

# EMPLEO JUVENIL: ¿LEVANTAMOS ESA BANDERA?



**E**n medio de tantas preocupaciones que nos rodean, ¿por qué debemos elegir aumentar las posibilidades para que nuestros jóvenes tengan acceso al empleo formal? Las razones son muchas, pero los números son siempre una respuesta universal e irrefutable: en el mundo, 21 millones están desempleados y, de ese total, el 13.9% se encuentra en América Latina; en la región, solo el 50% de los que tienen 24 años trabaja y, de ellos, solo el 22% cuenta con un empleo formal; entre los jóvenes la tasa de desempleo es tres veces más alta que entre los adultos. Estas cifras traen consigo efectos secundarios, tales como el abandono escolar (más del 50% de los jóvenes de América Latina no completa los estudios) y la falta de planificación familiar, que afecta principalmente a las mujeres. Al dejar la escuela, reducen drásticamente el acceso a la información y, por lo tanto, las oportunidades de empleo. Estamos frente a las tres mayores problemáticas de América Latina, encontrar la forma de detener este círculo vicioso forma parte de nuestro desafío. Por ser un negocio con presencia en 20 países de

la región, reconocido por recibir a quienes buscan su primer empleo, esta debe ser nuestra misión. A través de un nuevo modelo de negocio, buscamos convertirnos en un agente catalizador de la movilidad social y de la creación de oportunidades de empleo para los jóvenes que quieren insertarse en el mercado laboral. La experiencia no nos falta, ya que cada año brindamos la posibilidad de un primer trabajo a más de 75,000 latinoamericanos. Podemos –y queremos– cambiar este juego. Cuando una compañía establece una estrategia con este impacto social, debe tomar los recaudos para que esto sea eficaz y sustentable. De lo contrario, ¿de qué sirve emplear a estos jóvenes si no se les da ninguna expectativa de formación y crecimiento profesional? Por lo tanto, establecimos que queremos seguir dando oportunidades, fortaleciendo el componente social y desarrollando una política basada en tres pilares: la creación de empleo y la identificación de talentos, el fortalecimiento de capacidades y habilidades, y un plan de carrera. Con ello, creemos que vamos a contribuir a cambiar la trayectoria de

vida de los jóvenes latinoamericanos, incluyendo a muchos jóvenes peruanos en situación de riesgo. Vamos a tomar ventaja de toda la experiencia que tenemos en el trabajo con los jóvenes y movilizar nuestras mayores fortalezas: empleados y proveedores. Solo juntos vamos a llegar allí. Nuestro talento interno ayudará en el reclutamiento, implementación y mantenimiento de este proyecto y se invitará a los socios comerciales a responder esta llamada de la sociedad. Entendemos que otras empresas tienen que atender este tema y engrosar la lista de resultados, lo que requiere un trabajo a largo plazo. El ejecutivo es responsable de proyectos de sustentabilidad, la empleabilidad, apoyar la lucha contra el cáncer infantil y el apoyo de la comunidad en los 20 países en los que opera la compañía.

**Lyana Latorre**

**Directora Senior de  
Corporate Social Engagement  
en Arcos Dorados, franquicia  
que maneja la marca  
McDonald en América Latina**