

Reconsiderando el futuro: participación juvenil para superar la brecha digital

Crear más oportunidades para los jóvenes que utilizan la tecnología de la información y las comunicaciones

Richard Curtain

Curtain Consulting, Melbourne
www.curtain-consultin.net.au

Colaborador Profesional
National Institute of Governance
Universidad de Canberra

Este trabajo hace uso de un informe elaborado por el autor para *Global Knowledge Partnership* de Kuala Lumpur, Malasia. El informe será publicado y difundido durante la Cumbre mundial de la sociedad de la información en Ginebra del 12 al 14 de diciembre, 2003.

Introducción

El espíritu emprendedor atrae a muchas personas gracias a que éste se asocia con la capacidad de generar riqueza o con la capacidad de crear empleos. La iniciativa es atractiva no sólo por motivos económicos, sino porque el espíritu emprendedor social trata de impulsar el capital social mediante la venta de bienes y servicios en el mercado. De ese modo se integran los fines sociales a los medios económicos.

El espíritu emprendedor puede variar desde el autoempleo hasta la instalación de un pequeño negocio, que emplee un pequeño número de personas, hasta nuevas empresas de alto rendimiento. Por lo tanto, el reto más importante para los responsables de formular políticas públicas, tanto en países de altos ingresos como en los países en desarrollo, ha sido identificar qué es el espíritu emprendedor y cómo fomentarlo.

Este trabajo se centra en el autoempleo y las oportunidades emprendedoras mediante el uso de la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC). La TIC ofrece ventajas particulares a personas que emprenden un negocio en países con bajos o medianos ingresos. Una de ellas es que la TIC ofrece (en países de medianos ingresos) medios para la comunicación a bajo costo con mercados de altos ingresos o con grandes mercados nacionales. Otra ventaja es que la aplicación de nuevas tecnologías basadas en la comunicación puede ofrecer mayores oportunidades para atender las necesidades de los pobres.

Los pobres del mundo son un mercado que las grandes empresas internacionales no han aprovechado ampliamente.¹ Ello a menudo se debe a que las grandes empresas internacionales y las empresas locales no han sabido aprovechar las redes de distribución disponibles. Un buen ejemplo son los servicios de teléfonos móviles, que cuando son empaquetados de tal manera que estén al alcance del bolsillo y sean asequibles tienen gran demanda en los países en desarrollo.

El espíritu emprendedor: ¿solución para el empleo juvenil?

En este trabajo, por emprendedor se entenderá una persona que monta y crea un nuevo negocio.² Estos nuevos negocios pueden variar desde el comerciante que con limitados recursos se autoemplea hasta establecer una empresa con gran potencial con el respaldo de una fuerte financiación.

El concepto de espíritu emprendedor también engloba una mentalidad que por lo general conlleva arriesgarse frente a la incertidumbre, y otras actitudes y destrezas como: “la

¹ C.K.Prahalad and Allen Hammond, 2002, ‘Serving the World’s Poor, Profitably’, Harvard Business Review, septiembre.

² Bhidé, Amar, 2000, *The Origin and Evolution of New Businesses*. Oxford University Press, Nueva York, p. 3

audacia, el ingenio, el liderazgo, la perseverancia y la determinación.”³ Por lo tanto, es importante tomar en cuenta que incluso cuando una persona se autoemplea se requiere de ciertas destrezas que no siempre se le exigen a un asalariado; por ejemplo, la autogestión en cuanto al presupuesto, en cuanto a gastos e ingresos y en cuanto a tiempo. Se busca obtener algo a cambio del esfuerzo y el capital invertido, que por lo general son los ahorros del individuo o de su familia.

El espíritu emprendedor puede incluir a individuos pero también a grupos de personas. El espíritu emprendedor es “una actividad en que una sociedad de personas o un grupo de ellas, al unir sus habilidades, logran identificar una oportunidad para crear un nuevo producto o servicio y movilizan los recursos, tanto financieros como humanos, para llevar a cabo su idea”, especialmente cuando se trata de empresas con alto potencial.⁴

El espíritu emprendedor no es para todos, sin embargo, como medio de actividad económica, tiene el potencial de ofrecer mayores oportunidades para generar ingresos. Es una opción viable sólo para una parte de la población de un país. No obstante, lo que la mayoría de los países desconoce es el tamaño de la población que podría ocuparse en una actividad emprendedora si las condiciones fuesen más favorables.

En Sudáfrica, por ejemplo, el 26% de la población cree tener los conocimientos, destrezas y experiencia necesarios para montar un nuevo negocio. Sin embargo, en el 2002 sólo el 7% de la población sudafricana había logrado hacerlo. Esto refleja una considerable brecha entre la posible y la verdadera prevalencia de la capacidad emprendedora.

¿Cuál es la extensión del espíritu emprendedor?

Los resultados de un estudio llevado a cabo en 37 países, bajo el auspicio del proyecto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, son una valiosa fuente de información sobre la incidencia de emprendedores y las condiciones necesarias para fomentar la actividad emprendedora. El estudio GEM indica que el 12% de la población mundial cuya edad se encuentra entre los 18 y 64 años está involucrada “en el proceso de empezar o de administrar un negocio de menos de 42 meses edad.”⁵ Sin embargo, los mismos informes nacionales mostraron diferencias entre los países. En Japón, Rusia y Bélgica, menos del 3% de los adultos entre 18 y 64 años de edad están involucrados en iniciativas emprendedoras; mientras que en India y Tailandia, más del 18% de la población adulta se define como activa en ese ámbito.

³ Chandler, A.D; 1990, *Scale and Scope: the Dynamics of Industrial Capitalism*. Belnap Press, Cambridge, Mass, p1, cited in Bhilde, A, 2000, p. 3.

⁴ Leadbeater, C & Oakley, K; 2001, *Surfing the Long Wave: Knowledge Entrepreneurship in Britain*. Demos, Londres, p. 9.

⁵ Reynolds, P; et al. 2002, *Global Entrepreneurship Monitor 2002: Executive Report*. Babson College, Ewing Marion Kauffman Foundation, & London Business School. P. 5. www.gemconsortium.org. En cuanto a miembros reales, el informe GEM estima que existen 460 millones de emprendedores activos en el mundo. La mayoría se encuentran en países en desarrollo de Asia y América Latina. En India y China existen 205 millones de emprendedores, y 26 millones en los cuatro países de América Latina que participaron en el informe (Argentina, Brasil, Chile y México).

¿Es acaso más probable que los jóvenes, más que cualquier otro grupo, sean emprendedores? El mayor grupo de empresarios no se encuentra entre los jóvenes y sin embargo éstos no se quedan atrás. La mayor incidencia de esta actividad se encuentra entre hombres de 25 a 34 años de edad (20%), seguido por el grupo de 35 a 44 años de edad (15%) y por último por el grupo de entre 18 y 24 años de edad (13%). Las mujeres en estos tres grupos también registran mayor incidencia de actividad empresarial (de 25 a 34 se registra un 13%, de 35 a 44 años un 10% y de 18 a 24 años un 8%).⁶ La tasa de actividades emprendedoras en el grupo de entre 18 y 24 años de edad (12% de hombres y 8% de mujeres) muestra la importancia de esta actividad para un importante grupo de jóvenes.⁷ Sin embargo, también sería bueno saber la tasa de probabilidad de la actividad emprendedora. Afortunadamente, en cuanto a este tema, existen datos sobre Sudáfrica.

Brecha entre la real y posible frecuencia de la capacidad emprendedora

El informe *Global Entrepreneurship Monitor 2002* muestra puntos de referencia para medir el potencial que tiene el espíritu emprendedor de generar empleos. En el 2001 y en el 2002, en Sudáfrica, por ejemplo, sólo el 26% de la población dijo que creía tener el “conocimiento, destreza y experiencia necesaria para montar un nuevo negocio.”⁸ Entre los adultos que creían poseer las destrezas necesarias, la probabilidad de emprender un nuevo negocio era de hasta ocho veces más que entre aquellos que creían no tener las destrezas necesarias.⁹

Entre la población juvenil negra en Sudáfrica, con educación superior cumplida, casi el 25% de los jóvenes menores de 23 años creen tener las destrezas necesarias para comenzar una empresa.¹⁰ Cuanto más educada sea la población, más probable será que consideren tener las aptitudes necesarias para tomar parte de una actividad empresarial.

Estos datos muestran que en Sudáfrica existe una gran brecha entre la posibilidad de involucrarse en una actividad empresarial y la realidad. Solo el 6.5% de la población que tomó parte en la estudio podía clasificarse como emprendedor, mientras que poco más del 25% de la población dijo tener “el conocimiento, la destreza y la experiencia necesaria para emprender un negocio.”

El índice de actividades emprendedoras en otros países en desarrollo en los que se realizó el estudio es dos o tres veces mayor que el de Sudáfrica; se desconoce la información sobre la brecha entre la posibilidad y la realidad, hasta que no se lleve a cabo un análisis

⁶ Ibid, Figura 7, p 28.

⁷ En general, la probabilidad de que los hombres se encuentren inmersos en una actividad emprendedora es de hasta 50% más que las mujeres (14% al 9%). La proporción es mayor si el emprendimiento se basa en la oportunidad (9% a 5%) pero es igual si el emprendimiento se basa en necesidad (4% de hombres y 4% de mujeres).

⁸ Mary-Lyn Foxcroft Eric Wood Jacqui Kew Mike Herrington Nick Segal, 2003, *Global Entrepreneurship Monitor 2002: South African Executive Report*. Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town, p 21

⁹ Ibid, p 21.

¹⁰ Ibid, p Tabla 7, p 26. Esta cifra es muy similar en todos los grupos raciales que participaron en el estudio excepto uno (“de color”). El 46% de los adultos menores de 23 años creía tener las destrezas necesarias.

más profundo. El estudio GEM en India en el 2001 mostró una tasa de incidencia de 11 entre 100 mientras que 42 entre 100 encuestados dijeron tener el conocimiento, destreza y experiencia para montar un negocio.¹¹

Las condiciones necesarias para fomentar el espíritu emprendedor

El espíritu emprendedor es un proceso difícil de fomentar ya que exige diferentes componentes que apoyen al individuo a cristalizar su idea o concepto. Es difícil promover el espíritu emprendedor como una opción para los jóvenes, incluso en países de altos ingresos, debido a que varias instituciones como bancos o casas de estudio se caracterizan por su renuencia al riesgo. Algunos rasgos importantes son la calidad del régimen de protección de la propiedad intelectual, el nivel de cultura de la población del país y el apoyo para montar un nuevo negocio, incluso acceso a inversionistas informales.¹²

No obstante, en países de medianos o bajos ingresos, la tarea es aun más extraordinaria ya que existen barreras que varían desde actitudes hostiles en la sociedad, hasta el espíritu emprendedor como opción para tener acceso a créditos. En países de medianos o bajos ingresos, estas barreras se ven exacerbadas si la actividad emprendedora requiere del uso de tecnologías de la información y las comunicaciones, ya que no hay apoyo en cuanto a lo técnico, ni la aptitud necesaria para utilizar eficazmente las nuevas tecnologías.

En primer lugar, la estructura de este trabajo se basa en lograr identificar las condiciones necesarias para que el espíritu emprendedor florezca y en segundo, identificar las condiciones necesarias para que las tecnologías de la información y las comunicaciones funcionen eficazmente. Un análisis crítico de los proyectos basados en las TIC ha demostrado que muchos no han logrado superar la etapa piloto debido a la falta de apoyo para la expansión.

Promover el espíritu emprendedor como una opción para la juventud requiere del apoyo por parte de los gobiernos y otros actores. El plan nacional sobre empleo juvenil es un medio que ayuda a identificar si se han establecido las condiciones necesarias en el país. Según la Organización de Naciones Unidas, estas deben ser evaluaciones exhaustivas de las condiciones propicias para el emprendimiento de la juventud.

Apoyo de la ONU para el empleo juvenil

En septiembre de 2000, la declaración del milenio comprometió a los líderes mundiales a “desarrollar e implementar estrategias que den a los jóvenes del mundo una verdadera oportunidad de encontrar trabajo adecuado y productivo”. Como respuesta a este mandato, el Secretario General de la ONU estableció la Red de Empleo Juvenil para

¹¹ Informe GEM India 2001, Table 3.8, p 33.

¹² Ibid p. 20.

coordinar esfuerzos con la ONU, el Banco Mundial y la Organización Internacional del Trabajo en relación al empleo juvenil, y para tomar acción en cuanto a recomendaciones de parte de un panel de expertos de alto nivel.

En diciembre de 2002, la Asamblea General de la ONU adoptó, con 106 copatrocinadores, una resolución para promover el empleo juvenil, alentando a los estados miembros a preparar estudios nacionales y planes de acción sobre empleo juvenil, e involucrar a las organizaciones juveniles y a los jóvenes en general. La red de empleo juvenil es el principal organismo encargado de coordinar la implementación de la resolución A/57/165 de la Asamblea General de las Naciones Unidas.

Una de las cuatro partes fundamentales de los planes nacionales sobre empleo juvenil es centrarse en el espíritu emprendedor. Las otras son –la responsabilidad que tiene el gobierno de promover la capacidad de conseguir empleo, la necesidad de enfatizar la igualdad de oportunidad para hombres y mujeres jóvenes, y la necesidad que existe de que los gobiernos instituyan un entorno, donde la creación de empleos sea el centro de las políticas macroeconómicas y de otras políticas públicas.¹³

En cuanto al espíritu emprendedor, se alienta a los gobiernos a promover:

Un concepto amplio y dinámico para estimular tanto la iniciativa personal como iniciativas en varios organismos, que incluyan y vayan más allá del sector privado: grandes y pequeñas empresas, emprendedores sociales, cooperativas, el sector público, el movimiento sindical y las organizaciones juveniles. Los países también deben reforzar las políticas y programas para que las pequeñas empresas florezcan y generen trabajo apropiado dentro de un ambiente de posibilidades.¹⁴

En particular, para promover el espíritu emprendedor se proponen cinco aspectos dentro de un programa de reformas. Primero, se recomienda a los gobiernos crear una nueva cultura de espíritu emprendedor, destacar el valor de los emprendedores ante la sociedad y promoverla como opción loable para los jóvenes. Segundo, los gobiernos deben estudiar las regulaciones existentes para que sea más fácil emprender iniciativas y administrarlas. El número de trámites para emprender un negocio y el retraso para obtener las autorizaciones necesarias, debe, en la mayoría de los casos, ser reducido. Otras formas de apoyo por parte de los gobiernos para facilitar el proceso se lograrán mediante fuentes de información y orientación para ayudar a los jóvenes a entender cómo funcionan las reglamentaciones, por qué deben respetarse y qué deben hacer para acatarlas.

¹³ Towards a Global Alliance for Youth Employment - the next five steps Recommendations on policy and process 2003-2005 of the Second Meeting of the High Level Panel of the Secretary-General's Youth Employment Network 30 junio -1 julio 2003. Youth Employment Network, OIT.

¹⁴ Ibid. párrafo 1.2

Tercero, en conformidad con el plan nacional sobre empleo juvenil el énfasis es en la educación y capacitación. Particularmente, se sugiere que los cursos impartidos actualmente también incorporen conocimientos empresariales y de administración como parte del plan de estudios común.

Cuarto, el acceso a créditos.

Uno de los estímulos más importantes para promover, entre los jóvenes, el espíritu emprendedor es asegurar que tengan fácil acceso a capital iniciador para sus iniciativas. Antes de entrar a la economía convencional, necesitan de un nuevo espacio para poner a prueba sus ideas, comprobar su talento y aprender de sus experiencias. El capital para iniciativas juveniles debe ser considerado como un mecanismo distintivo para ayudar a los jóvenes a incorporarse al empleo.¹⁵

Quinto, promover actividades emprendedoras para los jóvenes es una manera apropiada de apoyar los negocios.

Entre más apoyo reciba un joven emprendedor durante los primeros años de actividad, mayores serán sus oportunidades de crear una empresa sostenible, o de convertirse en una persona con más posibilidades de conseguir trabajo. Es importante alentar a la gente de negocios a apoyar a jóvenes emprendedores en los primeros años del negocio, los años críticos, al compartir con ellos sus conocimientos, experiencias y contactos. Pueden lograrlo al actuar como mentores, incluirlos en sus contactos, incorporar los jóvenes negocios como proveedores, o proporcionarles asesoramiento y capacitación gratuita.¹⁶

Condiciones de apoyo para los jóvenes emprendedores

Pero, es probable que estas condiciones de apoyo no existan en países de bajos o medianos ingresos. De hecho, esto se confirma con los resultados del estudio GEM 2002 en el que se encontró una relación negativa entre las condiciones necesarias, según expertos nacionales, para apoyar la actividad emprendedora, así como la prevalencia de la actividad emprendedora por necesidad. Las condiciones necesarias son: apoyo financiero, políticas y programas gubernamentales apropiados, mecanismos para transferir investigación y desarrollo a nuevas firmas, la presencia de infraestructura comercial y profesional, y la protección de los derechos de propiedad intelectual.

La asociación negativa entre (1) la existencia de condiciones de apoyo y (2) la actividad emprendedora por necesidad demuestra que la primera tiene más posibilidades de fomentar, pero no es un requisito indispensable para que exista, el espíritu emprendedor, especialmente en lugares donde existen modos alternativos de ganarse el sustento. En países de bajos o medianos ingresos, quizás el término más apropiado para *actividad emprendedora por necesidad* es autoempleo.

¹⁵ Ibid, párrafo 1.2

¹⁶ Ibid, párrafo 1.2

Estos resultados también sugieren que los esfuerzos de los gobiernos y de los organismos internacionales para fomentar el espíritu emprendedor deben ser más conscientes del tipo de emprendimiento que quieren fomentar. Los esfuerzos para apoyar la actividad emprendedora que se basa en la oportunidad no suelen ser los apropiados para la que se basa en la necesidad. Medidas tales como la protección de derechos de propiedad intelectual, el nivel de apoyo financiero necesario, la naturaleza de la infraestructura comercial y el tipo de asesoramiento que se busca, debieron haberse evaluado en el momento en que la gente no buscaba crear una empresa, pero sí una forma sostenible de autoempleo.

Los retos que enfrentan los jóvenes emprendedores en la TIC

Como se mencionó anteriormente, el segundo reto más importante que enfrentan los jóvenes emprendedores es el acceso a infraestructura adecuada en cuanto a tecnología de la información y las comunicaciones (TIC). Un informe reciente de la OCDE titulado *ICT and Economic Growth: Evidence from OECD Countries, Industries and Firms* dice que

. . . para obtener beneficios económicos, el tener el equipo o los contactos no es suficiente. Otros factores como el ambiente de regulación, la existencia de destrezas adecuadas, la capacidad de cambiar el sistema de organización, así como la fuerza de las innovaciones adjuntas a las aplicaciones TIC, afectan la capacidad de las firmas de aprovechar los beneficios de la TIC.¹⁷

Un ejemplo de infraestructura apropiada es el costo de las telecomunicaciones. El informe de la OCDE muestra que los países cuyos gastos de acceso son bajos, típicamente tienen mayor acceso al internet. El informe de la OCDE destaca las características de un enfoque de “mejores prácticas” para el uso de las TIC por parte de las empresas. Sin embargo, en cuanto a países de medianos o bajos ingresos, ¿cuales son las condiciones de TIC mínimas necesarias para apoyar una joven empresa?

La relación entre los ingresos per cápita y la capacidad para apoyar las TIC de un país indica que los esfuerzos para fomentar, entre los jóvenes, el espíritu emprendedor en cuanto a las TIC en países de bajos ingresos (aquellos con ingresos per cápita por debajo de \$US9,000) deben primero plantearse si la infraestructura disponible puede apoyar una nueva empresa basada en las TIC.

¹⁷ OECD : New Report: ‘ICT and Economic Growth: Evidence from OECD Countries, Industries and Firms’ ICT Development Agenda, Commonwealth Telecommunications Organization, 11 agosto 2003 <http://www.ictdevagenda.org/frame.php?dir=07&sd=10&id=466>

El estudio GEM realizado en 37 países pone de relieve la importancia de distinguir entre dos tipos de espíritu emprendedor.¹⁸ Los informes representativos demuestran que casi todas las personas emprendedoras activas (97%) pueden ser clasificadas como emprendedoras por oportunidad o por necesidad. Los primeros son aquellas personas “dispuestas a buscar la oportunidad empresarial”. Los últimos son “aquellos que se involucran como último recurso ya cuando las demás opciones de empleo o participación en la economía no existen o son insatisfactorias”.¹⁹

Según el informe, evaluado para representar el total de la población mundial, aproximadamente dos tercios de los adultos de 18 a 64 años de edad se ven a sí mismos como emprendedores en busca de oportunidad, mientras que el resto dice sólo responder a la necesidad. Sin embargo, la incidencia de estos dos diferentes tipos de emprendedores difiere drásticamente según las oportunidades que existan. Los países con bajos ingresos per cápita tienen altas tasas de emprendimiento por necesidad.²⁰ En 2001 y 2002, debido al descenso económico, la tasa de emprendimiento por necesidad se duplicó en Argentina, compensando el descenso del emprendimiento por oportunidad.²¹ Sin embargo, muchos de estos mismos países también tienen altas tasas de emprendedores motivados por la oportunidad, sobre todo en Tailandia e India, con 15 y 12 personas respectivamente por cada 100 (ver tabla 1).

La diferencia entre la actividad emprendedora motivada por la oportunidad y por la necesidad ¿influye en cuanto a los resultados esperados? Es más probable que los emprendedores motivados por la oportunidad (poco más de dos terceras partes) digan que esperan este nivel de creación de empleos en comparación con emprendedores motivados por la necesidad, menos de un tercio tenía las mismas expectativas.²² Otras diferencias importantes en cuanto a expectativas son también evidentes en cuanto a mercados de exportación, y creación de nuevos mercados o servicios.²³

¹⁸ Reynolds, P; Bygrave, W; Autio, E; & Haygem, M, 2002, *Global Entrepreneurship Monitor 2002 Summary Report*. <http://www.gemconsortium.org/default.asp> Se dice que las personas emprendedoras activas son aquellas que intentan montar un nuevo negocio y cumplen con los tres requisitos: 1. han hecho algo en el último año: acción, no deseos o sueños, 2. esperan ser dueños de cierta parte del negocio, y 3. se encuentran en la fase inicial: sin sueldo ni salario por más de 3 meses. También se incluye a propietarios de negocios o administradores que son 1. activos en la administración, 2. son dueños de parte del negocio, y 3. reciben sueldo o salario por un periodo de hasta 42 meses.

¹⁹ Ibid, p. 13.

²⁰ Mary-Lyn Foxcroft Eric Wood Jacqui Kew Mike Herrington Nick Segal, 2003, *Global Entrepreneurship Monitor 2002: South African Executive Report*. Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town, p 5.

²¹ Reynolds, P, 2003, ‘The Entrepreneurial Spirit: What is Special about Latin America?’, Presentación ante el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa [IPADE] Colonia Claveria, México DF. 2 de abril.

²² Reynolds, P; et al; 2002, Tabla 4, p. 13.

²³ Ibid

Tabla 1: Los tipos de actividad emprendedora en países con medianos y bajos ingresos en 2002, por cada 100 adultos entre 18 y 64 años de edad.

	Actividad emprendedora	Tasa de emprendedores por necesidad	Tasa de emprendedores por oportunidad
Tailandia	18.9	3.4	15.3
India	17.9	5.0	12.4
Chile	15.7	6.7	8.5
Corea	14.5	4.1	8.6
Argentina	14.2	7.1	6.8
Brasil	13.5	7.5	5.8
México	12.4	2.7	8.3
China	12.3	7.0	5.6
Sudáfrica	6.5	2.4	3.3

Otra distinción importante sobre el tipo de actividad emprendedora, que es relevante tanto para los países en desarrollo y para el carácter de la ayuda que se debe suministrar, es la distinción que el informe GEM 2002 de Sudáfrica hace entre si el emprendedor opera en el sector formal o el informal.

El informe GEM 2002 de Sudáfrica presenta los resultados de una muestra representativa adicional sobre los diferentes tipos de actividad emprendedora en los distritos segregados de Sudáfrica, que son descritos como “áreas en donde tradicionalmente habitan negros y a corta distancia del área metropolitana”.²⁴

El estudio se centra en los negocios dentro de los distritos segregados que son “pequeños, muy pequeños o microempresas que operan dentro de un distrito”.²⁵ El informe demuestra que el número promedio de empleados en un negocio formal (registrado) dentro del distrito es 7.2 comparado con 0.8 empleados en un negocio informal.²⁶ La conclusión a la que se llegó en base a este estudio es que el apoyo dirigido a mejorar las posibilidades de crear empleos debe enfocarse en lo último:

En cuanto al objetivo de maximizar la creación de empleos se deben otorgar más recursos a los emprendedores formales más que a los informales. El sector informal continúa siendo un fuerte generador de ingresos a través del auto empleo

²⁴ ‘Profiling South Africa’s Township Entrepreneurs’, Chapter 6: in Mary-Lyn Foxcroft Eric Wood Jacqui Kew Mike Herrington Nick Segal, 2003, *Global Entrepreneurship Monitor 2002: South African Executive Report*. Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town.

²⁵ Ibid, p. 28.

²⁶ Sin embargo, solo el 12% de los negocios estaban registrados formalmente, Ibid., p. 29.

para un gran número de hogares de bajos recursos, pero en general no es importante para la creación de empleo para otros.²⁷

Los resultados de los informes nacionales también demuestran que la mayoría de los emprendedores no intentan trabajar con nuevas tecnologías ni operar en nuevos mercados. El 93% de los adultos que toman parte en actividades emprendedoras creen que su negocio es una réplica de otra empresa. Esto significa que trabajan con un producto o servicio que les es familiar, operan dentro de un mercado de competencia y la tecnología que emplean ha estado disponible por más de un año. Solo una pequeña minoría (7%) espera crear, mediante sus nuevas compañías, un nuevo e importante nicho o sector económico en el mercado. Solo el 1% de los emprendedores que participaron en el estudio esperan crear nuevos nichos en el mercado, proporcionar 20 o más empleos y exportar su producto al extranjero.

¿En dónde quedan las empresas de alto potencial?

Cuáles son las características del pequeño número de empresas de alto potencial e innovadoras que fueron identificadas en los 37 países (poco menos del 10% de 9,615 compañías). En comparación con todas las otras nuevas empresas, los empresarios que están por organizar una empresa de “alto potencial” tienden a ser hombres (71% frente al 59%), y 63% son menores de 35 años.²⁸

Además, 50% de los emprendedores de nuevas empresas de alto potencial tienen experiencia universitaria o de postgrado (comparado con sólo el 23% del resto de las empresas), 66% proviene del primer tercio de la distribución de ingresos de sus respectivos países (comparado con 33% de todas las nuevas empresas), y 5% no tiene trabajo ni de tiempo completo ni de medio tiempo (comparado con el 13% de las otras nuevas empresas). Las empresas de alto potencial tienen más probabilidades de estar concentradas en la manufactura, venta al por mayor y sectores de servicios empresariales.

El análisis de los resultados del informe demuestra que las “empresas de alto potencial” (pero no la actividad empresarial en general) están fuertemente relacionadas con:

- ? la apertura del mercado (Ej. El acceso a los mercados, y la calidad de la legislación antimonopolio)
- ? el apoyo que se le brinde, en la primaria y secundaria, a las actitudes emprendedoras
- ? la capacidad y destreza de la población para llevar a cabo operaciones emprendedoras
- ? la calidad del régimen de protección de la propiedad intelectual
- ? la calidad de los programas de apoyo nacional para las empresas, y
- ? apoyo para mujeres emprendedoras.²⁹

²⁷ Ibid, p. 30.

²⁸ Ibid p. 57.

²⁹ Ibid, p. 22.

Estos resultados demuestran que las empresas de alto potencial son actividades emprendedoras diferentes de las otras, que requieren de condiciones especiales para ser fomentadas. Estas condiciones se asocian, a menudo, con los países de altos ingresos, investigación cuantiosa e infraestructura para el desarrollo. Los programas que apoyan el espíritu emprendedor de alta tecnología no son apropiados para las otras formas de actividad emprendedora, y es probable que sea un desperdicio de recursos si se ofrece en países de bajos o medianos ingresos.³⁰

Las barreras que enfrenta el emprendedor

Las barreras que dificultan que los jóvenes se conviertan en emprendedores así como el uso de las TIC necesitan reconocerse y tomarse en cuenta. En cuanto a la actividad emprendedora, por ejemplo, la falta de acceso a créditos es a menudo el mayor problema pero no en todos los casos. El informe de los negocios en los municipios de Sudáfrica demostró que más de la mitad de los negocios formales dijo que la falta de financiación no era un gran problema. Se identificaron otros problemas como la falta de transporte propio, competencia, robo, falta de electricidad y falta de destrezas comerciales. El no tener forma de comunicarse con los proveedores y clientes, así como la falta de medios de transporte pueden ser barreras para operar un negocio.³¹ La falta de conocimientos acerca de prácticas empresariales básicas puede también ser una gran barrera.³²

Las barreras que dificultan la actividad emprendedora suelen ser diferentes para el sector informal y para el formal. El primero puede necesitar de apoyo cuyo enfoque sea mejorar los niveles de educación básica, acceso a micro créditos y acceso a transporte para permitir la compra al por mayor. Por otro lado, los negocios en el sector formal suelen beneficiarse del apoyo que les ofrecen los pequeños negocios como el acceso al local, apoyado por servicios mínimos como infraestructura adecuada para el transporte y las comunicaciones.³³

En cuanto a las TIC, las barreras que enfrentan también deben ser tomadas en cuenta. Es probable que sean muchas, especialmente si los ingresos per cápita, del país en cuestión, están por debajo de los US\$9,000. Como mínimo, los países con ingresos per cápita bajos deben demostrar que han logrado un cierto nivel de preparación en cuanto a tecnología informática o *e-readiness*. Esto se demuestra a través del apoyo del gobierno en la forma de una estrategia nacional de tecnología de la información y las comunicaciones, y un organismo que esté a cargo de su implementación. El gobierno de Mozambique ha reconocido que se necesita un criterio integrado, que incluya recursos

³⁰ Ibid, p. 38.

³¹ El informe de los negocios en los municipios de Sudáfrica mostró que el 83% de los negocios formales, pero sólo el 42% de los negocios informales, tenía un teléfono celular o móvil. Dos tercios de los negocios formales, mientras que sólo un tercio de los informales, tenían una línea telefónica. Sólo el 35% de los negocios formales tenía una computadora, en cuanto a los negocios informales sólo el 3%. Y menos negocios tenían acceso al Internet (el 15% de los negocios formales y el 1% de negocios informales).

³² Más de la mitad de los negocios formales e informales de Sudáfrica (59% y 55% respectivamente) dijeron necesitar capacitación en cuanto a la contabilidad del negocio.

³³ Ibid, p. 38.

humanos, infraestructura, empresas, gobierno, marcos jurídicos y normativos y contenido/aplicaciones, con particular énfasis en la relación entre todos los elementos.³⁴

Tailandia, por ejemplo, que en el 2001 tenía un ingreso nacional bruto por habitante de US\$1,940 (fue clasificado como el 105 de entre 208 países y el Banco Mundial determinó que era un país de medianos ingresos) puso en marcha una serie de políticas nacionales para fomentar la tecnología de la información y las comunicaciones (ver cuadro 2).

Cuadro 2: Tiempo de entrega: la integración de la TIC en los programas de desarrollo de Tailandia

Desde 1998 se han promulgado varias leyes claves relacionadas a la TIC, y se ha adoptado un Plan General TIC. En octubre 2002, se estableció el Ministerio de la Tecnología de la Información y las Comunicaciones para dirigir el desarrollo de la TIC de Tailandia. Ello incluye no sólo equipo, infraestructura, programas y desarrollo de contenido, sino también, e igual de importante, desarrollo del talento humano.

Los beneficios de las TIC deben ser para todos y se pone especial énfasis en ello mediante el suministro de ayuda a los enfermos y discapacitados, el uso de las TIC para diseminar información cultural, el desarrollo y la existencia de tecnologías de asistencia y hasta proporcionar oportunidades para los presos. Las TIC también ayudan a incrementar el acceso a educación de calidad y contenido global mediante iniciativas como SchoolNet Thailand. A través de estos esfuerzos, sumado con la voluntad política y el liderazgo y participación de todos los sectores de la sociedad, Tailandia avanza hacia su meta: ser una sociedad que basa su aprendizaje en el conocimiento.

Fuentes: resumen del discurso de Pensri Guntasopatr, directora de la división de planificación y políticas, National Electronics and Computer Technology Center (NECTEC) ante el *e Joint OECD Joint OECD/UN/World Bank Global Forum: Integrating ICT in Development Programs*, Tailandia, del 4 al 5 abril, 2003

Sin embargo, los países de bajos ingresos no necesariamente quedan excluidos de las TIC. En 2001, por ejemplo, el ingreso nacional bruto por habitante de Mozambique era de sólo \$US210, el número 194 de entre 208 países. En 2002, después de un largo periodo de preparación, se puso en marcha una estrategia para implementar la TIC para reducir la pobreza.

Cuadro 3: Política de TIC para el desarrollo nacional de Mozambique

Lidia Brito, ministra de educación superior, ciencia y tecnología de Mozambique, señaló que incluso un país tan pobre como Mozambique ve la necesidad de tomar en cuenta la TIC como herramienta para erradicar la pobreza mediante un criterio integrado. También habló de la inquietud de mucha gente en el gobierno sobre la falta de concordancia entre los planes de desarrollo del gobierno y las crecientes iniciativas del país.

Una comisión nacional de alto nivel (que comenzó su trabajo en 1998 y que culminó con

³⁴ Ver cuadro no. 3

la aprobación de una estrategia de implementación en 2002) creó un enfoque global para emplear la TIC como herramienta clave para luchar contra la pobreza de Mozambique, mediante la creación de una sociedad informada. Ello incluye: garantizar que todos los ciudadanos tengan acceso a los beneficios del saber mundial; mejorar la gobernanza y la administración pública; hacer de Mozambique un socio importante y competitivo en la sociedad de la información mundial; y hacer que Mozambique sea productor, y no sólo consumidor, de tecnologías de la información y las comunicaciones, y del saber.

La implementación de la estrategia- con un criterio integrado que cubra los recursos humanos, infraestructura, empresas, gobernanza, marcos jurídicos y normativos- tomará 4 años, desde 2001 hasta el 2005. Se necesita un criterio integrado, que incluya recursos humanos, infraestructura, empresas, gobierno, marcos jurídicos y normativos, y contenido/aplicaciones, con particular énfasis en la relación entre todos estos elementos. Para lograr los objetivos de la estrategia se necesitará de: la cooperación de todos los actores; la implementación de un programa que incluya a todo el país; la movilización efectiva de recursos, humanos y económicos, para garantizar su implementación satisfactoria y oportuna; y la captación de socios internacionales.

Fuente: Resumen del discurso de Lidia Brito, ministra de educación superior, ciencia y tecnología de Mozambique, ante el *e Joint OECD Joint OECD/UN/World Bank Global Forum: Integrating ICT in Development Programs*

Programas para apoyar el espíritu emprendedor con base en la TIC

Parece que en los países en desarrollo existen menos programas de apoyo para la actividad emprendedora que tengan como base la TIC. El *OECD Summary Matrix of Donor Information and Communication Technologies Strategies* de febrero 2003 menciona sólo un programa: el programa *Enablis*, fundado por *Industry Canada*.³⁵

Se realizó una búsqueda de proyectos financiados por el Banco Mundial que dejó ver sólo un proyecto que hace mención de los jóvenes, las TIC y los negocios –el *E-Business for Small Business Development Project* de México, que fue aprobado el 31 de julio de 2003.³⁶ Otra fuente, la lista *WSIS* de programas acreditados, menciona dos programas relacionados al espíritu emprendedor juvenil.³⁷ Estos son: *Junior Achievement of Nigeria* y *Junior Enterprise International in Mali Association* y *Jeunesse Action (AJA)* Malí.

El *Digital Diaspora Network – África* es otra iniciativa para movilizar los conocimientos tecnológicos, empresariales y profesionales especializados, y los recursos de la diáspora africana para apoyar la actividad emprendedora con base en las TIC.³⁸ El *Technology Business Development Network of Kenya* (c4IDEA.com) es un centro de información por

³⁵ <http://www.oecd.org/dataoecd/53/55/2499900.pdf>, p 7.

³⁶ Un aspecto del proyecto es promover el empleo de jóvenes en riesgo, mediante capacitación de la TIC y empleo. www.worldbank.org

³⁷ <http://www.geneva2003.org/ws/s/documents/S03-WSISPC2-DOC-0009!!MSW-E.pdf>

³⁸ <http://www.ddn-africa.org/>

internet para una red de desarrollo tecnológico de empresas que intentan acercar a empresarios con pasantes, mentores, inversionistas e incubadoras.³⁹

En cuanto a apoyo para la actividad emprendedora de los jóvenes, la red de asociaciones acreditadas y afiliadas *Youth Business International* ya se ha hecho notar y se hablará de ella más adelante. La fundación *Friends of Africa* ayuda a jóvenes africanos (de hasta 30 años de edad) a crear modos de vida sostenibles a través de destrezas, empresas y liderazgo, y apoyo práctico para jóvenes emprendedores.⁴⁰

En Sudáfrica, el *Innovation Hub* invierte en personas y propiedad intelectual indígena para crear empleos y capacidad tecnológica.⁴¹ En las Bahamas y Barbados, *Youth in Business Centres* ha ayudado a los jóvenes a explorar opciones de crédito y programas de administración financiera, y ha brindado su ayuda en mercadeo, creación de productos y acceso a una amplia gama de libros, manuales, videos y otros materiales sobre cómo empezar un pequeño negocio y como mantenerlo.⁴²

El *Global Education Partnership* ayuda a los estudiantes a “aprender cómo montar un negocio propio, competir para obtener empleos de alta remuneración, y lograr que los jóvenes participen con conciencia social en el desarrollo local”. El programa está funcionando en el área de la bahía de San Francisco, Kenya, Guatemala, Tanzania e Indonesia.⁴³

En países de altos ingresos también existen programas importantes que deben estudiarse minuciosamente, ya sea que se enfoquen o no en las TIC. Uno de ellos es *Academos*, un programa que ofrece asesoría por internet y cuyo objetivo es estimular y facilitar que los jóvenes exploren diversas carreras.⁴⁴ El proyecto *Community of One* ofrece programas para capacitar a los jóvenes que están interesados en emprender su propio negocio.⁴⁵

El *Centre for Entrepreneurship Education and Development* (CEED) de Nueva Escocia en Canadá proporciona un paquete integrado de programas para cultivar y ayudar directamente a los jóvenes emprendedores. Con sede en Toronto, la red *YouthBiz TakingITGlobal Business and Entrepreneurship* tiene más de 988 miembros en el mundo.

El *Quiosque do Investidor?* dirigido por la fundación juvenil de Portugal ayuda a los jóvenes emprendedores a ocuparse del papeleo necesario para establecer una empresa y a identificar oportunidades empresariales a través del acceso a mercados mundiales.⁴⁶ Eso se logra mediante asociaciones con compañías extranjeras. Otra de las características del programa es obtener asesoría de personas con experiencia en los negocios.

³⁹ http://www.c4idea.com/press/200307_new_tech_centre.htm

⁴⁰ <http://www.friendsof africa.net/>

⁴¹ <http://allafrica.com/stories/200210100758.html>

⁴² <http://www.ilo.org/public/english/region/asro/bangkok/conf/youth/links/links.htm>

⁴³ <http://www.geponline.org/>

⁴⁴ <http://www.academos.qc.ca/>

⁴⁵ <http://www.ibsa-inc.org/one1.htm>

⁴⁶ <http://www.fjuventude.pt/programas/sites/quiosque/>

El programa *Slingshot*, con sede en Australia, ayuda a jóvenes entre 18 y 24 años a auto emplearse.⁴⁷ El programa ofrece apoyo y ayuda a los jóvenes al proporcionarles capacitación acreditada en estudios empresariales, asesoría de gente de negocios, oportunidades para crear contactos, acceso a préstamos de bajo interés, apoyo para la muestra de productos, acceso a instalaciones y el apoyo del equipo.

Este resumen se basa en información disponible por internet y muestra que existen pocos programas que se centran en la juventud, la TIC y la actividad emprendedora en o que están orientados a países en desarrollo. La sección a continuación estudia más de cerca cuatro programas que ofrecen una plataforma para identificar factores claves de gestión.

Un buen ejemplo de un programa que proporciona acceso a mercados de altos ingresos para los jóvenes auto empleados en países en desarrollo es el *Orphan IT*.

Orphan IT y GLOW (*Global Learning Opportunities on the Web*)

www.orphanIT.com es una empresa social no lucrativa en la red que emplea a jóvenes huérfanos y pobres, en países en desarrollo, para proporcionar servicios de tecnología a empresas que llevan a cabo sus negocios por internet en países de altos ingresos.

OrphanIT es una compañía de marketing que ofrece a sus clientes servicios de diseño web, empleando las destrezas de jóvenes que viven en países de bajos o medianos ingresos y que han recibido capacitación en centros de aprendizaje, e intenta generar nuevos mercados de empresa-a-empresa, relacionando países en desarrollo con los países desarrollados.

OrphanIT funciona como intermediario, ofrece trabajos en el sector de la tecnología de la información (TI) a través del portal *Jobs Gateway* dirigido a los jóvenes que se han graduado de los centros de aprendizaje. La sección de clasificados ofrece empleos a estudiantes, graduados, maestros y coordinadores en tele centros (ver cuadro 1). El trabajo puede variar desde programación y codificación, barrido volúmico e inserción de datos, transcripciones, registro de análisis y comunicados de prensa, comercio electrónico y la entrada de pagos, investigación de páginas web, derechos de reproducción y la preparación de bases de datos.

El tipo de trabajo que ofrecen puede variar desde un trabajo sencillo que se puede hacer usando el más reciente paquete integrado de Open Office 1.1 (www.openoffice.org) que es gratuito. También pueden necesitar que les preparen presentaciones en PowerPoint con gráficos y figuras animadas que pueden diseñarse con la ayuda de una serie de instrucciones sobre el producto que se desea; así como otros proyectos en los que se debe emplear la hoja de cálculo de Open Office, que se llama DataPilot, para analizar datos sobre encuestas de mercadotecnia, por ejemplo.

Los dos centros de capacitación en Manila, Filipinas y en Chennai, India están incorporados a *Orphan IT*. El primer centro piloto GLOW abrió sus puertas en marzo

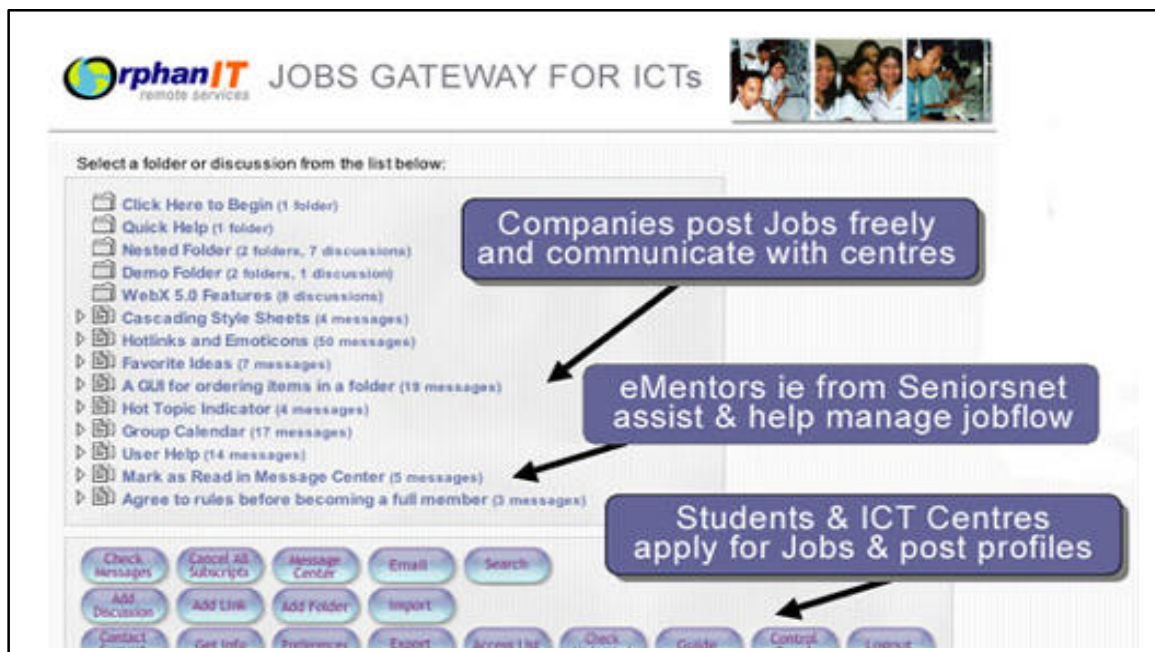
⁴⁷ <http://www.slingshot.org.au/>

2001 en Manila.⁴⁸ A los jóvenes se les paga en promedio US\$5 por hora por generar páginas web. Se han comisionado más de 2000 horas de trabajo comercial pagado, y hay una lista de espera de más de 20 clientes que quieren contratar a graduados de *OrphanIT*. La meta de *OrphanIT* para los próximos dos años es “canalizar hacia 10 centros US\$1,000,000 provenientes de 100 clientes y crear más de 500 empleos.

El proyecto recibió un premio en el *Global Junior Challenge* y en un artículo escrito por CK Prahalad (*Serving the World’s Poor Profitably*) para el *Harvard Business Review* se destaca como buen ejemplo de los servicios a distancia que han tenido éxito.

Hoy, gracias a la rápida expansión de redes digitales de marcha rápida, las compañías ahorran aun más al ubicar compañías que les suponen ahorros, mediante centros de atención, marketing, y procesamiento en áreas de desarrollo. Por ejemplo, las compañías que utilizan los servicios de *OrphanIT* (casi 20), a través de sus tele centros en India y las Filipinas, pagaron una décima parte de lo que hubiesen pagado por el mismo servicio en Estados Unidos o Australia.

Cuadro 1: Cómo funciona el portal de empleo



⁴⁸ Los patrocinadores del tele centro son Hyperstudy.com, EdMedia.information, Opportunity International, CCT (PI) Intel, Goldman Sachs, Objective Group, leading Australian education providers and You!

Virtudes y defectos

El modelo *OrphanIT* aborda el problema más serio que enfrentan los pobres en los países en desarrollo: cómo obtener acceso a los mercados de altos ingresos. Mediante el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, el modelo ofrece los medios para unir los servicios que ofrecen los jóvenes (en países de bajo o mediano ingreso) con los mercados ubicados en los países de altos ingresos. Esto se lleva a cabo a través de la unión de las necesidades que tienen los pequeños negocios, que están pendientes de los costos y desean utilizar los servicios por internet, con los servicios que ofrecen los jóvenes.

OrphanIT es líder en la gestión de mercadeo ya que ofrece no sólo un mecanismo para publicar trabajos en su portal, sino también el contexto y entorno adecuado para facilitar el intercambio. Ayudar a los pobres y desfavorecidos es una motivación importante que alienta a los consumidores a utilizar los servicios que ofrecen los jóvenes de otros países.

El contexto adecuado acentúa la esencia del intercambio: beneficiarse mutuamente. El que vende sus servicios no podría obtener la retribución que recibe por su trabajo en su país. El consumidor puede obtener los servicios que requiere a precios que está dispuesto a pagar. El intercambio hace hincapié en el “comercio y no en la ayuda”. Dicho de otra manera, los jóvenes en los países en desarrollo no están recibiendo limosna, sino que se les paga por exportar un producto: sus conocimientos sobre programación de software.

El tipo de actividad emprendedora que este modelo fomenta está basado en la necesidad, y es probable que *autoempleo* sea la mejor descripción de ello; para que pueda continuar, es necesario obtener el respaldo de un intermediario. El apoyo que se necesita se puede proporcionar a través del continuo acceso a hardware y software que se encuentra disponible en el centro de capacitación, y que es necesario para realizar el trabajo. La ventaja del modelo es que los jóvenes no tienen que financiar los costos para ingresar al mercado, y lo único que deben hacer es invertir tiempo y dedicación para adquirir las destrezas necesarias.

No obstante, el autoempleo no es la única opción. Una vez los jóvenes tengan suficientes ahorros, es probable que quieran comprar una computadora propia y el software necesario para buscar empleo directamente, sin tener que pagar la cuota de acceso para utilizar el centro de capacitación y sus equipos, y una vez haya cumplido con varios trabajos y obtenga el reconocimiento de clientes satisfechos, quizás pueda hacer una transición del mundo del auto empleo a la creación de un negocio independiente.

Pero también deben tomarse en cuenta las desventajas del programa, y una de ellas es desconocer la fiabilidad del intermediario, no sólo en cuanto a la capacitación que éste ofrezca. Fundamental para la viabilidad y la extensión del modelo a largo plazo es la instalación de sistemas que administren el flujo de trabajo comisionado y que dirijan la subcontratación. La capacitación, los procesos de desarrollo de software y los sistemas

de administración deben recibir algún tipo de acreditación para que el modelo llegue a superar su etapa piloto, y así proporcionar un marco que garantice la calidad.

También se necesita del apoyo directo para los individuos, el cual puede lograrse a través de mentores y su asesoramiento. *OrphanIT* señala que está trabajando para crear vínculos con comunidades como *SeniorsNet* y *Third Age* para proporcionar servicios profesionales de asesoría a los graduados a través de email o por telefonía vocal por internet. Se necesitarán muchos recursos y una distribución de fondos separada para establecer y mantener una red de este tipo; también es necesario contar con una tercera persona que esté a cargo del flujo de asesoría individualizada.

Para buscar la acreditación es necesario que éste punto reciba financiación separada, la cual debe ser examinada por una tercera persona. Una de las opciones es seguir un modelo de franquicia social, la cual necesitaría de una serie de servicios que el organismo principal proporcionaría, como por ejemplo, comercializar y darle valor a la marca internacionalmente, recaudar fondos y desarrollar redes de apoyo adecuadas. Las responsabilidades de la agencia que proporcione los servicios deben quedar detalladas y deben incluir el mantenimiento del hardware y software, y el tipo y la extensión del apoyo al auto empleado.

Conclusión

Este trabajo ha puesto de relieve varias consideraciones importantes para promover oportunidades para crear empleos para los jóvenes mediante el uso de las TIC. La primera es la necesidad de distinguir entre el auto empleo y la actividad emprendedora, ya que son dos diferentes tipos de actividades que requieren de una serie de destrezas y formas de apoyo distintas. El auto empleo es el enfoque de la mayoría de los jóvenes en el sector informal. La principal necesidad que tienen los auto empleados es generar suficientes ingresos para poder sobrevivir, y para que esta forma de empleo sea viable, se necesita saber cómo administrar el dinero y cómo ahorrar las pequeñas cantidades de ingresos excedentes. Por otro lado, la actividad emprendedora exige una serie de destrezas más complejas que van desde marketing hasta cómo administrar el flujo de fondos, y para mejorar las destrezas se necesita una capacitación más extensa.

La tecnología de la información y las comunicaciones brinda una valiosa oportunidad para generar destrezas que están en demanda. Sin embargo, se debe prestar mucha atención a un área en especial: cómo obtener acceso a los grandes mercados. Este es el punto fuerte del modelo *OrphanIT*, ya que logra unir la necesidad de los pequeños negocios en países de altos ingresos con los servicios que ofrecen los jóvenes en países de bajos o medianos ingresos. Es necesario ver de cerca la necesidad que existe de tener un control de calidad para el trabajo que los jóvenes producen. Se requiere de un mecanismo en el que una tercera entidad pueda examinar y dar fe de la calidad del trabajo producido por los jóvenes para los grandes mercados.