 a 34 años (Fernando, 2018). Además, muchas de las nuevas empresas que participan en los programas de aceleración de Yabacon Valley, en Nigeria, están dirigidas por jóvenes africanos dotados de planteamientos novedosos sobre cómo abordar los problemas sociales y ambientales (ITC, 2019b).

La iniciativa empresarial de los jóvenes también puede contribuir a la promoción de la diversificación económica. Las empresas lideradas por jóvenes catalizan las actividades económicas en los sectores y actividades nuevos y de mayor crecimiento (ITC, 2015: 22).

En China, por ejemplo, los estudios demuestran que los migrantes jóvenes que regresan al sur de la provincia de Jiangxi ponen en marcha en sus comunidades natales nuevas empresas que promueven la diversificación económica de la región (Murphy, 2000). Nigeria está preparando reformas del entorno educativo y empresarial para promover el espíritu de empresa de los jóvenes y, por ende, la diversificación económica en nuevos sectores (Akpomujere, 2017; Joel *et al.*, 2017).

También se está estimulando el espíritu empresarial de los jóvenes para que estos saquen partido de las oportunidades de diversificación de las exportaciones introduciendo cambios graduales en las actividades de los sectores de exportación existentes. En varios países africanos, por ejemplo, las empresas lideradas por jóvenes son precursoras en actividades agroindustriales que aprovechan la experiencia existente en el sector agrícola y la aplican a exportaciones más estables y de mayor valor dentro de las cadenas de valor mundiales.

Las empresas lideradas por jóvenes necesitan un ecosistema empresarial que las sostenga

El éxito de los jóvenes empresarios depende del apoyo que reciben de su ecosistema empresarial (Business 20, 2015). ¿Puede un joven precursor del comercio electrónico adquirir formación financiera? ¿Tiene la posibilidad de acceder a financiación? Para ayudar a las empresas lideradas por jóvenes a internacionalizarse y crecer es preciso reforzar el entorno en el que operan los jóvenes empresarios, así como el nivel de asistencia que reciben.

Los componentes de los ecosistemas empresariales difieren unos de otros en función de si respaldan a las empresas grandes o pequeñas, a las empresas incipientes o maduras o a las empresas de alta o de baja tecnología (ITC, 2018b). El ecosistema empresarial de los jóvenes empresarios incluye instituciones tanto formales como informales. Las organizaciones con ánimo de lucro -como compradores, proveedores, distribuidores, agentes financieros y organismos de certificación- y las entidades sin ánimo de lucro -proveedores de formación, organismos de normalización y cámaras de comercio- constituyen su ecosistema empresarial.

La infraestructura local también forma parte del ecosistema empresarial de los jóvenes empresarios. Esto se debe a que una infraestructura digital y de transporte local de alta calidad es un requisito previo para poder usar las nuevas tecnologías digitales para innovar y para el comercio internacional. En resumen, el ecosistema empresarial comienza donde termina la empresa y acaba en los confines del país con las instituciones o los reglamentos nacionales (ITC, 2018b).

Facilitar el acceso a la financiación y a las instituciones de apoyo empresarial

Los prejuicios contra la concesión de préstamos a los jóvenes y a los grupos desfavorecidos, que están profundamente arraigados, y las garantías y otros requisitos que se les exigen (examinados a continuación con mayor detenimiento) impiden a muchos jóvenes acceder a los servicios financieros. Los recursos financieros de amigos y de la familia ayudan hasta cierto punto, sobre todo en las primeras etapas. Según una encuesta, por término medio el 51% de la financiación para la puesta en marcha de las empresas lideradas por jóvenes proviene de ahorros personales, mientras que el 22% son ahorros familiares, el 19% lo aportan bancos u otras instituciones financieras, el 3%, amigos y el 5%, otras fuentes (Schott *et al.*, 2015: 22). A medida que las empresas crecen y maduran, se necesitan otras fuentes de financiación que, sin embargo, no siempre están disponibles (ITC, 2019b).

Los “aceleradores” de las iniciativas comerciales de los jóvenes pueden ayudar a afrontar este problema ofreciendo a los jóvenes que aspiran a convertirse en empresarios formación, orientación o asesoramiento, apoyo institucional y acceso a la financiación. Estos programas crean un ecosistema de instituciones, asesores, orientadores e inversores que prestan respaldo a las pymes de los jóvenes y les ofrecen servicios adaptados a sus necesidades que funcionan como trampolín para acceder a los mercados internacionales. Instituciones como esas pueden ayudar a los jóvenes a obtener información adecuada, en particular sobre los mercados, la creación de redes y las inversiones.

En ausencia de aceleradores de empresas y de otros programas centrados en los jóvenes, son las instituciones de apoyo empresarial las que pueden proporcionar acceso a los servicios de formación financiera básica y apoyo al desarrollo empresarial. Esto es crucial para que los jóvenes empresarios creen empresas sostenibles, las desarrollen y amplíen su escala.

Las redes sociales pueden alentar la iniciativa empresarial

Las normas sociales pueden transformar la actitud de los jóvenes frente al espíritu empresarial, haciendo que tomen la iniciativa y asuman el liderazgo, e influyendo en su decisión de poner en marcha una empresa y en sus elecciones posteriores como propietarios de esa empresa (Schoof, 2006).

Una norma social que puede disuadir a los empresarios potenciales de crear una empresa es el miedo al fracaso. Según el informe mundial 2015 de Global Entrepreneurship Monitor (GEM), los encuestados de la Unión Europea son los que más temen fracasar (40,7%), seguidos de los de Asia y Oceanía (37,5%). La presión negativa entre pares, el estigma social, la falta de confianza debido a unos conocimientos teóricos y prácticos insuficientes, la ausencia de vías de salida respetables sin penalizaciones económicas y la falta de aspiraciones pueden agravar estos temores (CESPAP, 2012).

Impartir conocimientos empresariales puede contribuir hasta cierto punto a disipar estos miedos. GEM descubrió que las personas convencidas de poseer los conocimientos necesarios para poner en marcha una empresa tienen entre cuatro y seis veces más probabilidades de acabar participando en una actividad empresarial (Kew *et al.*, 2013: 17).

Las redes sociales en las que participan los jóvenes también pueden atenuar los efectos disuasorios de algunas normas sociales, al tiempo que permiten establecer conexiones para que las pymes tengan éxito. Las redes y el apoyo entre pares son, para los jóvenes dirigentes empresariales, fuente de motivación, ideas, información, socios empresariales, empleados, clientes y asesoramiento. Las redes pueden ayudar a detectar oportunidades prometedoras, movilizar recursos financieros, difundir información, encontrar tecnología asequible y fomentar la innovación (Stuart y Sorenson, 2005). Los tipos de redes son muy variados, desde las redes privadas (familiares y amigos) hasta las redes de comercialización (colaboradores empresariales), pasando por redes basadas en la propia identidad (por ejemplo, el origen étnico), como también es dispar la solidez de los vínculos que unen a los distintos actores (OCDE, 2014).

Los datos de la India demuestran que el asesoramiento y la asistencia a empresas tuvieron un impacto considerable e inmediato en la actividad empresarial de las mujeres participantes, pero solo cuando la formación se impartió en presencia de un amigo. Las mujeres que recibieron formación junto a un amigo eran más propensas a obtener préstamos para poner en marcha nuevos negocios (Field *et al.*, 2015). De hecho, los empresarios que se relacionan con el dueño de una nueva empresa antes de crear ellos mismos su propia actividad son más capaces de descubrir y explotar las oportunidades internacionales existentes y, llegado el momento, de exportar (Evald *et al.*, 2011).

La disponibilidad de asesoramiento de alta calidad ha sido fundamental para el éxito de las iniciativas que ayudan a los jóvenes empresarios a globalizarse. Los datos de las encuestas realizadas entre los jóvenes empresarios demuestran que los programas que facilitan servicios de asesoramiento mejoraron su confianza, sus habilidades de toma de decisiones, su adiestramiento empresarial y su nivel de autocomprensión, lo que a la larga les reportó beneficios al permitirles crear empresas de éxito e incrementar su volumen de negocios (Universidad de Middlesex y Youth Business International, 2016).

Los asesores ofrecen a los jóvenes empresarios orientación especializada a través de las redes empresariales pertinentes. Si bien los “aceleradores” para jóvenes y otros foros físicos son de vital importancia a este respecto, no todos los jóvenes pueden acceder a un espacio empresarial real. Por tanto, para aprender y colaborar son esenciales los foros en línea.⁶ La Escuela de Iniciativas Empresariales en Línea de Libia, por ejemplo, es un espacio virtual de aprendizaje que facilita el crecimiento continuo de los jóvenes empresarios libios. Esta plataforma les da la posibilidad de asistir a cursos, acceder a recursos, intercambiar ideas y comunicarse con los asesores y entre sí.

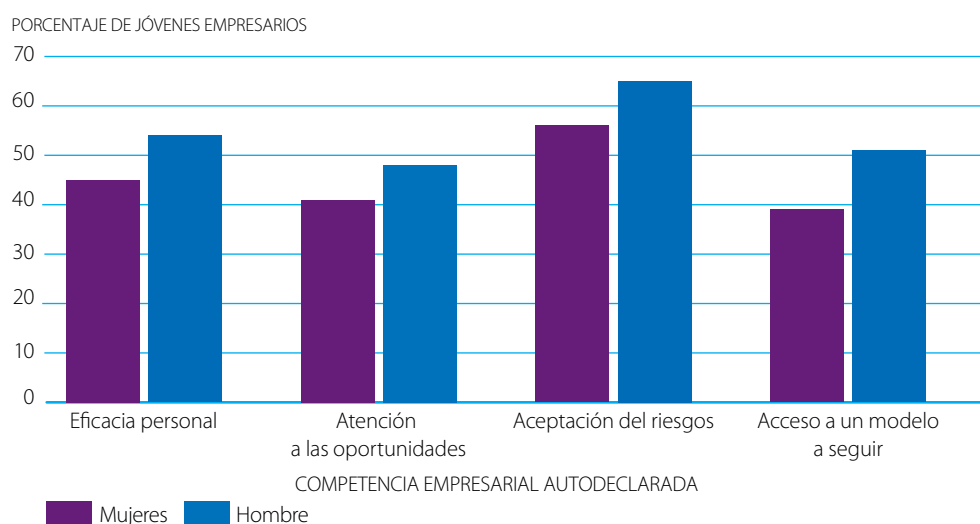
Adaptar el apoyo prestado a las necesidades de las jóvenes empresarias

Incorporar mejor una perspectiva de género en las iniciativas de Ayuda para el Comercio a favor de la capacidad empresarial de los jóvenes es posible. Datos recopilados recientemente apuntan a que los hombres y las mujeres jóvenes ponen en marcha sus empresas usando enfoques diferentes y tienen necesidades diferentes. Según algunos estudios, el espíritu empresarial de las jóvenes empresarias es más fuerte que el de sus homólogos masculinos. Una de las razones es que las mujeres jóvenes parecen disfrutar más de su independencia y de la capacidad para ampliar sus opciones que los hombres jóvenes, quienes a menudo se lanzan al mundo empresarial porque las oportunidades de empleo en el sector estructurado son limitadas (OIT/CEPA, 2009; Solomon, 2010).

Las mujeres de los países de ingresos bajos suelen confiar más en su capacidad para hacerse empresarias en comparación con las de los países desarrollados. También tienen menos miedo de fracasar que las mujeres de las economías de ingresos medianos y altos. Las tasas de mujeres empresarias suelen ser más altas en los países en desarrollo que en las economías desarrolladas, tal vez porque en el mundo en desarrollo las mujeres se enfrentan a mayores obstáculos para entrar en el mercado laboral estructurado y recurren como alternativa a la iniciativa empresarial (Minniti y Naudé, 2010a).

No obstante, las mujeres jóvenes declaran poseer niveles de competencias empresariales inferiores a los de los hombres jóvenes (véase el gráfico 8.5) y estos, por su parte, tienen 1,2 veces más probabilidades de confiar en su capacidad para dirigir una empresa (“eficacia personal”) y 1,3 veces más probabilidades, en comparación con las mujeres jóvenes, de conocer personalmente al titular de una empresa nueva (Schott *et al.*, 2015).

Gráfico 8.5. Competencias empresariales autodeclaradas por los jóvenes, por sexos



Nota: Porcentaje de empresarios y empresarias de 18 a 35 años encuestados que declaran poseer la competencia en cuestión, 2012-2014.

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (2015), Future Potential - A GEM perspective on youth entrepreneurship, página 24.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933953869>

Incluso cuando las mujeres poseen los conocimientos teóricos y prácticos necesarios, la falta de oportunidades e incentivos puede impedirles poner en marcha o dar continuidad a un negocio. Las madres jóvenes tienen más probabilidades que las mujeres no casadas de convertirse en empresarias, pero también es más probable que abandonen voluntariamente la actividad. Además, los datos indican que las empresarias de los países en desarrollo participan en más de un proyecto. Se trata de empresarias “de cartera” y no “en serie”, que intentan diversificar sus fuentes de ingresos (Minniti y Naudé, 2010b).

Estos resultados indican que muchas mujeres jóvenes eligen la iniciativa empresarial como forma de escapar del desempleo y la pobreza. Sin embargo, aunque los datos confirman que las mujeres jóvenes tienen más probabilidades que los hombres jóvenes de poner en marcha un negocio por necesidad, la diferencia es pequeña: el 41% menciona la necesidad como la razón por la que pusieron en marcha su negocio, frente al 35% de los hombres (Schott *et al.*, 2015: 25).

No obstante, es evidente que la preocupación principal que motiva la estrategia empresarial de algunas mujeres empresarias es la supervivencia y no el mero crecimiento. Ayudar a estas empresas puede tener un impacto inmenso en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, porque es más probable que los ingresos obtenidos por una mujer se inviertan en la educación, la salud y la nutrición de los niños (Morrison *et al.*, 2007).

Las intervenciones de apoyo pueden ayudar a estas empresas a avanzar a lo largo del proceso continuo de desarrollo empresarial, pasando de un enfoque de supervivencia a otro basado en el crecimiento y la exportación. Al mismo tiempo, debe tenerse en cuenta que, en algunos casos, las empresas lideradas por mujeres en el mundo en desarrollo se crean con el objetivo de crecer e innovar.

Sean cuales sean los motivos y el origen de las jóvenes empresarias, para prestarles apoyo hay que comprender la especificidad de su entorno empresarial.

Las mujeres empresarias se enfrentan a problemas específicos a la hora de crear una empresa de exportación próspera (ITC, 2015b). La discriminación generalizada y persistente influye en su relación con los clientes, la seguridad con que operan en el mercado y su acceso a los servicios (Solomon, 2010). Además, la discriminación excluye a las mujeres jóvenes de las redes sociales que sus homólogos hombres utilizan para obtener información, asesoramiento y financiación (Schott *et al.*, 2015: 25). En algunos países existen impedimentos jurídicos para que las mujeres sean propietarias de empresas y tengan éxito, como los registros mercantiles que exigen la aprobación de un familiar varón y la ausencia de sanciones públicas contra la toma de decisiones basadas en el género en las instituciones financieras.

En Indonesia, más de las tres cuartas partes de las empresarias entrevistadas por el ITC declararon que las empresas dirigidas por mujeres no se internacionalizan tanto como las que pertenecen o están encabezadas por hombres. Para algunas de ellas, la culpa era de la perpetuación de los roles de género. Sin embargo, para otras el motivo era que las mujeres tenían menos confianza en sí mismas y eran menos competitivas, y el 80% afirmó que el hecho de ser una compañía de mujeres influía negativamente en la credibilidad de la empresa (ITC, 2017b).

Las encuestas empresariales del ITC acerca de las medidas no arancelarias muestran que las empresas exportadoras lideradas por mujeres denuncian la existencia de obstáculos de procedimiento al comercio con mayor frecuencia que las dirigidas por hombres. En particular, las microempresas propiedad de mujeres informan de un mayor número de obstáculos de procedimiento debido a “pagos informales o elevados” y a “conductas discriminatorias” que las microempresas propiedad de hombres (ITC, 2016: 50).

Cuadro 8.2. Lista recapitulativa de las mejores prácticas para prestar apoyo a la iniciativa empresarial de los jóvenes

1. Mejorar el acceso de los jóvenes empresarios a las competencias pertinentes	✓ Aumentar la escala y la calidad de las actividades de formación y capacitación empresariales, así como de los servicios de asesoramiento y orientación ✓ Facilitar la adquisición de aptitudes de gestión y conocimientos financieros básicos
2. Vincular las compañías lideradas por jóvenes a un ecosistema empresarial apropiado	✓ Crear aceleradores para los jóvenes y otros centros físicos de apoyo ✓ Apoyar las redes de pares y de asesores ✓ Promover y mejorar los centros y comunidades en línea para los jóvenes empresarios
3. Adaptar el apoyo prestado para abordar los obstáculos que afectan a las jóvenes empresarias	✓ Eliminar los impedimentos jurídicos ✓ Reducir los obstáculos de procedimiento ✓ Lograr que las políticas comerciales tengan en cuenta las cuestiones de género

Fuente: ITC y documento sobre la esfera temática de acción centrada en los jóvenes emprendedores y en autoempleo en el marco de la Iniciativa Mundial sobre Empleo Decente para los Jóvenes (ITC, OIT, ONUDI, FNUDC, UNCTAD).

Además, las políticas comerciales que no tienen en cuenta las cuestiones de género pueden tener efectos sesgados, por ejemplo, imponiendo aranceles más elevados sobre los bienes producidos por mujeres (como los textiles y las prendas de vestir) y obstáculos no arancelarios especialmente estrictos en los sectores dominados por las mujeres (como la agricultura). Tener en cuenta estos factores al negociar y aplicar las normas comerciales puede facilitar el desarrollo de un sistema de política comercial pensado desde una perspectiva de género (Avsar y Piovani, 2019).

Las iniciativas de Ayuda para el Comercio están empezando a abordar las limitaciones con que se enfrentan las mujeres jóvenes al poner en marcha una empresa en los países en desarrollo. Organizando actividades de formación y asesoramiento entre pares, y teniendo en cuenta las limitaciones con que se enfrentan las jóvenes empresarias cuando se diseñan las iniciativas de formación, se mejora la eficacia de los programas (OIT/CEPA, 2009; Solomon, 2010). La iniciativa *SheTrades* del ITC ofrece a las jóvenes empresarias de todo el mundo una red y una plataforma sin precedentes para conectarse a los mercados.

LOS GOBIERNOS PUEDEN ESTIMULAR EL EMPODERAMIENTO DE LOS JÓVENES

La competitividad de las compañías que contratan a jóvenes (y son dirigidas por jóvenes) se ve afectada por el entorno nacional en el que operan. Hasta ahora, en este capítulo se ha examinado la función que desempeñan las capacidades a nivel de empresa y el ecosistema empresarial en el empoderamiento económico de los jóvenes. Sin embargo, el contexto nacional general, y la intervención estatal en particular, influyen en si las compañías contratan a jóvenes y en si las actividades empresariales prosperan y se globalizan.

El papel desempeñado por los Gobiernos para fomentar el empoderamiento económico de los jóvenes es importante, pues de ellos depende la creación de un entorno normativo nacional propicio. Las políticas públicas pueden subsanar los fallos del mercado que menoscaban la capacidad de los jóvenes para contribuir a respaldar la competitividad del país en los mercados internacionales.

Además, los Gobiernos ocupan una posición inmejorable para evaluar las oportunidades que ofrecerán los mercados globales en el futuro. Celebrando consultas con múltiples partes interesadas, pueden determinar qué cadenas de valor interesan a los programas específicos actuales a fin de preparar a los jóvenes para las exportaciones del mañana.

Las políticas pueden ayudar a hacer frente a los fallos del mercado que excluyen a los jóvenes

Existen varias categorías de fallos del mercado que pueden limitar la capacidad de los jóvenes para contribuir a la competitividad internacional de su país.

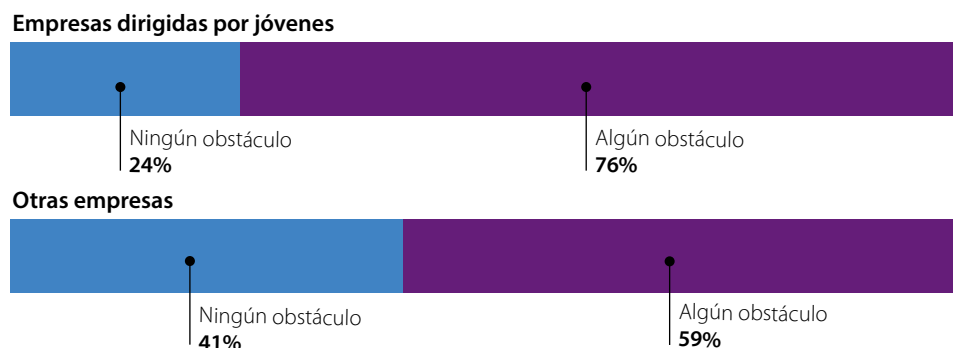
Como ya se ha dicho, los desajustes entre la oferta y la demanda de aptitudes pueden socavar el empleo juvenil y la competitividad de las pymes. Los Gobiernos pueden ayudar a reducir esos desajustes estableciendo planes de estudio adecuados a nivel nacional y facilitando la colaboración entre las instituciones relacionadas con el comercio y las relacionadas con la enseñanza.

En Singapur, por ejemplo, el Ministerio de Comercio e Industria y el Consejo Nacional de Recursos Humanos crearon un sistema de comunicación e interacción entre los organismos públicos, el sector privado y las instituciones de enseñanza y formación superior para garantizar que la demanda de cualificaciones laborales se tradujera en cambios en el conjunto de aptitudes de la población. Estas iniciativas han sido cruciales para obtener buenos resultados en la formación de la fuerza laboral del país en los últimos 40 años (Kuruvilla *et al.*, 2002).

Los fallos del mercado financiero pueden excluir a los jóvenes del crédito formal. Los jóvenes a menudo carecen de las garantías y de los antecedentes crediticios que los bancos requieren antes de conceder crédito. Por esta razón, las empresas de nueva creación fundadas por jóvenes de edades comprendidas entre los 18 y los 24 años tienen un 6% menos de probabilidades de llegar a utilizar financiación de bancos y otras instituciones financieras que las dirigidas por personas de 35 a 64 años (Schott *et al.*, 2015: 25).

Los datos de las encuestas de empresas realizadas por el ITC indican que las empresas dirigidas por jóvenes se ven más limitadas por el escaso acceso a financiación, ya que el 76% de ellas afirma que la falta de acceso a las instituciones financieras es un obstáculo para su funcionamiento ordinario, frente al 59% de las empresas no lideradas por jóvenes (véase el gráfico 8.6). Al parecer, algunas empresas de jóvenes ya establecidas tienen la posibilidad de recurrir a ahorros familiares y personales para compensar la falta de financiación del sector formal. Sin embargo, no hay datos sobre el número de empresas lideradas por jóvenes que no llegaron a crearse o cuyo potencial se vio gravemente afectado por limitaciones financieras.

Gráfico 8.6. El acceso a la financiación es más que un simple obstáculo para las empresas dirigidas por jóvenes



Nota: Respuesta de la empresa a la pregunta: “¿En qué medida el acceso a las instituciones financieras es un obstáculo para las operaciones corrientes?” Las opciones eran: 5 = obstáculo muy grave; 4 = obstáculo muy serio; 3 = obstáculo serio; 2 = obstáculo menor; 1 = obstáculo leve; 0 = ningún obstáculo, o no sabe. Todos los encuestados que eligen una opción distinta de “ningún obstáculo” se clasifican en la categoría de “algún obstáculo”. Se considera que una empresa está dirigida por jóvenes si su directivo superior tiene menos de 35 años.

Fuente: Encuestas del ITC sobre la competitividad de las pymes. En 2017 y 2018 se encuestó a un total de 1.308 empresas de la Argentina, Gambia, Hungría, Kenya y Marruecos.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933953888>

Los Gobiernos pueden intervenir para corregir estos fallos del mercado financiero creando programas de garantía del crédito, aportando capital inicial y organizando iniciativas de formación financiera básica. El Gobierno de Kazajstán, por ejemplo, ha proporcionado garantías de crédito a los jóvenes empresarios prestando su apoyo al Fondo DAMU de Desarrollo Empresarial (OCDE, 2018). El Gobierno de Mauricio facilitó capital inicial al fondo para las pymes, que invierte en pymes nacionales que se encuentran en sus inicios. En Sudáfrica, la Junta de Servicios Financieros (entidad pública) colaboró con la Asociación Sudafricana de Seguros en la elaboración de material de formación financiera e impartió capacitación a muchos docentes y alumnos para que lo usaran en las aulas (Sibanda y Sibanda, 2016: 15).

Las restricciones jurídicas y sociales pueden impedir que los jóvenes, y en particular las mujeres, sean propietarios de tierras y empresas. Las normativas que prohíben la discriminación por motivos de edad y sexo pueden ayudar a los jóvenes a obtener el control de los activos que necesitan para impulsar la productividad, innovar y ser competitivos a nivel mundial.

La inversión en infraestructura de tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) y, sin duda, en infraestructura básica, puede mejorar la competitividad de las pymes dando acceso a portales de empleo en Internet para encontrar a jóvenes cualificados. La mejora de la infraestructura de TIC también es fundamental para que las empresas dirigidas por jóvenes logren globalizarse, ya que puede ayudarles a acceder a los mercados extranjeros.

Los teléfonos móviles han demostrado ser un instrumento profesional importante, especialmente para las jóvenes empresarias rurales, ya que les permiten ampliar sus negocios mejorando la comercialización, la localización de los clientes y la comunicación, y ahorrando tiempo (UNCTAD, 2014). Además de mejorar la información y la conectividad, las TIC pueden hacer que los jóvenes multipliquen los beneficios que obtienen del acceso a las nuevas tecnologías, como las tecnologías verdes, la financiación colectiva y las plataformas de crédito.

Gráfico 8.7. ¿Cómo puede maximizarse la contribución de la Ayuda para el Comercio al empoderamiento económico de los jóvenes?



Nota: Por medio de la encuesta de vigilancia y evaluación de la Ayuda para el Comercio se preguntó a los Gobiernos de los países en desarrollo: "¿Cómo puede maximizarse la contribución de la Ayuda para el Comercio al empoderamiento económico de los jóvenes?". Los Gobiernos podían elegir un máximo de cinco opciones. Respondieron a la encuesta 84 Gobiernos. El gráfico 8.7 refleja el porcentaje de respuestas que correspondieron a cada una de las opciones.

Fuente: Ejercicio conjunto OCDE-OMC de vigilancia de la Ayuda para el Comercio (2019).

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933953907>

La asistencia oficial para el desarrollo también puede ayudar a abordar estas cuestiones. De hecho, cuando se les preguntó cómo podía maximizarse la contribución de la Ayuda para el Comercio al empoderamiento económico de los jóvenes, los Gobiernos de los países en desarrollo reiteraron estas prioridades (véase el gráfico 8.7). En gran parte, las respuestas pusieron de relieve de qué forma la Ayuda para el Comercio podía facilitar el acceso a la financiación, perfeccionar las aptitudes y mejorar el acceso a la información y la conectividad digital, haciéndose eco de la necesidad de abordar los fallos del mercado descritos en esta subsección. Los encuestados también observaron que había oportunidades de mejorar el acceso a las cadenas de valor mundiales, que, como se indica en la subsección siguiente, pueden promoverse concediendo Ayuda para el Comercio a las estrategias sectoriales públicas destinadas a los jóvenes.

Estrategias para determinar y crear oportunidades para los jóvenes

Con una estrategia pública coherente se pueden determinar las aptitudes y los sectores prioritarios con potencial de exportación y de interés para los jóvenes. Además de generar empleo para los jóvenes y ayudar a las pymes a ser más competitivas, de esta forma se puede mejorar la balanza comercial nacional y fomentar el crecimiento.

El Centro de Comercio Internacional ha colaborado con varios Gobiernos para ayudarles a elaborar hojas de ruta sobre juventud y comercio. Al centrar la atención en el papel que desempeñan los jóvenes en los sectores clave, esas estrategias pueden estimular la diversificación de la producción, la adición de valor y las exportaciones.

Las partes interesadas pueden orientar las decisiones de las estrategias sobre juventud y comercio

Las consultas con las partes interesadas no sirven solo para generar información cuantitativa sobre la economía, sino también para poner de relieve las oportunidades estratégicas existentes para los jóvenes en la economía. En las consultas se solicitan aportaciones de los responsables de las políticas, las instituciones de apoyo al comercio y a la inversión, el sector privado y la sociedad civil y en esas reuniones se determinan los sectores y actividades en los que los jóvenes pueden promover las exportaciones de un país (ITC, 2018d).

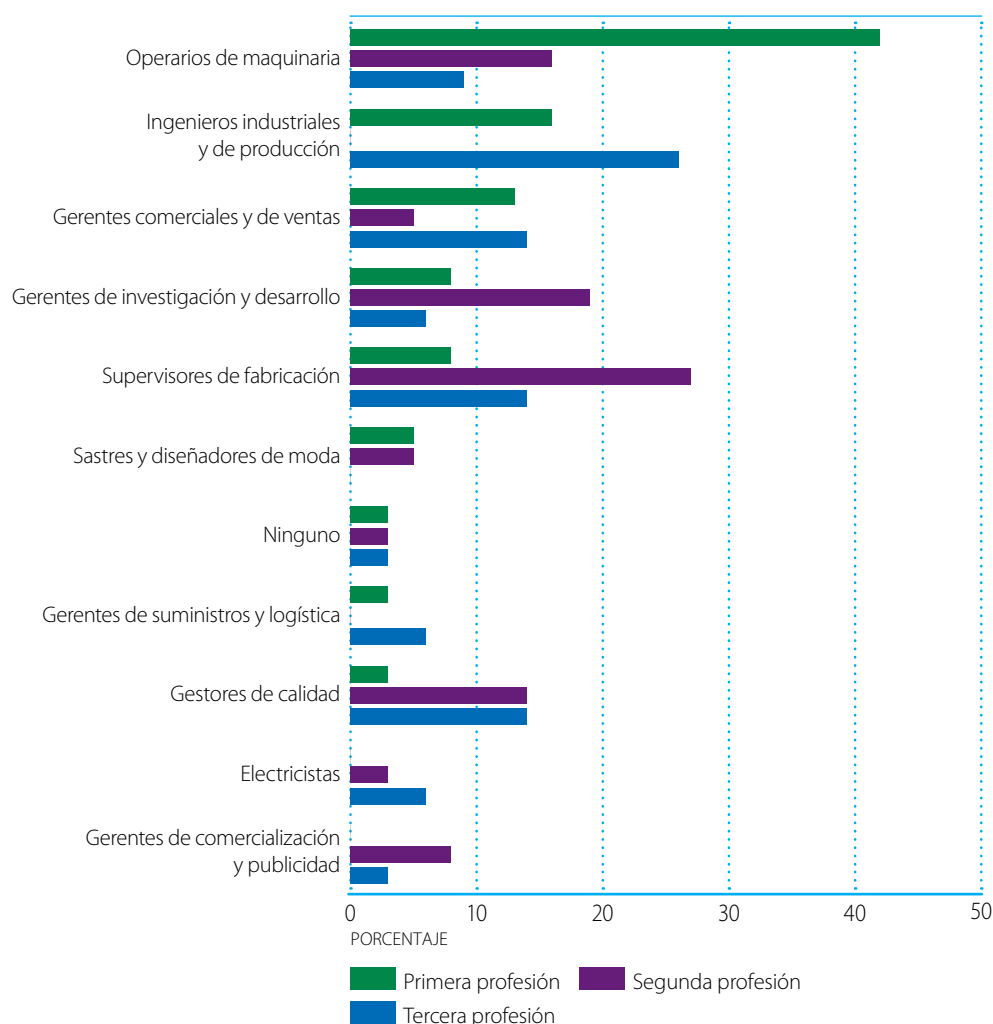
Durante el proceso de consulta y elaboración de estrategias es fundamental escuchar a los jóvenes y empoderarlos para resolver los problemas con que se enfrentan. El Ministerio de Educación de Liberia, por ejemplo, convocó un diálogo nacional sobre políticas educativas orientado a desarrollar las aptitudes de los jóvenes para conseguir empleo, que reunió al Gobierno, los diversos sectores de actividad y las organizaciones juveniles (Arai, 2010; Asociación para el Desarrollo de la Educación en África, s. f.). Cuando se incluye a los jóvenes en los procesos de formulación de las políticas, se garantiza que las soluciones sean apropiadas y atractivas para ellos. La participación constante de los jóvenes en esos procesos es un objetivo en sí mismo que puede, entre otras cosas, mejorar el apoyo prestado a las políticas y facilitar su aplicación.

Las estrategias sobre juventud y comercio elaboradas por los Gobiernos con respaldo del ITC se orientan a los sectores prioritarios a partir de la información recopilada mediante las consultas con las partes interesadas. Los sectores prioritarios se seleccionan en función de su contribución a un objetivo de desarrollo (como la creación de empleo, la reducción de la pobreza o la inclusión regional) y de su capacidad para promover el potencial de competitividad a largo plazo del país y ofrecer empleos y oportunidades empresariales a los jóvenes.

Para cada sector se realiza un análisis de las cadenas de valor que permite pronosticar las mejores oportunidades para los jóvenes. Determinando las actividades de interés para los jóvenes dentro de las cadenas de valor sectoriales se pueden poner de relieve las perspectivas de empleo antes de la producción, durante el proceso de transformación y en el mercado final.

En Túnez, por ejemplo, el elevado potencial de exportación y de empoderamiento de los jóvenes que encierra el sector textil y de las prendas de vestir llevó al ITC a colaborar en el diseño de una estrategia. Analizando los datos recopilados a nivel de empresa, se constató una necesidad imperiosa de operarios y supervisores de maquinaria (véase el gráfico 8.8). Esta información sirve de base para los planes educativos y de formación de los jóvenes tunecinos (ITC, 2019c).

Una vez determinadas las mayores carencias ocupacionales en los sectores seleccionados, se recurre a la metodología de elaboración de estrategias sobre juventud y comercio del ITC con el fin de analizar las carencias de aptitudes. La evaluación previa de las aptitudes y los niveles de preparación necesarios en los sectores prioritarios se vincula a la planificación futura de los programas educativos y de formación técnica y profesional, a fin de garantizar que las instituciones de formación ayuden a los jóvenes a desarrollar las capacidades que necesitan para las oportunidades laborales futuras. Todo esto se completa con un análisis sectorial de las limitaciones al empleo juvenil.

Gráfico 8.8. Necesidades de personal en el sector de los textiles y las prendas de vestir de Túnez

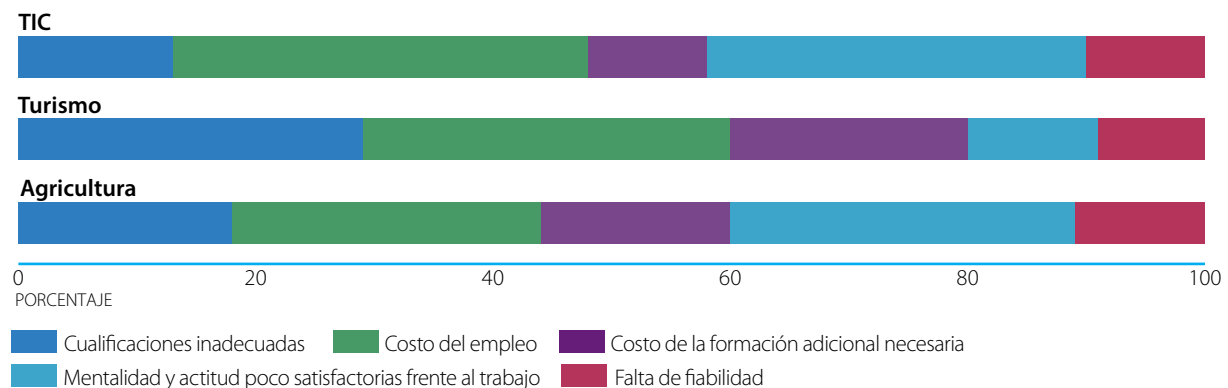
Nota: En la encuesta empresarial sobre el sector textil y de las prendas de vestir tunecino se preguntó a las empresas cuáles eran las tres profesiones principales que estaban tratando de cubrir. Por ejemplo, el 42% de las empresas encuestadas dijo que lo que más necesitaban eran operarios de maquinaria y el 27%, que la segunda ocupación más solicitada era la de supervisor de fabricación.

Fuente: ITC. Stratégie sur l'intégration et l'employabilité des jeunes dans le secteur textile et habillement.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933953926>

En Gambia, por ejemplo, más de la mitad de las empresas del sector turístico mencionaron la falta de cualificaciones y el costo de los trabajadores como los obstáculos principales para contratar a jóvenes. Las cualificaciones no eran un problema importante en el sector de las TIC, pero la ética laboral de los jóvenes fue uno de los obstáculos a la contratación señalados por las empresas tanto del sector de las TIC como del sector agrícola (véase el gráfico 8.9).

Por último, se realiza un análisis de las prescripciones aplicables a la exportación en los sectores prioritarios con el fin de ayudar a las empresas lideradas por jóvenes a crearse su propio nicho en unos mercados de exportación en crecimiento (ITC, 2018d).

Gráfico 8.9. Obstáculos a la contratación de los jóvenes gambianos, por sectores

Nota: El gráfico se basa en las respuestas de las empresas a la pregunta siguiente: “En su opinión, ¿cuál es el mayor obstáculo para dar empleo a los jóvenes entre los que se indican a continuación?”

Fuente: ITC, Encuesta sobre la competitividad de las pymes, Gambia (2017).

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888933953945>

Crear una visión común y un plan para el empoderamiento económico de los jóvenes

Una estrategia gubernamental coherente puede orientar a los encargados de formular las políticas, a las instituciones y al sector privado hacia el empoderamiento económico progresivo de los jóvenes. Si tiene una visión clara y prevé medidas prioritarias, esa estrategia puede facilitar la inclusión de los jóvenes en las actividades de exportación e importación.

Cuadro 8.3. Lista recapitulativa de las mejores prácticas que deben incluirse en la estrategia pública de promoción del empoderamiento económico de los jóvenes

1. Facilitar el acceso a financiación	✓ Aumentar la disponibilidad de servicios financieros destinados específicamente a los jóvenes ✓ Aumentar el acceso de los jóvenes empresarios a la financiación mediante mecanismos financieros innovadores básicos ✓ Dotar a los jóvenes empresarios de capacidades financieras
2. Abordar los fallos del mercado	✓ Facilitar la colaboración entre las instituciones comerciales y docentes ✓ Abordar la discriminación basada en la edad y el sexo ✓ Proporcionar infraestructura básica y de TIC
3. Dar prioridad a determinados sectores	✓ Facilitar un proceso de consulta inclusivo ✓ Elegir sectores que tengan un elevado potencial de exportación y sean de interés para los jóvenes ✓ Reforzar los vínculos de mercado y la integración en las cadenas de valor y determinar qué se necesita para desarrollar las cadenas de valor ✓ Armonizar los programas de formación profesional y de apoyo a la iniciativa empresarial
4. Elaborar un plan estratégico	✓ Crear una visión compartida para la participación de los jóvenes en el comercio ✓ Establecer un plan de acción en los sectores destinatarios y en toda la economía ✓ Definir claramente los recursos disponibles y las distintas responsabilidades ✓ Supervisar los avances

Mediante un análisis a escala nacional, se estudian los elementos transversales clave que determinan la inclusión de los jóvenes en el desarrollo impulsado por las exportaciones. En esta parte de la estrategia se establece la visión general y se definen las prioridades en materia de comercio y competitividad centradas en los jóvenes. Además, en esta fase también se pueden establecer las prioridades normativas nacionales para sortear los obstáculos al empoderamiento económico de los jóvenes. Como ejemplos cabe citar la mejora de la calidad del ecosistema empresarial de los jóvenes aplicando procedimientos comerciales, la concesión de incentivos para realizar actividades de investigación y desarrollo, el fomento de aptitudes orientadas al mercado y la creación de foros institucionales para promover la representación y la colaboración de los jóvenes.

En las estrategias también se precisan los sectores y las aptitudes que, según el análisis realizado, poseen potencial de exportación y son interesantes para la gente joven. Además, se explica detenidamente el enfoque que se empleará para atraer a los jóvenes hacia los sectores y actividades económicas que sacan buen partido de las ventajas comparativas y competitivas del país (ITC, 2018d).

Cada hoja de ruta sobre juventud y comercio elaborada bajo la dirección del ITC incluye un plan de acción estratégico en el que se especifican medidas concretas para alcanzar los objetivos nacionales y sectoriales especificados en la estrategia correspondiente. Un plan maestro de ejecución complementa las estrategias, específicas para los distintos sectores y actores, que transforman las oportunidades y los desafíos detectados en medidas explícitas.

Si se dispone de recursos limitados, se fijan objetivos realistas para facilitar la asignación efectiva de esos recursos a los sectores e iniciativas que realmente importan. En Gambia, por ejemplo, los encargados de formular las políticas centraron los recursos en los programas de fomento de la iniciativa empresarial juvenil en el sector de las TIC porque había muchos jóvenes empresarios activos en ese sector.

Los recursos y los requisitos institucionales para la puesta en práctica deben complementarse con un marco de vigilancia que incluya indicadores de objetivos realistas. Unos plazos concretos pero manejables pueden facilitar la adopción de medidas coordinadas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este capítulo ha puesto de relieve los problemas gemelos del desempleo juvenil y la competitividad de las pymes. Las pymes que carecen de personal suficiente seguirán siendo poco competitivas en los mercados nacionales y mundiales, lo que limitará su capacidad para crear empleo, crecer y comerciar. Aprovechar el potencial de las mujeres y los hombres jóvenes no solo es recomendable, sino que es fundamental para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (principalmente el ODS 8).

El empoderamiento económico de los jóvenes en las pymes podría resolver ambos problemas. Las pequeñas empresas de los países en desarrollo contratan a jóvenes locales y proporcionan formación y experiencia en el empleo, lo que puede convertirse en la puerta de entrada a una carrera profesional y promover la consecución del ODS 8 relativo al empleo decente para los jóvenes. Al mismo tiempo, los jóvenes pueden ayudar a los países en desarrollo a incrementar las exportaciones al aumentar el capital humano de las empresas y fomentar la innovación, y contribuir al ODS 9 relativo a la innovación y al ODS 17 relativo al comercio internacional. La Ayuda para el Comercio concebida para empoderar económicamente a los jóvenes ofrece pues una oportunidad doblemente beneficiosa de apoyar el bienestar de los jóvenes y de promover el comercio internacional en aras del desarrollo económico.

Una forma de lograrlo es hacer corresponder las aptitudes de los jóvenes con las necesidades de las empresas. Los programas que garantizan que las aptitudes que se enseñan en las instituciones educativas se adapten a las aptitudes que necesitan las pymes pueden ayudar a los jóvenes a encontrar trabajo. De hecho, los datos de las encuestas de empresas demuestran que las empresas que informan de la existencia de una oferta adecuada de trabajadores cualificados tienden a contratar a más empleados jóvenes.

Al mismo tiempo, la mejora de las aptitudes de los jóvenes trae consigo un aumento del capital humano a nivel de empresa. Esto, según los estudios económicos, estimula las exportaciones y promueve su diversificación.

La reducción de los obstáculos a la actividad empresarial de los jóvenes también puede impulsar la competitividad de las pymes y el empoderamiento económico de los jóvenes. Alrededor de una cuarta parte de los jóvenes de todo el mundo trabaja por cuenta propia o son empresarios, pero muchos carecen de las redes y aptitudes empresariales necesarias. La Ayuda para el Comercio puede ayudarles a crear sus propias empresas, por ejemplo, promoviendo su capacidad de gestión para mejorar la competitividad de las mismas, lo que garantiza la supervivencia de muchas pymes y puede, por tanto, promover el crecimiento económico.

Las empresas dirigidas por mujeres jóvenes tienen unas necesidades y un potencial específicos. Las jóvenes acaso estén interesadas en poner en marcha actividades empresariales, pero es posible que no tengan suficiente confianza en su capacidad para dirigir una empresa. Además, tal vez se vean excluidas de las redes sociales que sus colegas varones utilizan para obtener información, asesoramiento y financiación, y es posible que las políticas y prácticas comerciales las discriminen. Los programas pensados expresamente para las mujeres jóvenes pueden tener en cuenta estas circunstancias y reportar importantes beneficios en materia de desarrollo sostenible.

Los Gobiernos desempeñan una importante función en la promoción del empoderamiento económico de los jóvenes para facilitar su participación en el comercio internacional, dado que pueden subsanar los fallos del mercado que obstaculizan específicamente a las empresas lideradas por jóvenes, como el acceso limitado a la financiación. Según algunas encuestas de empresas, el 76% de las empresas lideradas por jóvenes se enfrenta a obstáculos financieros que entorpecen su funcionamiento, frente a solo el 59% de las empresas lideradas por empresarios de más edad, por lo que es evidente que deben redoblar los esfuerzos para evitar que los jóvenes queden excluidos de los servicios financieros.

La Ayuda para el Comercio puede desempeñar un papel a este respecto. En la encuesta de vigilancia y evaluación llevada a cabo por la OCDE y la OMC en 2019 se identificó el mayor acceso a la financiación como la contribución más importante que la Ayuda para el Comercio puede hacer para empoderar económicamente a los jóvenes.

Por último, los Gobiernos pueden trazar el camino a seguir utilizando las hojas de ruta sobre juventud y comercio, con las que es posible reconfigurar la estructura del comercio en la economía definiendo los sectores con potencial de exportación que revisten interés para los jóvenes. Mediante consultas participativas y un plan práctico, esas hojas de ruta pueden empoderar a los hombres y mujeres jóvenes para que participen en el comercio internacional. ■

NOTAS

1. Los datos provienen de encuestas de empresas realizadas en 2017 y 2018 en los siguientes países: Santa Lucía, Zambia, Hungría, Ucrania, la Argentina, Marruecos, Ghana, Kenya y Gambia.
2. Encuestas sobre la competitividad de las pymes en la Argentina, Santa Lucía, Kenya, Ghana, Zambia y Ucrania. Las posibles respuestas iban de 0 a 5, en una escala donde 0 significa “se ajusta poco” y 5, “se ajusta bien”.
3. Los diagramas de dispersión agrupados son un método no paramétrico de estimación de la función de esperanza condicional (que describe el valor medio de y para cada valor de x). Para generar un diagrama de dispersión agrupado, Binscatter agrupa la variable del eje x en 20 intervalos de igual tamaño, calcula la media de las variables del eje x y del eje y dentro de cada intervalo, y después crea un diagrama de dispersión de esos puntos de datos. Por defecto, Binscatter también representa una línea de ajuste lineal utilizando los mínimos cuadrados ordinarios, que constituye la mejor aproximación lineal de la función de esperanza condicional.
4. El autoempleo entraña trabajar en calidad de propietario de una empresa que lleva un tiempo establecida, mientras que empresario es quien planifica, crea y promueve una nueva actividad empresarial. Los dos conceptos son, por tanto, técnicamente distintos, pero la mayoría de los jóvenes que trabajan por cuenta propia se denominan a sí mismos empresarios. De acuerdo con este hecho estilizado, en este capítulo se utilizan los dos términos indistintamente.
5. Estas cifras corresponden a 2015, el año más reciente para el que se dispone de datos sobre los refugiados sirios registrados y no registrados en Jordania. Los recuentos posteriores miden solo la proporción de refugiados registrados oficialmente por el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados y, como tales, no reflejan su prevalencia general en la población.
6. Un ejemplo de este tipo de foros es MicroMentor, una iniciativa en línea sin fines de lucro que ofrece orientación gratuita a muchos jóvenes empresarios y los conecta con asesores empresariales en www.micromentor.org

REFERENCIAS

- Akpomujere, O. (2017), "Contemporary Issues in Diversification of Nigerian Economy through Entrepreneurship", *J. Technol. Manag. Bus.* 4, páginas 40-49.
- Almeida, R., Behrman, J. y D. Robalino (eds.) (2012), *The Right Skills for the Job? Rethinking Training Policies for Workers*, Banco Mundial, Washington D.C. <https://doi.org/10.1596/978-0-8213-8714-6>.
- Arai, Y., 2010, *Promoting job creation for young people in multinational enterprises: youth employment in Liberia*.
- Asociación para el Desarrollo de la Educación en África, s. f., Diálogo nacional sobre políticas educativas para el desarrollo de las aptitudes de los jóvenes, Monrovia.
- Avsar, N. A. y Piovani, C. (2019), *Making trade policies gender-responsive: Data requirements, methodological developments and challenges*, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Ginebra.
- Bacchetta, M., Gregg, C., Rubinova, S. y B. T. Klok (2017), *Invertir en competencias para el comercio inclusivo*, Organización Mundial del Comercio, Ginebra.
- Banco Mundial (2011), *World Development Report 2011: Conflict, Security, and Development*, Banco Mundial, Washington D.C.
- Banco Mundial (2012), *World Development Report 2013: Jobs*, Banco Mundial, Washington D.C.
- Barro, R. J. (1991), "Economic growth in a cross section of countries", *Q. J. Econ.* 106, páginas 407-443.
- Bloom, N. y Van Reenen, J. (2010), "Why Do Management Practices Differ across Firms and Countries?", *J. Econ. Perspect.* 24, páginas 203-224, <https://doi.org/10.1257/jep.24.1.203>.
- Blundell, R., Dearden, L., Meghir, C. y Sianesi, B. (1999), "Human Capital Investment: The Returns from Education and Training to the Individual, the Firm and the Economy", *Fisc. Stud.* 20, páginas 1-23.
- Business 20 (2015), *B20 SMEs & Entrepreneurship Taskforce Policy Paper*, The Business 20 (B20), Turquía.
- Cadot, O., Carrère, C. y Strauss-Kahn, V. (2011), "Export diversification: What's behind the hump?", *Rev. Econ. Stat.* 93, páginas 590-605.
- CEDEFOP (2010), *The skill matching challenge: analysing skill mismatch and policy implications*, Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional, Luxemburgo.
- CESPAP (2012), *Policy guidebook for SME development in Asia and the Pacific*, Comisión Económica y Social para Asia y el Pacífico de las Naciones Unidas, Bangkok.
- Coward, C., Caicedo, S., Ruach, H. y Vega, N. R. (2014), *Oportunidades digitales: Soluciones innovadoras en materia de TIC para el empleo de los jóvenes*, Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).
- DAES (2015), *Population Facts*.
- Draper, P. (2017), "Trade, Inclusiveness, Inequality and the WTO" (documento de debate), Global Economic Governance Africa.
- Empleo decente para los jóvenes (s. f.), *Jóvenes emprendedores y en autoempleo - Liberar el potencial de los jóvenes para permitirles crear una empresa y acceder al trabajo decente*.
- Evald, M. R., Klyver, K. y Christensen, P. R. (2011), "The effect of human capital, social capital, and perceptual values on nascent entrepreneurs' export intentions", *J. Int. Entrep.* 9, páginas 1-19, <https://doi.org/10.1007/s10843-010-0069-3>.

- EY (2016), *Beyond disruption: Policy action to grow digital entrepreneurship*.
- Fernando, M. (2018), "Creating opportunities for and with youth", *Int. Trade Forum*, páginas 14-15.
- Field, E., Jayachandran, S., Pande, R. y Rigol, N., 2015, "Friendship at work: Can peer effects catalyze female entrepreneurship?" (Nº w21093), National Bureau of Economic Research.
- Fondo Multilateral de Inversiones (2012), *Give Youth a Chance: an Agenda for Action*, Fondo Multilateral de Inversiones.
- Foro Económico Mundial (2014), *Matching Skills and Labour Market Needs*.
- Foro Económico Mundial (2017), *Accelerating Workforce Reskilling for the Fourth Industrial Revolution: An Agenda for Leaders to Shape the Future of Education, Gender and Work*.
- Fundación Mastercard (2015), *Youth at Work: Building Economic Opportunities for Young People in Africa*, Fundación Mastercard.
- Green, A. y Martínez-Solano, L.E. (2011), *Leveraging Training - Skills Development in SMEs: An Analysis of the West Midlands*, England, UK, OCDE, París.
- Gupta, M. D., Engelman, R., Levy, J., Luchsinger, G., Merrick, T. y Rosen, J. E. (2014), *El poder de 1.800 millones: los adolescentes, los jóvenes y la transformación del futuro*. Estado de la población mundial 2014, UNFPA.
- Hambrick, D. C. y Mason, P. A. (1984), "Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers", *Acad. Manage. Rev.* 9, páginas 193-206, <https://doi.org/10.2307/258434>.
- ITC (2015a), *SME Competitiveness Outlook 2015: Connect, Compete and Change for Inclusive Growth*, Centro de Comercio Internacional, Ginebra.
- ITC (2015b), *Abriendo Mercados para Mujeres Comerciantes*, Centro de Comercio Internacional, Ginebra.
- ITC (2016), *SME Competitiveness Outlook 2016: Meeting the Standard for Trade*, Centro de Comercio Internacional, Ginebra (Suiza).
- ITC (2017a), *SME Competitiveness Outlook 2017 - The region: A door to global trade*, Centro de Comercio Internacional, Ginebra (Suiza).
- ITC (2017b), *SheTrades: Promoting SME Competitiveness in Indonesia*, Centro de Comercio Internacional, Ginebra.
- ITC (2018a), *Promoting SME Competitiveness in Africa: Data for de-risking investment*.
- ITC (2018b), *SME Competitiveness Outlook 2018: Business ecosystem for the digital age*, Centro de Comercio Internacional.
- ITC (2018c), *Strategic Youth and Trade Development Roadmap of the Gambia (2018-2022)*.
- ITC (2018d), *Youth and Trade Roadmap: Creating economic opportunities for youth in value chains*.
- ITC (2019a), folleto *Youth and Trade Programme*
- ITC (2019b), *SME Competitiveness Outlook 2019: Big Money for Small Business - Financing the Sustainable Development Goals*, Centro de Comercio Internacional, Ginebra.
- ITC (2019c), *Stratégie sur l'intégration et l'employabilité des jeunes dans le secteur textile et habillement Tunisienne*.
- Jansen, M. y Lanz, R. (2013), *Skills and export competitiveness for small and medium-sized enterprises*, Organización Mundial del Comercio, Ginebra.

- Joel, A. D., Jonah, C. T. y A. K. Boma (2017), "Leveraging entrepreneurship development for Nigeria economic diversification: the role of selected government agencies", *Adv. Res. J. Multidiscip. Discov.* 16, páginas 24-29.
- Kew, J., Herrington, M., Litovsky, Y. y Gale, H. (2013), *Generation Entrepreneur? The state of global youth entrepreneurship*, Youth Business International and Global Entrepreneurship Monitor.
- Khokhar, T. (s. f.), *Chart: How Is the World's Youth Population Changing?*, Blog de Datos, <https://blogs.worldbank.org/opendata/chart-how-worlds-youth-population-changing>.
- Kubisz, M. (2011), "Leveraging Training - Skills Development in SMEs: An Analysis of Zagłębie Sub-Region, Poland", Documento de Trabajo 2011/06 del Programa de acción y cooperación relativo al desarrollo económico y la creación de empleo a nivel local (Programa LEED), OCDE, París.
- Kuruvilla, S., Erickson, C. L. y Hwang, A. (2002), "An Assessment of the Singapore Skills Development System: Does it Constitute a Viable Model for Other Developing Countries?", *World Dev.* 30, páginas 1461-1476, [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(02\)00046-3](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(02)00046-3).
- Lawson, B. y Samson, D. (2001), "Developing Innovation Capability in Organisations: A Dynamic Capabilities Approach", *Int. J. Innov. Manag.* 05, páginas 377-400. <https://doi.org/10.1142/S1363919601000427>.
- McPherson, T. (2008), *Digital Youth, Innovation, and the unexpected*, MIT Press, Estados Unidos de América.
- Miller, S. M. y Upadhyay, M. P. (2000), "The effects of openness, trade orientation, and human capital on total factor productivity", *J. Dev. Econ.* 63, páginas 399-423, [https://doi.org/10.1016/S0304-3878\(00\)00112-7](https://doi.org/10.1016/S0304-3878(00)00112-7).
- Minniti, M. y Naudé, W. (2010a), "Special Section: Female Entrepreneurship across Countries and in Development", *Eur. J. Dev. Res.* (22).
- Minniti, M. y Naudé, W. (2010b), *Female Entrepreneurship in Developing Countries*, WIDERAngle, <https://www.wider.unu.edu/publication/female-entrepreneurship-developing-countries>.
- Morrison, A., Raju, D. y Sinha, N. (2007), "Gender Equality, Poverty and Economic Growth".
- Murphy, R. (2000), "Return migrant entrepreneurs and economic diversification in two counties in south Jiangxi, China", *J. Int. Dev.* 11, páginas 661-672.
- Neely, A., C. Adams y P. Crowe (2001), "The performance prism in practice", *Meas. Bus. Excell.* 5, páginas 6-13, <https://doi.org/10.1108/13683040110385142>.
- O'Higgins, N. (2017), *Rising to the youth employment challenge: new evidence on key policy issues*, Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- OCDE (2014), "Supporting Youth in Entrepreneurship", Informe resumido de un seminario sobre desarrollo normativo organizado por la OCDE y la Comisión Europea, Bruselas, 22 y 23 de septiembre de 2014, OCDE, París.
- OCDE (2018), *SME and Entrepreneurship Policy in Kazakhstan 2018*, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, París.
- OCDE (ed.) (2015), *In it together: why less inequality benefits all*, OCDE, París.
- OIT (2010), *Global Employment Trends: January 2010*, Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra.
- OIT (2012), *Global Employment Trends 2012*, Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra.
- OIT (2017), *Global Employment Trends for Youth 2017 - Paths to a better working future*, Organización Internacional del Trabajo, Ginebra.

- OIT/CEPA (2009), *Report on Youth Employment Opportunities in Africa: The Impact of Young Women's Vulnerabilities on Opportunities to become an Entrepreneur A case of Ethiopia*.
- OMC (2016), *Informe sobre el Comercio Mundial 2016: Igualdad de condiciones para el comercio de las pymes*, Organización Mundial del Comercio, Ginebra.
- OMC (2019), *Indicador de las perspectivas del comercio mundial 2019*, Indicador de las perspectivas del comercio mundial.
- Onkelinx, J., Manolova, T. S. y Edelman, L. F. (2015), "Human Capital and SME Internationalization: Empirical Evidence from Belgium", *Int. Small Bus. J.* 34, páginas 818-837.
- Otsuka, K. y Sonobe, T. (2011), *A cluster-based industrial development policy for low-income countries*.
- Pikoko, V. y Phiri, A. (2018), Vuyokazi Pikoko and Andrew Phiri, (2018), "Is there hysteresis in South African unemployment = Evidence from the post-recessionary period", documento de trabajo de la Universidad de Munich.
- Purfield, C., Finger, H., Ongley, K., Baduel, B., Castellanos, C., Pierre, G., Stepanyan, V. y Roos, E. (2018), *Opportunity for All: Promoting Growth and Inclusiveness in the Middle East and North Africa* (IMF Departmental Paper N.º 18/11), Fondo Monetario Internacional, Washington D.C.
- Schoof, U. (2006), *Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and Incentives to Enterprise Start-Ups by Young People*, Oficina Internacional del Trabajo.
- Schott, T., Kew, P. y Cheraghi, M. (2015), *Future Potential: a GEM perspective on youth entrepreneurship*, Global Entrepreneurship Monitor.
- Sibanda, S. y Sibanda, T. (2016), *Financial Education in South Africa: Overview of key initiatives and actors*, OIT, Ginebra.
- Solomon, D. (2010), *Desk Review of Studies Conducted on Women Entrepreneurs in Ethiopia*, Cámara de Comercio de Addis Abeba.
- Sonobe, T. y Otsuka, K. (2006), *Cluster-Based Industrial Development: An East Asian Model*.
- Stuart, T. E. y Sorenson, O. (2005), "Social Networks and Entrepreneurship", en: *Handbook of Entrepreneurship Research: Disciplinary Perspectives*, Springer, Nueva York, páginas 233-252.
- Syverson, C. (2011), "What Determines Productivity?", *J. Econ. Lit.* 49, páginas 326-365, <https://doi.org/10.1257/jel.49.2.326>.
- Tripney, J., Hombrados, J., Newman, M., Hovish, K., Brown, C., Steinka-Fry, K. y Wilkey, E. (2013), *Technical and vocational education and training (TVET) interventions to improve the employability and employment of young people in low- and middle-income countries: a Systematic Review*, Campbell Systematic Reviews 2013: 9, The Campbell Collaboration, <https://doi.org/10.4073/csr.2013.9>.
- UNCTAD (2014), *Empowering Women Entrepreneurs through Information and Communications Technologies*, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, Ginebra.
- Universidad de Middlesex y Youth Business International, 2016, *Exploring the impact of voluntary mentoring on young entrepreneurs*, Youth Business International.
- Vandenberg, P. y Trinh, L. Q. (2016), "Small Firms, Human Capital, and Productivity in Asia", *Working Paper 582*, Instituto del Banco Asiático de Desarrollo.

Weidenkaff, F. (2018), "Scaling up action on youth employment with the Global Goals", *Int. Trade Forum* 2, páginas 26-27.

Winters, L. A. y Martuscelli, A. (2014), "Trade Liberalisation and Poverty: What Have we Learned in a Decade?", en: *Working Paper* 9947, Presentado en el Centre for Economic Policy Research.

Woessmann, L. (2011), "Education policies to make globalization more inclusive", en: *Making Globalization Socially Sustainable*, Organización Mundial del Comercio y Oficina Internacional del Trabajo, páginas 297-316.

Yifu Lin, J. (2012), "Youth Bulge: A Demographic Dividend or a Demographic Bomb in Developing Countries?", *Lets Talk Dev.*,

<http://blogs.worldbank.org/developmenttalk/youth-bulge-a-demographic-dividend-or-a-demographic-bomb-in-developing-countries>.

Yoshino, Y. (2011), *Industrial Clusters and Micro and Small Enterprises in Africa: From Survival to Growth*, (Nº 58850), Directions in Development, Banco Mundial, Washington D.C.

