

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INTERNACIONALES



**INCIDENCIA DE LOS MILLENNIALS Y GENERACIÓN Z EN LA
RECONFIGURACIÓN POLÍTICA, ECONÓMICA Y SOCIAL, A TRAVÉS DE
LA SOCIAL MEDIA EN LATINOAMÉRICA. CASO EL SALVADOR,
PERIODO 2014-2019**

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
RELACIONES INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR:

**JOSÉ ESTEBAN DE LA CRUZ PÉREZ
ISMAEL EDUARDO GUZMÁN CASTRO**

DOCENTE ASESOR:

MRI. EFRAÍN JOVEL REYES

CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR AGOSTO 2020

TRIBUNAL CALIFICADOR

PRESIDENTE

LIC. EDUARDO CALLES MERINO

SECRETARIO

LIC. ERIC NAPOLÉON LÓPEZ ÁGUILA

VOCAL

MRI. EFRAÍN JOVEL REYES

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Msc. Roger Armando Arias Alvarado
RECTOR

Dr. Raul Ernesto Azcúnaga
VICERRECTOR ACADÉMICO

Ing. Juan Rosa Quintanilla
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

MSC. Francisco Antonio Alarcón Sandoval
SECRETARIO GENERAL

Lic. Rafael Humberto Peña Marín
FISCAL GENERAL

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

Dra. Evelyn Beatriz Farfán Mata
DECANA

Dr. Edgardo Herrera Medrano Pacheco
VICEDECANO

Msc. Digna Reina Contreras de Cornejo
SECRETARIO

Mfe. Nelson Ernesto Rivera Díaz
DIRECTOR DE ESCUELA DE RELACIONES INTERNACIONALES

Msc. Diana del Carmen Merino de Sorto
DIRECTORA GENERAL DE PROCESO DE GRADUACIÓN

Lic. Roberto Adolfo Arévalo Menéndez
COORDINADOR DE PROCESO DE GRADUACIÓN DE LA ESCUELA DE
RELACIONES INTERNACIONALES

DEDICATORIA

En primer lugar agradecer a Dios por nunca desampararme en este largo proceso. A mi padre Esteban De la Cruz García y mi madre: María Catalina Pérez de De la Cruz, por su apoyo incondicional y el inmensurable esfuerzo durante todos estos años de estudio, también a mis hermanos Lorena, Laura, Rodrigo, Alfonso y Cesar, por estar conmigo y de igual manera brindar su apoyo. A mis sobrinos por ser parte esencial y motivadora.

Al negocio familiar "Sastrería Estecz", por ser la base por la que salimos adelante. También agradecer de manera especial el apoyo de mi novia Mayra Carolina Trejo Vides y a su familia que de igual manera me han apoyado en los últimos años de estudio.

Al Compañero y amigo Ismael Eduardo Guzmán Castro por sus aportes y valiosos conocimientos en todo el proceso del trabajo de grado, a pesar de las adversidades logramos culminar.

Al Maestro Efraín Jovel Reyes, que nos asesoró durante todo el proceso y realización del presente trabajo.

A los compañeros con los que trabajé en las diferentes materias y seminarios con los que de igual manera culminan sus trabajos de grado.

Esteban De la Cruz

Sabiduría ante todo; adquiere sabiduría; y sobre todas tus posesiones adquiere inteligencia. Engrandécela, y ella te engrandecerá; ella te honrará, cuando tú la hayas abrazado. Adorno de gracia dará a tu cabeza; corona de hermosura te entregará. -Pr. 4:7-9.

Agradecer primeramente al Todopoderoso por su infinita misericordia para conmigo, por guiarme en cada etapa de mi vida y sostenerme, por su gracia he llegado hasta aquí.

A la Universidad de El Salvador por abrir las puertas de su casa de estudio y brindarme la oportunidad de ser parte de tan prestigiosa institución.

Al asesor el MRI. Jovel Efraín Reyes, por su paciencia, dedicación y tan importante aporte al presente trabajo de grado y a mi compañero de tesis José Esteban De la Cruz por su valiosa aportación y compañía durante estos meses.

Agradezco a mi madre Silvia Noemí Castro Núñez por su apoyo incondicional, por siempre estar a mi lado en las buenas y en las malas, a mi padre, familia y amigos por estar siempre pendientes.

A mi gran amigo el Ing. Carlos Enrique Herrera Calderón, por su invaluable ayuda y esfuerzo durante todo el proceso, por animarme a culminar este proyecto tan importante para mí.

Finalmente a mis amados hermanos de iglesia PVAN, sus oraciones y consejos fueron muy valiosos para mí, los llevo en mi corazón.

Ismael Eduardo Guzmán Castro

ÍNDICE

RESUMEN.....	i
LISTA DE SIGLAS Y ABREVIATURAS.....	ii
INTRODUCCIÓN GENERAL.....	iii
CAPÍTULO I: MILLENNIALS Y GENERACIÓN Z COMO PARTE DE LA CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO PROYECTO POLÍTICO EN EL SALVADOR	1
1. Origen de los términos millennials y generación Z y su participación en política	2
1.1 Origen y evolución de los términos Millennials y Generación Z.....	3
1.1.1 Generación Y o millennials.....	5
1.1.2 Generación Z.....	7
1.2 Situación política actual de Latinoamérica.....	9
1.2.1 Antecedentes	10
1.2.2 Situación actual	11
1.3 Situación política actual en El Salvador.....	12
1.3.1 Generalidades	12
1.3.2 Administración pública.....	14
1.3.3 Política exterior.....	15
1.3.4 Compromiso con la democracia	16
1.3.5 Elecciones presidenciales de 2019	17
1.4 Participación de los millennials y generación Z en política.....	18
1.4.1 Características de la participación de los millennials y generación Z en política	18

1.4.2 Discurso del “Fin del bipartidismo (ARENA-FMLN)” en El Salvador e impacto de la campaña política digital	22
1.4.3 Elementos principales que involucran la participación de los millennials y generación Z en política.....	24
CAPÍTULO II: INCIDENCIA DE LOS MILLENNIALS Y GENERACIÓN Z EN LA RESTRUCTURACIÓN DE LA ECONOMÍA EN EL SALVADOR.....	28
2. Panorama general de la economía y la inserción de los millennials y generación Z en el mercado laboral salvadoreño	29
2.1. Panorama general de la economía salvadoreña	29
2.1.1 Panorama general de los millennials y generación Z en la economía salvadoreña	32
2.1.2 Inserción de los millennials y generación Z en el mercado laboral.....	33
2.1.3 Emprendimiento juvenil	35
2.2 Evolución de los indicadores de empleo y subempleo de la población millennial y generación Z en El Salvador	37
2.2.1 Caracterización demográfica de la fuerza de trabajo en El Salvador	38
2.2.2 Indicadores de Desempleo y Salarios	43
2.3 Nuevas tecnologías, el comercio electrónico y las nuevas formas de hacer negocios en El Salvador	50
2.3.1 Nuevas tecnologías	50
2.3.2 Comercio electrónico en El Salvador.....	51
2.3.3 Nuevas formas de hacer negocios en El Salvador	60

CAPÍTULO III: CARACTERIZACIÓN DE LA SOCIAL MEDIA EN LATINOAMÉRICA Y EL IMPACTO SOCIAL EN EL SALVADOR.....	65
3. La <i>social media</i> y su impacto social en la región Latinoamericana	66
3.1 La <i>social media</i> , definición, evolución y alcance mundial	66
3.1.1 Qué es la <i>social media</i>	67
3.1.2 Evolución histórica de la <i>social media</i>	69
3.1.3 Estado actual de la <i>social media</i> en el mundo	73
3.2 Marco jurídico y características de la <i>social media</i>	78
3.2.1 Marco jurídico de la <i>social media</i> en Europa.....	79
3.2.2 Marco jurídico de la <i>social media</i> en Estados Unidos	80
3.2.3 Marco jurídico de la <i>social media</i> en Latinoamérica	82
3.2.4 La <i>social media</i> , y el proceso de globalización en América Latina	84
3.2.5 Categorías de las redes sociales en Latinoamérica	85
3.3 La <i>social media</i> en El Salvador y su impacto social	87
3.3.1 Estado actual de la <i>social media</i> en El Salvador.....	89
3.3.2 Redes sociales	94
3.3.3 Impacto social	96
Conclusiones	102
Recomendaciones	105
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	107

RESUMEN

La presente investigación, analiza la incidencia de la población millennial y generación Z en la reconfiguración política, económica y social, a través de la social media y su impacto social en Latinoamérica y El Salvador período 2014-2019.

El problema, versa en la premisa que las generaciones millennial y Z, son actores importantes en la toma de decisiones políticas, así también investiga las novedades en el uso de nuevas tecnologías y el impacto que estas producen en el comercio electrónico, los mercados digitales y los efectos de la *social media*¹ que hoy en día va más allá que los medios convencionales (radio y televisión). Todo esto se sustenta mediante tres capítulos que se describen a continuación.

El capítulo primero, está centrado en identificar las características, perspectivas y participación de estos grupos generacionales en la agenda política y la construcción de un nuevo proyecto político en El Salvador. Por ello, dicho capítulo se enfoca en la conceptualización y surgimiento de las generaciones, estado actual, perspectivas y otras generalidades relacionadas al campo socio-político.

En el segundo capítulo, puntualiza la incidencia de éstos en aspectos económicos, como el comercio electrónico, las nuevas forma de hacer negocios y la inserción de éstos en la economía nacional.

El capítulo tres, aborda de manera enfática el impacto de la *social media*, caracterizándola por medio de su conceptualización, análisis de estadísticas y el estudio de su marco jurídico, permitiendo observar sus ventajas y desafíos en la región Latinoamericana.

1

El termino *social media* se refiere a los canales o instrumentos que permiten la interacción social e interrelación de las sociedades mediante el uso de la tecnología.

LISTA DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

- ALBA:** Alternativa Bolivariana para América Latina y el Caribe
- ARENA:** Alianza Republicana Nacionalista
- BCR:** Banco Central de Reserva
- BM:** Banco Mundial
- CEPAL:** Comisión Económica para América Latina y el Caribe
- CONAMYPE:** Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa
- DIGESTYC:** Dirección General de Estadística y Censos
- DR-CAFTA:** Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y la República Dominicana
- EEUU:** Estados Unidos
- EHPM:** Encuesta de Hogares de Propósitos múltiples
- FMLN:** Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional
- FMI:** Fondo Monetario Internacional
- FUSADES:** Fundación Salvadoreña para El Desarrollo Económico y Social
- GANA:** Gran Alianza por la Unidad Nacional
- LPC:** Ley de Protección al Consumidor
- MINEC:** Ministerio de Economía
- OEA:** Organización de Estados Americanos
- OMC:** Organización Mundial del Comercio
- PEA:** Población Económicamente Activa
- PIB:** Producto Interno Bruto
- SIGET:** Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones
- TIC:** Tecnologías de la Información
- TSE:** Tribunal Supremo Electoral
- UNASUR:** Unión de las Naciones Unidas Suramericanas
- UNCTAD:** Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

INTRODUCCIÓN GENERAL

La humanidad en su historia está caracterizada por fenómenos sociales que afectan el comportamiento y las formas de relación humana; es importante mencionar que todo el entorno afecta directamente las relaciones sociales; por ejemplo: hechos como la revolución industrial marcaron un crecimiento tecnológico acelerado, la producción en masa, la venta de nuevos productos dieron paso a nuevas formas de consumo, así mismo, surgieron fenómenos internacionales, como guerras y conflictos entre potencias, que nuevamente marcan el surgimiento de diferentes comportamientos sociales y generacionales tales como los denominados *baby boomers*, que son la generación de personas nacidas posteriormente a la segunda mundial, entre 1946 y 1964, ellos reciben este nombre por haber nacido en una época marcada por el incremento de tasas de natalidad además de ser una generación muy numerosa. Los *baby boomers* *Vivieron en la época de Guerra Fría –cuando había más ideales que dinero–, la de la reivindicación de derechos sociales y la incorporación de la mujer al mercado laboral.*²

Los *millennials* son aquellos que nacieron entre 1981 y 1995 que en la actualidad rondan los 21 y 36 años de edad; marcados por el creciente desarrollo tecnológico, con patrones de comportamiento marcados por los medios de comunicación y que en la actualidad afrontan diferentes problemas y fenómenos diferentes a su generación antecesora.

*Actualmente son el 75% la fuerza laboral del mundo y se encuentran en plena actividad.*³

² Mayte Rius. *Así vemos el trabajo según la edad*, (Barcelona: La vanguardia, 2016), <https://www.lavanguardia.com/vida/20160401/40801626085/diferencias-generacionales-en-el-trabajo-baby-boomers-millennials-generacion-x-generacion-z-generacion-empleo.html>.

³ Alejandro Bianchi. *Millennials y Generación Z: Rebeldes en la Teoría, Conservadores en las finanzas*, (Buenos Aires: El Cronista, 2017), <https://www.cronista.com/columnistas/Millennials-y-Generacion-Z-rebeldes-en-la-teoria-conservadores-en-las-finanzas-20171130-0012.html>.

Finalmente la Generación Z que surge a partir del año 1995-2000 y que rondan los 19-23 años de edad, ya tiene un contexto más cercano a las nuevas tecnologías; las redes sociales, la participación en la toma de decisiones electorales forma un distintivo de esta generación.

Desde inicios del siglo XXI la región latinoamericana se ha enfrentado a nuevos desafíos en el ámbito político económico y social, la generación millennial y generación Z sin duda alguna han impactado estos 3 grandes sectores. Estas generaciones tienen una característica en común, ambas se desarrollaron en un mundo globalizado, donde las nuevas tecnologías están al alcance de muchos. Este avance de las nuevas tecnologías y el relevo generacional han llevado a la participación cada vez más activa de la población millennial y generación Z en la sociedad latinoamericana, lo que implica un giro drástico a la cosmovisión y práctica predominante en las generaciones anteriores.

Específicamente en El Salvador esta incidencia se ve reflejada en 3 puntos claves: la forma en que la sociedad se relaciona e interactúa, el rol de los medios de comunicación y la social media como elemento de cambio en la forma de hacer negocios y la reconfiguración de nuevos proyectos políticos en el país.

La economía de mercado y las prácticas neoliberales han permitido la eliminación de las fronteras comerciales; además, con la llegada del Internet y las redes sociales, la forma tradicional como la sociedad interactuaba cambió radicalmente, a tal punto que medios de comunicación como el telégrafo, enviar cartas por correo regular, han quedado totalmente desfasados y reemplazados por la interacción electrónica.

Los millennials como primeros usuarios de estas nuevas formas de interactuar, han logrado influenciar aún a las generaciones anteriores a también hacer uso de estas nuevas tecnologías. Así mismo la forma tradicional de hacer comercio y la economía en su conjunto ha sufrido una transformación, así, el comercio

electrónico crece cada vez más, surgiendo nuevos términos como el de “consumidor conectado”.⁴

De igual forma el contexto político se ve impactado, específicamente en El Salvador, se vio reflejado en su máxima expresión en las elecciones del 3 de febrero de 2019 donde los partidos políticos invirtieron tiempo y dinero en campañas en redes sociales y donde el presidente electo supo explotar todas las ventajas que esta otorga, a tal punto que las personas preferían ver una transmisión por *Facebook live*, a una transmisión en televisión nacional, por lo que este tipo de campaña atrajo mayoritariamente a la población millennial y a la generación Z con edad de votar.

La presente investigación se enfoca en estudiar la incidencia de los millennials y generación Z en la reconfiguración política, económica y social de Latinoamérica, caso El Salvador 2014-2019, ya que este período ha sido testigo de grandes transformaciones como: el nacimiento de nuevos proyectos políticos, rostros jóvenes alejados de los discursos tradicionales, la evolución de nuevos modelos de negocios y el cambio del comercio tradicional a canales electrónicos y virtuales. De la misma manera, estos cambios deben estudiarse para poder dar una explicación de cómo afecta o modifica los patrones de conductas sociales, afectivos y de consumo en la sociedad.

En referencia a los alcances de la presente investigación, se aborda de manera general los posibles impactos de las nuevas tecnologías, comercio electrónico y social media en Latinoamérica y se abordarán de manera específica en El Salvador.

⁴ El término consumidor conectado parte del hecho que una persona conectada a internet, tiene en su poder herramientas y mecanismos distintos para poder tomar decisiones de compra. Arancha García. *De los millennials a la generación Z*, (Madrid: Arnold social blog, fecha de acceso 21 de marzo 2019), <http://arnoldmadrid.com/de-los-millennials-a-la-generacion-z/>.

En relación con los límites, no se investiga a profundidad las generaciones anteriores (*Baby boomers*⁵ entre otros), así como también no se medirán los datos de todos los indicadores macroeconómicos en El Salvador, sino solamente los principales, como el PIB, y algunos indicadores de desempleo sub empleo entre otros indicadores socioeconómicos. Tampoco se incluyen indicadores macroeconómicos de los demás países latinoamericanos.

Por otro lado, permite explicar los cambios de una forma que nunca antes ha sido documentada a pesar de la basta información que existe. También permite academizar el tema de la incidencia de los millennials y generación Z en la configuración política, económica y social ofreciendo una mirada amplia e integral sobre el fenómeno en estudio.

El objetivo principal es determinar la incidencia de los millennials y generación Z en la reconfiguración política, económica y social en Latinoamérica, específicamente en El Salvador durante el periodo 2014-2019, así mismo se tiene como objetivos específicos estipular las características de los millennials y generación Z en la construcción de un nuevo proyecto político y la participación de los jóvenes en política en El Salvador; medir el acceso de las nuevas formas de hacer negocios, las nuevas tecnologías y el comercio electrónico, como parte de la restructuración de la economía y finalmente, caracterizar las relaciones sociales determinadas por la *social media* en Latinoamérica haciendo énfasis en determinar el impacto social y económico. Al respecto, se sostiene como hipótesis general que la incidencia que los millennials y generación Z tienen sobre la reconfiguración política, económica y social en Latinoamérica y específicamente en El Salvador en la segunda década del siglo veinte, implica la construcción de un nuevo proyecto político en El Salvador, la participación de los jóvenes en política, nuevas formas de

⁵ Baby boomer es un término utilizado para describir a las personas que nacieron durante el baby boom, en el periodo contemporaneo posterior a la segunda guerra mundial 1946-1994.

hacer negocios, las nuevas tecnologías y el comercio electrónico en lo económico y un cambio en las relaciones sociales determinadas por la *social media* en el sector social.

Como hipótesis específicas se mantiene en primer lugar que las características y participación que los jóvenes millennials y generación Z tienen en la construcción de un nuevo proyecto político, suponen un cambio radical en la agenda política donde los ejes transversales serán: El cambio climático y el debate para la preservación del recurso hídrico a nivel mundial, inclusión social, transparencia, lucha contra la corrupción, eficiencia y distribución equitativa de la riqueza.

En segundo lugar, que el acceso de los millennials y generación Z en la reconfiguración económica de El Salvador, implica una participación cada vez mayor de éstos en la evolución de los principales indicadores macroeconómicos, así como también en el porcentaje de fuerza laboral nacional y en el impulso de los nuevos modelos de negocio, comercio electrónico y el uso de nuevas tecnologías.

Y en tercer lugar, que la caracterización de la social media en Latinoamérica y su impacto social y económico en El Salvador, está determinada por la evolución de los avances tecnológicos en las últimas 4 décadas orientados a las comunicaciones, servicios, información, entre otros, así como también por la nueva cosmovisión y motivación de los millennials y generación Z en la cual temas como la inclusión social, libertad de expresión y educación toman suma importancia.

En referencia al presente tema, no existen tesis o investigaciones anteriores que agrupen ambas generaciones, millennials y generación Z, y analicen el impacto a nivel político y social en El Salvador; no obstante sí existen estudios sobre estas generaciones a nivel económico y características generales. El primero de ellos se encuentra en la tesina publicada en mayo de 2016 por la Universidad José Matías Delgado con el título: *Características de los jóvenes*

de la generación Millennial del Área Metropolitana de San Salvador. También se encuentra la tesis publicada por la Universidad Católica San Pablo publicada en 2017 con el título: *Satisfacción laboral en los millennials en comparación a la generación “x” en Arequipa, 2017*. Finalmente se encuentra la tesis publicada en julio de 2016 por la Universidad de León España con el título: *Impacto de la generación Z y millennials en la industria televisiva española*.

La teoría a utilizarse es la de la globalización en las Relaciones Internacionales, la cual se desarrolló a finales de los 80’s y principios de los 90’s. Existen autores y teóricos que desarrollaron ideas al respecto, no obstante se destacan: Octavio Ianni, Ulrich Beck y Thomas Friedman, ellos sostienen que hay una relación inviable entre la sociedad industrial moderna y los recursos de la naturaleza y la cultura y que los sistemas de comunicación modernos modifican estructuralmente importantes patrones económicos, sociales y culturales de los países.⁶ (Velázquez 2016)

Existen tres características fundamentales en esta teoría que se relacionan con el presente trabajo: *Los sistemas de comunicación global adquieren una creciente importancia en la actualidad, gracias a lo cual las naciones, grupos sociales y personas están interactuando de manera más fluida,*⁷ en El Salvador, al igual que en otros países la población millennial fue la precursora del uso de estas nuevas tecnologías, con el paso del tiempo tanto las siguiente generación como la anterior hacen también uso de estas. *Con relación a las actividades económicas, los nuevos avances tecnológicos en las comunicaciones son cada vez más accesibles a las pequeñas y medianas*

6 Ruslan Posadas Velázquez, *Apuntes sobre las reflexiones teóricas de Ulrich Beck*, Estudios políticos México, n.37 (2016): 2, http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162016000100002.

7 Giovanni E. Reyes, *Teoría de la globalización: bases fundamentales*, Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Pittsburgh, n. 3 (2001): 46.

*empresas locales*⁸ y permiten el surgimiento del comercio virtual. Igualmente, en El Salvador han surgido nuevas formas de hacer negocios por medio del Internet. Finalmente, la teoría de la globalización también toma en cuenta los nuevos problemas a nivel internacional como, el cuidado del medio ambiente, la transparencia en el ámbito político, la inclusión entre otros temas sociales. En este sentido, la teoría de la globalización de las Relaciones Internacionales estudia esta dinámica de interrelación entre los actores del sistema internacional y explica cómo las nuevas tecnologías utilizadas e impulsadas principalmente por las nuevas generaciones (millennials y generación Z) afectan la economía mundial, el ámbito político y la forma en que la sociedad moderna interactúa dentro de la aldea global.

El tipo de investigación en el presente trabajo es cualitativo, y el nivel de análisis explicativo, ya que el fin de ésta es comprender la incidencia de los millennials y generación Z de cara a la reconfiguración política económica y social de Latinoamérica, específicamente en el Salvador. Además las unidades de análisis incluyen: generación millennial (1981-1995), y generación Z (1996-2020); nivel económico político y social en El Salvador, periodo 2014-2019.

El método seleccionado es el deductivo y las técnicas a utilizar en la investigación será la bibliográfica, ya que se cimentará en la recopilación de información contenida en documentos, libros, informes y páginas web, entre otros.

El análisis y procesamiento de la investigación se realiza por medio de la recopilación, tabulación y codificación de los datos conseguidos por medio de preguntas abiertas cerradas que se obtengan de las entrevistas realizadas.

El presente trabajo se divide en tres capítulos. En el primero, se pretende conocer el origen y evolución de los términos millennials y generación Z, la

8 *Ibíd.*

situación política actual de Latinoamérica y El Salvador así como la participación de los millennials y generación Z de cara a la construcción de un nuevo proyecto político, específicamente en materia de inclusión social, transparencia y lucha contra la corrupción.

En el segundo, se busca estudiar el impacto de los millennials y generación Z en la evolución de los principales indicadores macroeconómicos en El Salvador en el período 2014-2019, así como los indicadores de empleo y subempleo de la población millennial y generación Z en El Salvador tomando en cuenta también el comercio electrónico, las nuevas tecnologías y el emprendedurismo juvenil con el fin de medir el impacto en que estos tienen en la economía.

Finalmente en el tercero, se estudia la incidencia de la *social media* en Latinoamérica y su impacto socioeconómico en El Salvador.

CAPÍTULO I: MILLENNIALS Y GENERACIÓN Z COMO PARTE DE LA CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO PROYECTO POLÍTICO EN EL SALVADOR

Estipular las características de los millennials y generación Z en la construcción de un nuevo proyecto político y la participación de los jóvenes en política en El Salvador, es el objetivo específico de este primer capítulo, así también se intentará validar la hipótesis específica primera, la cual plantea que las características y participación que los jóvenes millennials y generación Z tienen en la construcción de un nuevo proyecto político, suponen un cambio radical en la agenda política donde los ejes transversales serán: El cambio climático y el debate para la preservación del recurso hídrico a nivel mundial, inclusión social, transparencia, lucha contra la corrupción, eficiencia y distribución equitativa de la riqueza.

Y es que para determinar, caracterizar y dar un nombre específico a las generaciones, se toman en su momento aspectos y sucesos que pueden ser: sociales, históricos, culturales, económicos y políticos; en este sentido, en el presente capítulo, se pretende analizar la situación política actual de Latinoamérica y de El Salvador, así como también se estudiarán los elementos claves en relación a la participación de los jóvenes millennials y generación Z en política.

Algunos términos han sido tomados lentamente y otros han sido adoptados inmediatamente por los teóricos que han querido dar una explicación científica o académica de los fenómenos que inciden para dar nombre a una generación específica. El fenómeno en estudio analiza términos anglosajones, que fundamentan los orígenes de los términos millennials y generación Z y bajo la óptica de la teoría de la globalización, estudia los cambios generacionales que reconfiguran la política latinoamericana actual que más adelante podrá determinar o influir la situación política de El Salvador, específicamente de los

movimientos de los millennials y la generación Z, partícipes en la política nacional.

1. Origen de los términos millennials y generación Z y su participación en política

En el presente apartado capitular se inicia abordando los orígenes de los términos millennials y generación Z, ya que esto proporciona un punto de partida que permite encontrar las características más relevantes de cara a la participación de estos en política, partiendo desde la generación de los *baby boomers*, ya que estos se consideran los padres de los millennials. Cabe destacar que cada generación está marcada por acontecimientos históricos importantes, por lo cual también se estudia brevemente cada uno de ellos. De igual forma, es importante el estudio de la situación política actual de Latinoamérica, y específicamente de El Salvador, donde se analiza el quinquenio 2014-2019 del gobierno del FMLN y una apreciación del quinto año del gobierno del expresidente Salvador Sánchez Cerén, tomando en cuenta la eficacia de la administración pública durante este período, su política exterior y compromiso con la democracia. De la misma manera, se estudia el panorama general de las últimas elecciones presidenciales de 2019. Para finalizar se estudian las características de la participación de los millennials y generación Z en política, por medio de algunos datos estadísticos, como la participación electoral 1994-2019 y la composición del padrón electoral 2019 por edades, así como también el impacto de la campaña política digital en El Salvador, con lo que se determinan los elementos principales que involucran la participación de los millennials y generación Z en política en El Salvador.

1.1 Origen y evolución de los términos Millennials y Generación Z

La generación de la cual se partirá para poder explicar el fenómeno y tener un punto de partida son los *Baby Boomers* que son la generación de personas nacidas posteriormente a la segunda guerra mundial. Este término anglosajón que hace referencia por haber nacido entre 1946 y 1964, y reciben el nombre por estar en una época marcada por el incremento de tasas de natalidad además de ser una generación muy numerosa. Los *Baby Boomers Vivieron en la época de Guerra Fría –cuando había más ideales de dinero, la de la reivindicación de derechos sociales y la incorporación de la mujer al mercado laboral.*⁹ A nivel mundial esa competencia entre las potencias de Estados Unidos y la extinta Unión Socialista Soviética (URSS), tuvieron el ideal de dar una imagen de naciones prósperas, con economías crecientes y sociedades estables. Es importante mencionar que los medios de comunicación, como la televisión y la radio jugaron un papel muy importante y característico de esta generación marcada por el contexto de la Guerra Fría.¹⁰

*En la actualidad siguen siendo una parte importante en la fuerza de trabajo numerosa, Los Baby Boomers crecieron con un enfoque gerencial verticalista y se trata de una generación optimista.*¹¹

Las características determinantes de cada generación dependerán de la situación económica, no se pueden generalizar comportamientos, además el alcance a las tecnologías no era algo muy común, y los medios de comunicación más influyentes fueron la radio y la televisión.

⁹ Mayte Rius. *Así vemos el trabajo según la edad*, (Barcelona: La vanguardia, 2016), <https://www.lavanguardia.com/vida/20160401/40801626085/diferencias-generacionales-en-el-trabajo-baby-boomers-millennials-generacion-x-generacion-z-generacion-empleo.html>.

¹⁰ Lucha entre naciones que no llega al enfrentamiento armado, aunque puede dar lugar a actos violentos.

¹¹ Andrés Hatum. *Yrrupción: los cambios generacionales y el futuro de la organización*, Temas Grupo Editorial, 2014. 44.

Los Baby Boomers sentaron el precedente de ser la mayor amenaza generacional hacia sus mayores. Las generaciones anteriores no se dieron el lujo de tener una adolescencia prolongada; después de una breve niñez, los niños ingresaron directamente a la fuerza laboral.

Pero los Baby Boomers crecieron en una época de prosperidad relativa y asistieron a la escuela durante muchos más años que sus padres. Tuvieron tiempo de desarrollar su propia cultura juvenil. El rockn'roll, el cabello largo, los movimientos de protesta, las ropas raras y los nuevos estilos de vida incomodaban a los padres. También tuvieron un nuevo medio a través del cual comunicaban su cultura: la televisión.¹²

Para la siguiente década, la desaceleración económica y el crecimiento poblacional disminuye en toda América Latina, dependiente de políticas de organismos internacionales multilaterales afectan directamente en los cambios políticos y sociales. La publicidad aún se difunde por medios convencionales. La Generación X está en su punto determinante, para dar un punto de partida desde 1965 hasta el año 1976, originalmente esta generación se denominó como *Baby Bust* debido a la baja en las tasas de natalidad en los Estados Unidos, pero el término no se popularizó. *En su lugar, conocemos a esta generación como la generación X, en honor al título de la novela de Douglas Coupland. La X se refiere a un grupo que se siente excluido de la sociedad y que ingresa a la fuerza laboral sólo para ver que sus hermanos y hermanas han ocupado todos los puestos. Los Generación X están entre el grupo mejor educado de la historia. Han experimentado algunas de las tasas de desempleo más altas en Estados Unidos, que alcanzaron hasta 10.8% de noviembre a diciembre de 1982, aunque los últimos de la Generación X han visto un descenso en estos niveles. También han padecido uno de los niveles*

¹² Tapscott, Don. La era digital: cómo la generación NET está transformando al mundo, McGraw-Hill Interamericana, 2009.

*salariales iniciales más bajos en relación con cualquier otro grupo desde aquellos que ingresaron a la fuerza laboral durante la Depresión de 1930. La generación X, ahora adultos con edades de entre 32 y 43, son comunicadores agresivos quienes están extremadamente enfocados en los medios.*¹³

En esta generación, se da el comienzo de la travesía tecnológica del Internet, pero no en la manera rápida, esta generación se enfoca en obtener un nivel de bienestar a través de los bienes materiales, y así mismo obtener logros académicos, comienza la degradación notable del medio ambiente. En el traslape generacional se han adaptado a las nuevas tecnologías, diversificando su fuerza laboral, adaptándose a la competitividad que la tecnología ofrece, en ese sentido han sido los partícipes en decisiones políticas importantes, y han percibido cambios en modelos de negocios altamente diversificados. Por otro lado, la generación X, ha presenciado los conflictos civiles que fueron un común denominador en Latinoamérica, y de cierta manera se asemeja a lo vivido por sus antecesores *baby boomers*, con la diferencia que es esta generación quienes toman conciencia de la degradación del medio ambiente, pero a nivel internacional solo los países industrializados no asumen responsabilidades. La generación X anglosajona y latinoamericana se diferencia por medio de sus formas de vida, siendo la primera con mayor alcance a las tecnologías por ser quienes residen en los países donde la desarrollan. Ahora bien, la generación X latinoamericana tendrá un alcance a las tecnologías con un desfase, pero accedieron tempranamente quienes poseían mayores niveles de ingresos económicos.

1.1.1 **Generación Y o millennials**

¹³ Don Tapscott. La era digital: cómo la generación NET está transformando al mundo. McGraw-Hill Interamericana (Estados Unidos 2009), 15.

Este término generacional está basado en la anunciación del nuevo milenio y quienes han nacido a la llegada del nuevo milenio. La generación millennial se ubica entre el siglo XX y principios del siglo XXI. Comprende a los jóvenes nacidos entre 1980 y 2005, cuyas edades fluctúan entre los 20 y los 35 años. Predecesores de la generación X, nacieron con la tecnología y crecieron en la era digital.

Bajo esta categoría se vislumbra en los Estados Unidos a un total de 105 millones de personas. En este sentido y siguiendo el reporte de tendencias digitales. Conecta tu marca con los millennials, actualmente en Latinoamérica 30% de la población es millennials. Además, según una proyección de la consultora Deloitte en 2025 representarán 75% de la fuerza laboral del mundo (Gutiérrez, 2014).¹⁴

Esta es la generación marcada por los efectos de la globalización dónde las comunicaciones son más aceleradas, ahorrando tiempo y distancia, además marcan la revolución de los sistemas análogos a digitales. Para esta generación la exigencia laboral les exige mayor preparación académica por la creciente competencia laboral.

La generación Net¹⁵ llega a la madurez. En 2008, el mayor de la generación cumplió 31. El más joven cumplió 11. En todo el mundo la generación está inundando los lugares de trabajo, el mercado y todo nicho en la sociedad. Están aportando su poder demográfico, conocimiento de los medios, poder de

¹⁴ César Medina Salgado, "Los millennials su forma de vida y el streaming", Núm. 50, Julio / Diciembre, 2016, ISSN 1606-8459, versión digital, <http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/4932/Los-millennials-su-forma-de-vida-y-el-streaming.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

¹⁵ Don Tapscott en su libro "La era digital" Tapscott, Don. La era digital: cómo la generación NET está transformando al mundo, McGraw-Hill Interamericana, 2009. Reconoce a la generación millennial como: Generación Net o Net Gender; por estar vinculados directamente con las redes sociales y los efectos que conlleva la vivencia con los medios modernos digitales.

*compra, nuevos modelos de colaboración y paternidad, espíritu empresarial y poder político al mundo.*¹⁶

Principalmente las redes sociales marcan en definitiva esta generación, plataformas como: *Facebook, YouTube, Twitter, Instagram y WhatsApp* son los medios de comunicación que acercan a la población millennial de todo el mundo, con tan solo tocar una pantalla táctil. El acceso a Internet, desarrollo de la banda ancha y la fibra óptica tiene mucho que ver con el fácil intercambio de información.

La Organización Internacional de Juventud de Iberoamérica resalta que no se pueden generalizar a los millennials ni encasillarlos dentro de una sola categoría, y que habrá una diferencia de edades dentro de la misma generación.¹⁷

Al igual que generaciones anteriores el término millennial es heterogéneo y muy diversificado a lo largo de toda Latinoamérica, abarcando dimensiones culturales, políticas, sociales y económicas.

1.1.2 Generación Z

La generación Z o Centennials, por nacer a partir del cambio de siglo, parten de 1995 al 2010, con edades comprendidas entre los 8 y 23 años, aun es una generación en construcción marcada por tendencias globales en las que la tecnología influye en el comportamiento. De igual manera no se debe homogenizar el término, debido a las diferencias de edades dentro de la misma generación.

¹⁶ Tapscott, Don. La era digital: cómo la generación NET está transformando al mundo, McGraw-Hill Interamericana, 2009, 3.

¹⁷ Organismo Internacional de Juventud, "MILLENNIALS ¿UNA CATEGORÍA ÚTIL PARA IDENTIFICAR A LAS JUVENTUDES IBEROAMERICANAS?" <https://oij.org/wp-content/uploads/2017/08/Sobre-la-categori%CC%81a-Millennials-Versi%C3%B3n-web.pdf>.

De cara a simplificar y a riesgo inevitable de generalizar, debemos seguir utilizando las etiquetas generacionales. Utilizaremos, por tanto, la etiqueta Generación Z para englobar a las generaciones más jóvenes que han crecido en los albores de la sociedad digital y que, en algunos casos, se refieren exclusivamente a los adolescentes que ahora cuentan con menos de 20 años de edad y otras veces se incluirán también a los millennials más jóvenes. Más allá de las fechas de nacimiento de sus integrantes, algunas diferencias son prácticamente imperceptibles, sobre todo en la frontera entre ambas generaciones, principalmente en lo que se refiere a su relación con la digitalización y a su forma de informarse.¹⁸

Ya los medios de comunicación son más veloces, semejante a lo que han vivido los millennials, la concepción de la vida en sociedad ya no está marcada con ideales de formar una familia, sino más bien, de crear las posibilidades de cambio o mejorar situaciones medio ambientales, la protección de la flora y fauna, ya son temas que esta generación comienza a dar un cambio que detona cierta diferencia con los millennials, sin embargo es claro que la dependencia a las tecnologías es mayor.

Cuadro 1.1 Sucesos marcados en las diferentes generaciones

Generación	Baby Boomers	Generacion X	Generacion Y Millennials	Generacion Z
Eventos presenciados	Guerra fría Guerra de Vietnam Primer hombre en la luna	Caída del muro de Berlín SIDA Drogas Guerra del golfo	Caída de las torres gemelas Guerra de Irak Guerra de Afganistán	Calentamiento global Crisis financiera Crisis medio ambiental Inflación

¹⁸ Pepe Cerezo. Director Evoca. "La Generación Z y la información" n7, (2016) http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_7_la_generacion_z_y_la_informacion.pdf.

	Asesinato de Kennedy Lucha por los derechos civiles		Escándalos corporativos	
Tecnología	Radio Tv Long play	Fax Computadora personal Teléfono celular Calculadoras	Mensajes de texto Redes sociales La era "I" (Ipods, Iphone, Ipad) Internet DVD- Blue Ray	Redes sociales Desarrollo de la tecnología 5G Era Huawuei

Fuente: Elaboración propia con datos de Don Tapscott en su libro La era digital.

1.2 Situación política actual de Latinoamérica

Al abordar la situación política de Latinoamérica se observa una serie de hechos que al abordarlos indican una serie de cambios políticos, sociales y económicos; cada uno caracterizado por las necesidades y cambios estructurales de gobiernos y así mismo de los cambios ideológicos que en la última década han generado escenarios de crisis, inseguridad política, altos niveles de contaminación; aumentando la crisis climática. Así también, la corrupción es un problema bastante común en los países latinoamericanos. Las tensiones sociales son las que más han marcado las transformaciones políticas, sociales y económicas con bajos niveles de desarrollo, altos índices de migración hacia los Estados Unidos son factores que han incidido en los cambios sociales en los países latinoamericanos.

1.2.1 Antecedentes

El siglo XXI para Latinoamérica ha sido hasta su segunda década, definitivamente muy colorido, lleno de diversos tintes y matices políticos. Definitivamente hubo riqueza en recursos y la estabilidad política que caracterizó a la región durante la década de los noventa del siglo XX, después del cese de conflictos armados en la región, la institucionalización de movimientos políticos izquierdistas –que de alguna manera- garantizaba la bienvenida de la democracia en América Latina, volviendo sus mercados aún más atractivos a la inversión de cualquier latitud del planeta que pudiese y estuviese en la disposición de invertir en América Latina, en medio de un proceso globalizador en países que abrazaban con esperanza la democracia. La estabilidad política alcanzada en la década de los noventa, permitió a muchos países de la región para el inicio del siglo XXI tornarse en centros de poder político y económico muy importantes en la región, independientemente el color que representaran; dicha estabilidad aunada a la institucionalización de las izquierdas a nivel político en el seno de sociedades democráticas, abrió paso a los discursos de justicia social y de cambio presentado en el discurso de la izquierda latinoamericana hasta llegar finalmente al poder político de muchos países e intentar regular los mercados, redirigiendo el comercio a países de sus esferas, como es el caso de Venezuela con el ALBA y UNASUR como alternativa a la OEA.

El inicio del siglo XXI no solamente representó el nacimiento de nuevos polos de poder regional y con ellos un nuevo mundo multipolar; sino también moldeó a una generación completa para desvincularse de los discursos políticos tradicionales y a diferencia de la generación que los antecede –la generación X- (1960-1980) que se desencantó y desentendió de la política, los millennials y Centennials se comprometen totalmente con causas políticas que resuelvan problemas reales.

En la esfera comercial, Latinoamérica está en medio de una guerra comercial, en donde Estados Unidos y la República Popular de China se disputan la hegemonía comercial. Latinoamérica directamente está influenciada por el mercado estadounidense, Europa también posee un alto interés por el comercio latinoamericano.

1.2.2 Situación actual

Las economías de Latinoamérica están dentro de un modelo neoliberal, se busca el beneficio de las grandes empresas transnacionales, así mismo los organismos multilaterales, como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional dictan programas de ajuste estructural, como recetas a las economías de los países de Centro y Suramérica.

En Centro América es notable la orientación de los gobiernos que siguen la línea política neoliberal, a excepción de Nicaragua, que continua bajo el gobierno del presidente Daniel Ortega, bajo la bandera del Frente Sandinista de Liberación Nacional, por otra parte son notorios los casos de corrupción en países como Guatemala, Honduras y El Salvador que ha finalizado un gobierno de izquierda con ex funcionarios de gobierno acusados de corrupción, por otra parte, en gane del presidente constitucional, Nayib Bukele Ortez, quien es considerado uno de los gobernantes más joven de Latinoamérica, con sus 37 años entra en la categoría millennial, quien se alinea a las políticas estadounidenses que marcan la tendencia neoliberal muy creciente en Centroamérica.

México tuvo un cambio radical, con la llegada del Presidente Manuel López Obrador al poder ejecutivo, éste inició un proceso de reestructuración de políticas económicas más centralizadas y no escatimó en aumentar el control de los recursos naturales que pasan al estado. Los organismos multilaterales

como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional disminuirán su participación por las nuevas políticas tomadas por el presidente mexicano.

Es importantísimo destacar los cambios políticos y sociales ocurridos en las últimas décadas, desde el fallecimiento del expresidente de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Chávez Frías, que conllevó a los cambios políticos en Suramérica, como por ejemplo: Brasil y Argentina cuyos gobiernos pasaron de ser de una izquierda a una derecha liberal, cambiando el mapa político.

1.3 Situación política actual en El Salvador

Sin duda alguna, la situación política de El Salvador ha experimentado grandes cambios en los últimos años, marcados principalmente por el fin del bipartidismo existente durante 30 años, ocasionado por diferentes factores, así como también el destape de los casos de corrupción de los últimos gobiernos de ARENA y el FMLN. En el presente apartado capitular se abarcará brevemente la evaluación general del quinquenio 2014-2019 y una apreciación del quinto año del gobierno del expresidente Salvador Sánchez Cerén, que incluirá la eficacia de la administración pública durante este período, su política exterior y compromiso con la democracia, así como también se brindará un panorama general de las últimas elecciones presidenciales de 2019.

1.3.1 Generalidades

El Salvador es un país ubicado en Centro América, posee una extensión de territorio de 21.040,79 km², su forma de gobierno es presidencialista, y está conformado por los tres órganos de estado principales, el órgano ejecutivo, encabezado por un jefe de estado y su gabinete de gobierno donde cada 5 años, es elegido mediante elecciones populares democráticas, el órgano legislativo compuesto por los 84 diputados de la Asamblea Legislativa, los

cuales son elegidos cada 3 años también vía elecciones populares, y el órgano judicial compuesto por la corte suprema de justicia y sus magistrados los cuales, son elegidos por los diputados de la Asamblea Legislativa. Estos 3 poderes dividen sus facultades de gobernar y se rigen por la constitución de la republica la cual establece las funciones de cada uno.

El período 2014-2019 del gobierno del ex presidente Salvador Sánchez Cerén se traduce como una continuación del período anterior al mando de Mauricio Funes, con la diferencia principal que el partido oficial tuvo mayor control del gobierno que en el período anterior. En este período el presidente contó con el respaldo de la cúpula del FMLN y mostró una sólida relación con ellos, a diferencia del gobierno de Mauricio Funes donde sí existieron ciertas diferencias entre el presidente y la cúpula. Esto se entiende ya que el expresidente Sánchez Cerén fue un líder histórico y miembro fundador del partido, Mauricio Funes no.¹⁹

Así mismo el expresidente Sánchez Cerén encontró un respaldo en su gabinete de gobierno el cual estuvo también controlado por el FMLN que a diferencia del período anterior, en este período se configuró por miembros de la comisión política del FMLN, en su mayoría diputados del grupo parlamentario de la legislatura 2012-2015, así mismo el FMLN también lideró gran parte de los ministerios y las instituciones autónomas, esto otorgó al partido un alto grado de presencia territorial y de poder presupuestario.

Otro punto a destacar fue la relación entre el órgano legislativo y el ejecutivo, donde el Gobierno encontró un respaldo en el partido GANA lo cual fue fundamental para que se echara a andar el proyecto de gobierno. El ejecutivo

¹⁹ FUSADES, *El Salvador. Año político*, Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social. Departamento de Estudios Políticos, n. 5 (Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador: 2019): 6, http://fusades.org/sites/default/files/An%CC%83o%20politico%205%20FINAL%2031%20mayo%202019_0.pdf.

se enfrentó a 3 legislaturas diferentes donde la correlación de fuerzas varió constantemente (ver tabla 1.1).

Tabla 1.1 Composición de la Asamblea Legislativa (2012-2021)

Partido	2012-2015	2015-2018	2018-2021
ARENA	28	35	37
FMLN	31	31	23
GANA	11	11	10
PCN	7	6	9
PDC	1	1	3
CD	1	0	1
No partidario	0	0	1
UPES	11	5	0

Fuente: elaboración propia con base en información oficial del TSE y FUSADES

Durante los primeros años de esta administración, el bloque FMLN, GANA y PCN aprobó una serie de decretos polémicos, en su mayoría, en el área fiscal y anticorrupción, como la contribución especial para financiar el plan “El Salvador Seguro” y la Ley de Probidad,²⁰ que luego sería declarada inconstitucional.

También el gobierno encontró problemas en su relación con los sindicatos ya que ellos reclamaban una falta de apoyo por parte del ejecutivo para la realización de labores sindicales.

1.3.2 Administración pública

En relación a la eficacia de la administración pública de gobierno del expresidente Sánchez Cerén, es importante analizar el cumplimiento de las

²⁰ Ibíd. 10.

metas planteadas en las áreas estratégicas que son: inversión pública y grandes proyectos de infraestructura; el clima de inversión, los programas sociales en materia de educación, salud y agricultura. Las cuales presentaron serias deficiencias en la implementación de las políticas públicas, carencia de visión estratégica, dificultades, y atrasos en proyectos de infraestructura de gran magnitud.

A lo cual, el gobierno y el partido oficial no reconocieron sus errores y dijeron que las fallas fueron por causa de factores externos fuera del control de la administración. En general hubo pocos logros alcanzados y fallas en el cumplimiento de las metas.²¹

1.3.3 Política exterior

Respecto a la política exterior del gobierno del FMLN se puede identificar un antes y un después, ya que durante el tiempo, que Hugo Martínez fue el canciller de la república, (2009-2014) la política exterior se caracterizó por ser constante y acertada ya que se sobreponían las necesidades del país, antes que las ideológicas y esto continuó de esta forma durante el primer año de gobierno del presidente Sánchez Cerén, no obstante, al finalizar el periodo la gestión en política exterior fue duramente criticada, ya que sí se dirigió con influencia ideológica. Tal es el caso del rompimiento de relaciones diplomáticas con la Republica de China Taiwan y la apertura de relaciones con China Popular, sabiendo que afectaría la relación con el principal socio en la región, los Estados Unidos,²² la cual la embajadora de EEUU en El Salvador Jean Manes calificó en ese momento como complicada, por lo cual ella fue llamada para ciertas consultas por el gobierno central en Washington.²³

²¹ *Ibíd.* 45-46.

²² *Ibíd.* 69.

²³ William Hernández, "Embajadora estadounidense: Tenemos una relación complicada con Gobierno salvadoreño", *El Diario de Hoy*, 5 de octubre de 2018.

También las relaciones con EEUU se tensionaron con el tema de las caravanas migrantes de Centroamérica a EEUU, ya que según la administración del presidente Donald Trump, el gobierno salvadoreño no hacía nada por impedir el avance de las caravanas.

En resumen, *durante el quinquenio y como resultado de una política exterior abierta al mundo, El Salvador estableció relaciones diplomáticas con diecisiete nuevos países, en su mayoría de África, Asia y Oceanía. En el período 2014-2015, abrió relaciones diplomáticas con Malí, Kosovo, Uzbekistán, Fiyi, y Togo; en el período 2015-2016, con Kenia, Senegal, Mozambique, y Kirguistán; en el período 2016-2017, con Nepal, Etiopía, y Bangladesh; en el período 2017-2018, con Maldivas, Islas Marshall, Uganda y Samoa; y finalmente, en el período 2018-2019, con la República Popular China. Cabe aclarar que de todos los anteriores, El Salvador únicamente abrió una nueva embajada en China Popular.*²⁴

1.3.4 Compromiso con la democracia

En lo referente al compromiso con la democracia, durante su último año de gestión, el Presidente Sánchez Cerén se apegó a la constitución y respetó los principios generales de la democracia, no obstante la alianza con los regímenes autoritarios de Nicaragua y Venezuela continuaron. Durante su mandato sus declaraciones siempre fueron de respaldo hacia las actuaciones de los presidentes de ambos países, tanto Nicolas Maduro, como Daniel Ortega. Esto se reflejó en las votaciones en la OEA en lo referente a hechos de violencia en Nicaragua por parte del gobierno, o el restablecimiento del orden constitucional por vía legal en Venezuela, El Salvador se abstenía o callaba.

<https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/embajadora-estadounidense-tenemos-una-relacion-complicada-con-gobierno-salvadoreno/525033/2018/>.

²⁴ *Ibíd.* 70.

1.3.5 Elecciones presidenciales de 2019

Las elecciones presidenciales de 2019 pusieron fin a al dominio bipartidista del ARENA y del FMLN que desde 1989 controlaban el ejecutivo, dominando un promedio del 90% de los votos válidos desde 1994.²⁵ Nayib Bukele se impuso el 3 de febrero ante estos dos partidos tradicionales con el 53.1% de los votos válidos, teniendo la ventaja en los 14 departamentos. Como bien se sabe, los problemas sociales y económicos, continúan siendo las principales áreas débiles del país, seguido de la creciente inseguridad, que es el desafío con el que más de cuatro gobiernos han fracasado al intentar resolver.

A esto se le añade el problema de la corrupción en la cual el expresidente Saca ha sido condenado por los delitos de peculado y lavado de dinero, de aproximadamente US \$300 millones,²⁶ lo cual ha afectado negativamente la imagen y reputación del partido ARENA, y de igual forma la condición de asilado y condena por enriquecimiento ilícito del expresidente Mauricio Funes ensuciaron grandemente la imagen del FMLN, lo que dio como resultado final el gane del presidente Bukele, a pesar de las trabas que se encontró, ya que en primer lugar el TSE no realizó los trámites pertinentes para la apertura del partido Nuevas Ideas en tiempo y cancelaron el partido Cambio Democrático. Sin embargo, el presidente Bukele logró ganar la presidencia mediante la implementación de la primera campaña política digital del país, Bukele utilizó las campañas en redes sociales, y a menudo daba sus mensajes por *Facebook Live*, aunque de igual forma, realizaba la campaña tradicional, aunque no con tanto ímpetu como los otros partidos.

²⁵ *Ibíd.* 111.

²⁶ William Hernández, "Tony Saca condenado a 10 años de cárcel por sustraer más de \$300 millones", *El Diario de Hoy*, 12 de septiembre de 2018, <https://historico.eldiariodehoy.com/historico-edh/92636/tony-saca-condenado-a-10-anos-de-carcel-por-sustraer-mas-de-300-millones.html>.

Tan seguro estaba el candidato en esa época Nayib Bukele de ganar la presidencia, que se dio el lujo de faltar a dos de los debates con los demás candidatos.

En este sentido, los problemas con los que se enfrenta el nuevo gobierno, son en su mayoría los mismos que los períodos anteriores, en materia de seguridad, crecimiento económico entre otros.

1.4 Participación de los millennials y generación Z en política

En el área política los millennials y generación Z están teniendo una influencia importante, ya que no solamente tienen voto, sino también voz. El auge de las nuevas tecnologías y el Internet ha facilitado el acceso a la información en gran manera, como resultado estas generaciones son cada vez más críticas con el sistema. La mayoría de millennials y generación Z no se sienten representados por las organizaciones e instituciones políticas tradicionales ya que sus acciones y debilidades han sido expuestas y no basta con tener un discurso político lleno de promesas para ganar su confianza y enmendar su crítica situación, ellos demandan acciones reales.

1.4.1 Características de la participación de los millennials y generación Z en política

De acuerdo a una encuesta realizada por Telefónica en España, *más de la mitad de los jóvenes a nivel mundial no se sienten representados por su gobierno, y tan solo el 28% admite haber participado en los últimos procesos electorales. El nivel de desencanto y desafección, principalmente en Europa y Estados Unidos, es altísimo. Es una generación políticamente independiente*

(o indecisa). Pues no cree en los partidos (en su actual configuración), los considera parte del problema y no de la solución.²⁷

En El Salvador esto se ve reflejado claramente con el porcentaje de participación electoral de la población en las elecciones presidenciales de los últimos años. El porcentaje de participación electoral se calcula con la suma de los votos de los partidos en contienda, más la suma de los votos nulos, los impugnados y las abstenciones. El resultado se compara con el número de salvadoreños inscritos en el padrón electoral y se puede observar un descenso marcado. (Ver tabla 1.2)

Tabla 1.2 Participación Electoral 1994-2019

Años	Votos	
	Totales	Padrón
1994	1,431,035	2,737,743
1999	1,223,196	3,171,224
2004	2,317,981	3,442,330
2009	2,659,138	4,226,479
2014	3,016,658	4,955,107
2019	2,648,266	5,268,411
Total general	13,296,274	23,801,294

Fuente: Elaboración propia con base en datos del TSE

En las elecciones de 2004 el presidente Elías Antonio Saca fue electo con un 67% de participación de la población en comparación con el padrón electoral. En 2009 el porcentaje fue 62%, en 2014 el porcentaje fue similar al de 2009 con un 64%, no obstante para las elecciones de 2019 se puede observar un incremento considerable de la población en el padrón electoral, en el cual más

²⁷ INJUVE, “Jóvenes y generación 2020”, revista de estudios de juventud, (2015): 162, http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108_12-generacion-millennials-y-la-nueva-politica.pdf.

de trescientas mil personas fueron añadidas, sin embargo la participación fue de tan solo el 52%.²⁸

Además de esto de acuerdo a un estudio realizado por EDH con datos del TSE basados en el padrón electoral, desde 2012 solamente el 28.9% de los votantes tienen una edad menor de 30 años, el 14.3% corresponde a generación Z, jóvenes entre 18 a 23 años y 14.6% corresponden a los millennials con edades entre los 24-29 años (Ver tabla 1.3 y gráfico 1.1). Respecto a la participación electoral, el estudio también muestra un promedio del porcentaje de aporte de los diferentes segmentos etarios. Los datos muestran una proporción similar a la de los electores dentro del padrón que cada segmento aporta en votos emitidos. *Como los datos permiten apreciar, la participación del grupo desde los 18 hasta los 23 años de edad ha contribuido un 14.6% en promedio durante las últimas elecciones. En el caso del segmento comprendido entre los 24 y los 29 años, el aporte fue en promedio del 13.8%.²⁹*

²⁸ El Diario de Hoy, “INFOGRAFÍA: “Esta elección presidencial es la segunda con menor participación”, El Diario de Hoy, 07 de febrero de 2019, https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/esta-eleccion-presidencial-es-la-segunda-con-menor-participacion/565545/2019/#cookies_

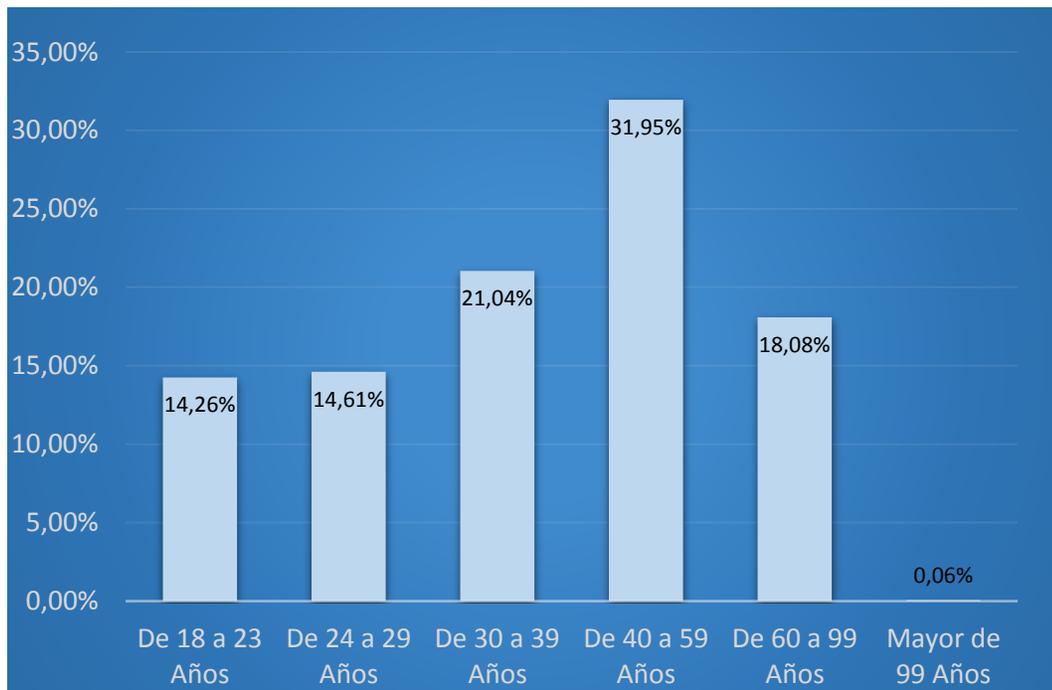
²⁹ El Diario de Hoy, “INFOGRAFÍA: Mayores de 40 años decidirán elección presidencial 2019”, El Diario de Hoy, 10 de diciembre de 2018, <https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/infografia-mayores-de-40-anos-decidiran-eleccion-presidencial-2019/547054/2018/>.

Tabla 1.3 Composición del padrón electoral 2019

Segmento	Electores	Porcentaje
De 18 a 23 Años	750355	14,26%
De 24 a 29 Años	769033	14,61%
De 30 a 39 Años	1107329	21,04%
De 40 a 59 Años	1681317	31,95%
De 60 a 99 Años	951219	18,08%
Mayor de 99 Años	3210	0,06%
Total general	5262463	100,00%

Fuente: Elaboración propia con base en datos del TSE

Gráfica 1.1 Composición del padrón electoral 2019



Fuente: Elaboración propia con datos del TSE

También el estudio resalta que para las elecciones de 2014 la participación de los jóvenes menores de 30 años incrementó ocho puntos porcentuales en comparación a las elecciones de 2009.

Esto lleva a interpretar, que a pesar que la mayoría de millennials y generación Z no se sienten representados por los movimientos y partidos políticos tradicionales de izquierda ni derecha y que en comparación a los demás grupos etarios todavía no representan la mayoría de votos, su participación está incrementando de manera significativa. Además, de acuerdo al comunicador y asesor político español Antonio Gutiérrez los millennials están transformando la forma de hacer política, ya que son un punto de encuentro entre la vieja política y la nueva política donde las organizaciones y partidos tradicionales no están respondiendo a la misma velocidad que los cambios de la ciudadanía digital requiere, ya que éstos siguen utilizando los mismos métodos ortodoxos tanto en sus campañas políticas como en la elaboración de sus propuestas y ejecución de sus planes de gobierno.

1.4.2 Discurso del “Fin del bipartidismo (ARENA-FMLN)” en El Salvador e impacto de la campaña política digital

En El Salvador después de la firma de los acuerdos de paz en 1992, la contienda política y el poder, ha estado predominantemente polarizada por los dos principales partidos de derecha e izquierda, por un lado el partido ARENA gobernó el ejecutivo por 20 años, y esto se traduce en 4 períodos presidenciales de propuestas y promesas que giraban alrededor de temas como el crecimiento económico, seguridad y bienestar social. No obstante las políticas ejecutadas por el gobierno durante este período, encaminaron al país por el rumbo contrario y algunas de estas políticas en lo económico fueron la privatización del sistema de pensiones, mediante la entrada de las AFP's, la privatización de la banca nacional, la dolarización y la ratificación del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos DR-CAFTA. La implementación de estas políticas neoliberales, dio como resultado un crecimiento económico

insostenible, raquíptico y mal repartido que debilitó aún más la frágil economía salvadoreña.³⁰

Esto afectó principalmente a los sectores más vulnerables de la población, y a la pequeña y mediana empresa ya que esta no estaba en condiciones para competir con las grandes corporaciones estadounidenses, además de esto, los precios de la canasta básica y productos de primera necesidad aumentaron considerablemente su precio, no así el salario promedio de los salvadoreños, lo que generó desempleo, migración principalmente de jóvenes hacia EEUU y la agudización del problema de inseguridad que afecta principalmente a los jóvenes millennials.

Por el otro lado el FMLN llegó al poder en 2009, y durante 10 años sus propuestas también giraban en torno mejorar el bienestar de la población, seguridad, y generación de empleos y crecimiento de la economía, no obstante los principales problemas del país se profundizaron, la economía salvadoreña siguió débil, se crearon nuevos impuestos, la inseguridad se disparó a tal punto que El Salvador con las estadísticas de homicidios y desapariciones, fue reconocido como el país más violento de Latinoamérica y uno de los países más violentos del mundo, la tasa de desempleo continuó alta y se ejecutaron políticas y acciones que afectaron negativamente el bienestar social de la población, como la reforma de pensiones, la presunta negociación con las pandillas, desabastecimiento de medicamentos en los hospitales debido al despilfarro y a una mala administración de los recursos del estado entre otras. Pero sobre todo, en ambos periodos se han descubierto y destapado casos de corrupción y nepotismo, donde tres expresidentes han sido señalados de robos millonarios al estado, dos de ellos fueron encontrados culpables, y el tercero, escapó hacia Nicaragua, además han utilizado al estado salvadoreño

³⁰ Raúl Moreno, *La globalización neoliberal en El Salvador. Un análisis de sus impactos e implicaciones* (Barcelona: Fundación Món-3, 2005), 51-52.

como su empresa personal, contratando familiares y amigos en las diferentes carteras del estado.

Este panorama, es muy bien conocido por la mayoría de millennials y generación Z gracias al Internet que ha facilitado el acceso a la información y que esta no solo proviene de los medios tradicionales como el periódico, radio y televisión. Por lo cual se ha generado un descontento y malestar de la población, en contra de estos dos partidos políticos, especialmente por parte de la población millennial y generación Z, que busca oportunidades y no las encuentra. Aún dentro del gobierno y la Asamblea Legislativa siguen gobernando los mismos políticos de antaño y no dan paso a un relevo generacional en el sistema político del país.

Es por ello que al surgir un político millennial con un discurso en contra de la corrupción y que ataca también a los dos grandes partidos, este logra captar la atención de la población salvadoreña especialmente los millennials y generación Z haciendo uso de las nuevas tecnologías, redes sociales y ejecutando la primera campaña política digital a gran escala en El Salvador, y una de las primeras de Latinoamérica. Como resultado Nayib Bukele ganó las elecciones de 2019 y fue electo como presidente de la república de El Salvador.

1.4.3 Elementos principales que involucran la participación de los millennials y generación Z en política

Para una mejor comprensión de este fenómeno, Antoni Gutiérrez destaca tres elementos principales que permiten a los millennials tener una razón para involucrarse en la estructura política formal y participar en ella.

El primer elemento está relacionado con la teoría de la globalización y se refiere a que la política debe ser móvil y en red, lo que significa que el uso de la tecnología ya no es una opción para las organizaciones partidos políticos y

gobernantes, sino una obligación si quieren interactuar con sus ciudadanos, ya que los millennials utilizan redes sociales y sus dispositivos móviles para comunicarse, interactuar y para organizarse. De esta manera se podrá conectar con los formatos y herramientas que los millennials y generación Z esperan y también se hará posible la construcción de puentes para que ellos participen en política.³¹

El segundo elemento es que los millennials estarían dispuestos a participar, pero para decidir, ellos no buscan ser solo receptores pasivos de decisiones, ellos quieren participar de ellas e influir en sus gobernantes, ya que las limitaciones de la política tradicional les muestran su incapacidad *para interpretar y comprender bien la realidad, seleccionar el capital humano y gestionar eficientemente los recursos públicos, representar a la ciudadanía generando entornos transparentes, confiables y permeables, y proponer soluciones sostenibles e innovadoras a los retos sociales con una acción ejecutiva y legislativa adecuada en tiempo y forma.*³²

No hay duda, que la desconfianza crece en los millennials y generación Z debido a la falta de eficacia, eficiencia y a la corrupción de la política tradicional en El Salvador. Es por ello que estos se sienten listos para afrontar estos grandes retos, empezando por una regeneración democrática.³³

Esto lleva al tercer elemento que es el conocimiento y acción compartida para impulsar nuevas formas de hacer política, exigentes y vigiladas, mediante el uso de las Tecnologías de la Información (TIC's) con lo cual se busca incrementar los niveles de transparencia y erradicar la corrupción mediante una política vigilada que incluya una nueva generación de herramientas de

³¹ INJUVE, "Jóvenes y generación 2020", revista de estudios de juventud, (2015): 162, http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108_completa_0.pdf.

³² *Ibíd*em 163.

³³ Regeneración democrática es el restablecimiento y profundización de la democracia que se ha degenerado; que los «degenerados», que lo han provocado, abandonen el poder, marchándose con viento fresco, dejando las instituciones del Estado limpias de corruptos, que han saqueado las arcas públicas y prostituido la democracia.

fiscalización, observación, geolocalización y monitorización de la acción pública, no obstante en El Salvador esto todavía no existe, todavía se está a nivel de denuncia ciudadana a través de redes sociales.

En conclusión se puede afirmar que bajo la óptica de la teoría de la globalización, como una de las teorías del desarrollo, el uso de las nuevas tecnologías, y redes, son un punto clave para la reestructuración de la política de El Salvador, ya que permiten la transición de la vieja política a la nueva política mediante, la interacción del gobierno con sus ciudadanos, campañas políticas digitales y la vigilancia de la política. El objetivo específico, el cual era estipular las características de los millennials y generación Z en la construcción de un nuevo proyecto político y la participación de los jóvenes en política en El Salvador se cumplió, y la hipótesis específica la cual establece, que las características y participación que los jóvenes millennials y generación Z tienen en la construcción de un nuevo proyecto político, supone un cambio radical en la agenda política donde los ejes transversales serán: El cambio climático y el debate para la preservación del recurso hídrico a nivel mundial, inclusión social, transparencia, lucha contra la corrupción, eficiencia y distribución equitativa de la riqueza, se validó en el sentido, que las características y participación que los jóvenes millennials y generación Z tienen en la construcción de un nuevo proyecto político, sí suponen un cambio radical en la agenda política. Que la participación de los jóvenes millennials y generación Z en política ha incrementado en los últimos años y aunque no representan la mayoría de los votos en las elecciones, sí tienen una influencia importante. Que la globalización, las nuevas tecnologías y redes sociales juegan un papel muy importante en la participación de los jóvenes millennials y generación Z en política ya que son la vía donde ellos interactúan, se comunican y se organizan. Y finalmente la agenda política estaría compuesta primeramente con el tema de la lucha contra la corrupción ya que es la punta del iceberg, mediante una regeneración política y una política vigilada, abierta,

transparente, y donde existan una inclusión mediante el uso de las tecnologías de la información, y donde los temas como el cambio climático y el debate para la preservación del recurso hídrico a nivel mundial, no son la prioridad a corto plazo, no obstante, si están en la agenda.

CAPÍTULO II: INCIDENCIA DE LOS MILLENNIALS Y GENERACIÓN Z EN LA RESTRUCTURACIÓN DE LA ECONOMÍA EN EL SALVADOR

El objetivo específico del presente capítulo es medir el acceso de las nuevas formas de hacer negocios, las nuevas tecnologías y el comercio electrónico, como parte de la restructuración de la economía, así también se pretende validar la hipótesis específica dos, en la que se establece: que el acceso de los millennials y generación Z en la reconfiguración económica de El Salvador, implica una participación cada vez mayor de estos en la evolución de los principales indicadores macroeconómicos, así como en el porcentaje de fuerza laboral nacional y en el impulso de los nuevos modelos de negocio, comercio electrónico y el uso de nuevas tecnologías.

Es interesante destacar, que la nueva era digital iniciada en la última parte de la década de los 90, coincide también con el nacimiento de la generación Z y la niñez-adolescencia de los millennials, lo que los hace nativos digitales.³⁴

Dos décadas después, los millennials y generación Z están jugando un papel primordial en la reconfiguración mediática de Latinoamérica y el mundo, no solamente a nivel político o social, sino también económico, implicando la entrada del comercio electrónico, y el uso de las nuevas tecnologías, así como el incremento de su participación en la fuerza laboral nacional, por lo que en el presente capítulo, se aborda el panorama general de los millennials y generación Z en la economía salvadoreña, la medición con los indicadores de empleo, subempleo y salario, la inserción y participación de estos en la fuerza laboral del país y por último se aborda la incidencia del comercio electrónico y las nuevas tecnologías en la economía.

³⁴ El término nativo digital se refiere, a aquellas personas que nacieron o crecieron en la era digital, entre el período 1995-2015, es decir la generación Z. (Es de recordar que los millennials son los que nacieron entre 1981 y 1999, a ellos se les domina inmigrantes digitales)

2. Panorama general de la economía y la inserción de los millennials y generación Z en el mercado laboral salvadoreño

En el presente capítulo se conoce cuál es la incidencia de los millennials en la economía salvadoreña, por lo cual se inicia analizando el panorama general de los millennials y generación Z en la economía, empezando por tener claro la situación actual de la economía en El Salvador. Seguidamente se estudia las dos formas en que los millennials se insertan en la economía, que son: su inserción en el mercado laboral, donde se analizan las condiciones en la que los jóvenes se insertan en él, y el emprendimiento juvenil. Luego se hace una caracterización demográfica de la fuerza de trabajo en El Salvador. Además se analizan los principales indicadores de desempleo, como las tasas de desempleo, de participación global, población económicamente activa y de ocupación y salarios, finalizando con el estudio de las nuevas tecnologías, el comercio electrónico y las formas de hacer negocios en El Salvador.

2.1. Panorama general de la economía salvadoreña

El Salvador, posee una economía de mercado tercermundista, que se caracteriza por haber adoptado las medidas neoliberales recomendadas por los organismos financieros internacionales en los años 90's, entre las cuales se encuentran la apertura de los mercados, mediante la ratificación y firma de los tratados de libre comercio, privatización de la banca, entrada de las AFP's, entre otras. Hasta la década de 1970, el principal modelo económico en El Salvador, era el modelo agroexportador, lo que significaba que la mayor parte de los ingresos del PIB³⁵ provenía de los productos de agro exportación, como el café, algodón y azúcar. Hoy en día, el panorama ha cambiado totalmente, y el sector industrial ya no es el motor principal que mueve la economía, si no el

³⁵ El producto interior bruto (PIB) es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país.

sector comercio, sobre todo, la parte informal, el sector servicios, y el flujo de remesas que los salvadoreños en el exterior envían al país, a diferencia de los países desarrollados de Primer Mundo, en los cuales su principal sector es el industrial, lo que les permite desarrollar nuevas tecnologías, y desarrollo de software.

Respecto a las remesas, para 2018 se estimó que 1.5 millones de salvadoreños viven en el exterior y estos enviaron \$5,468.7 millones según datos del Banco Central de Reserva (BCR); además, las remesas aumentaron un 8% en comparación al 2017.³⁶

Otro dato interesante, es que el dinero percibido por las remesas se gasta principalmente en consumo final, lo que significa que no se invierte, sino que se ocupa en gastos de primera necesidad, pago de alquileres, servicios, lujos y gastos varios, por lo cual no es dinero que se convierte en capital, ni que dinamice de la economía de la mejor forma.

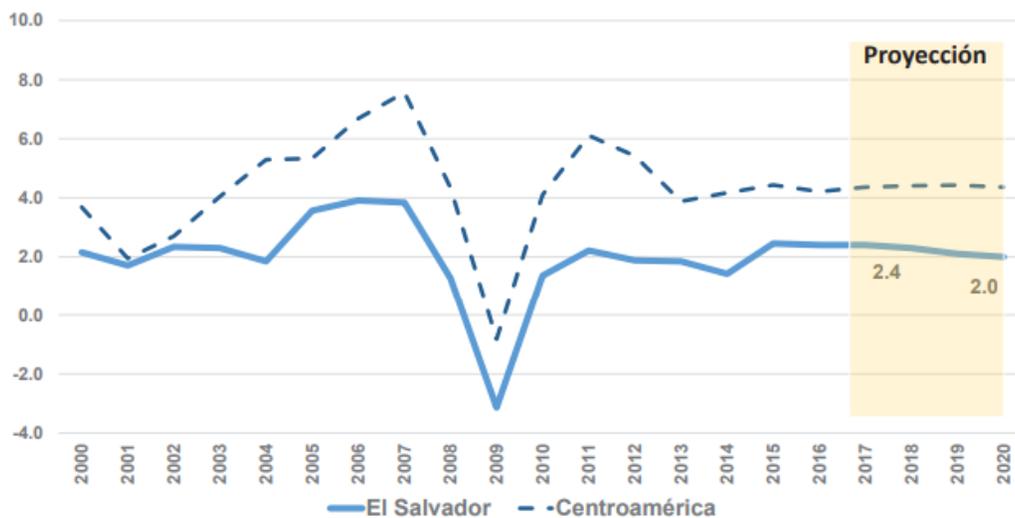
En las últimas décadas, la economía salvadoreña se ha caracterizado por un ritmo de crecimiento lento y desigual. De acuerdo a un estudio realizado por FUSADES en 2017, se estima que del año 2000 al 2016, la economía salvadoreña tuvo un promedio de crecimiento de tan solo 2%, en contraste con la década de los 90s, donde la economía sostuvo un promedio de crecimiento del 4%.³⁷ *Este bajo desempeño se ha mantenido en el transcurso de la presente década en 1.8% (2010-2016). Incluso al comparar su desempeño con el promedio de países de la región de Centroamérica (4.6%) (2000-2016), se puede observar que El Salvador creció a menos de la mitad*

³⁶Banco Central de Reserva “Remesas familiares de El Salvador crecen 8.4% y superan los \$5,400 millones en 2018, BCR, 16 de Enero de 2019, [https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1281:remesas-familiares-de-el-salvador-crecen-84-y-superan-los-\\$5400-millones-en-2018&Itemid=168](https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1281:remesas-familiares-de-el-salvador-crecen-84-y-superan-los-$5400-millones-en-2018&Itemid=168).

³⁷ FUSADES, *El mercado laboral salvadoreño: retos de la formalización y el crecimiento económico*, Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social. Departamento de Estudios Económicos, n. 35 (Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador: 2017): 2, http://fusades.org/sites/default/files/Analisis%20economico%2035_El%20mercado%20laboral%20salvadore%C3%B1o_Nov2017_0.pdf.

que los países de la región. Similar situación se registra si se compara con América Latina.³⁸ Asimismo, según las estimaciones del FMI, para 2020 la situación no cambiará.

Gráfica 2.1 Crecimiento económico El Salvador-Centroamérica 2000-2020



Fuente: Banco Central de Reserva (BCR) y Fondo Monetario Internacional (FMI).

Este bajo crecimiento ha incidido directamente en el bienestar de la población, ya que una economía frágil y con crecimiento lento, trae como consecuencia tasas elevadas de desempleo, falta de oportunidades, incremento de la delincuencia y exclusión de los sectores más vulnerables de la población, entre los cuales se encuentran, las mujeres y los jóvenes millennials y generación Z.

Sin lugar a dudas, no es posible crear nuevos empleos, ni generar nuevas oportunidades para estos sectores sin un sostenido crecimiento en la economía, por lo cual surge la pregunta ¿Cuánto más debería crecer la

³⁸ *Ibíd.*

economía para poder satisfacer la demanda de oportunidades formales que la población necesita? De acuerdo al mismo estudio, *se realizaron estimaciones para determinar a cuánto debió crecer el empleo formal en los últimos nueve años para satisfacer la necesidad de empleo formal, es decir, que la formalidad absorba el total de nuevos entrantes al mercado laboral, y esta indicó que el empleo formal debió crecer en 5.9%. En virtud de la estabilidad del desempeño entre el empleo y la expansión de la economía, se estableció que el crecimiento económico debería ser superior al 5% cada año.*³⁹ Por supuesto, este crecimiento no es algo que se alcanza de la noche a la mañana, ya que es necesario crear un plan de acción y mucho esfuerzo, para lograr una reconfiguración de la economía en su conjunto, donde no solo el gobierno esté involucrado, sino también otros sectores, e instituciones.

2.1.1 Panorama general de los millennials y generación Z en la economía salvadoreña

Para tener una visión acertada de los millennials y generación Z en la economía salvadoreña, es importante tener un panorama claro de la economía nacional, su modelo económico, sus indicadores macroeconómicos más importantes, entre otros aspectos. Esto será de mucha ayuda para analizar a detalle las condiciones en la que los millennials y generación Z se insertan al mercado laboral y cómo estos inciden en la reconfiguración del sector económico del país. Algo importante a considerar es que no existen indicadores económicos o macroeconómicos que puedan medir el impacto específico de la población millennial y generación Z en los números macroeconómicos del país, ya que estos se brindan de manera general, no existiendo una separación por rango de edades. Sin embargo, sí se puede medir el impacto que los millennials tienen en la economía por medio de su

³⁹ *Ibíd.*

inserción laboral, tasas de desempleo y fuerza laboral, al fin y al cabo, no se puede movilizar una economía, sin considerar su mano de obra.

2.1.2 Inserción de los millennials y generación Z en el mercado laboral

Principalmente, existen dos formas en que los millennials y generación Z se insertan en la economía, la primera de ellas es su inserción en el mercado laboral, la segunda de ellas es por medio del emprendedurismo juvenil. Y es que éstos, enfrentan una gran dificultad para insertarse en el mercado laboral salvadoreño, principalmente por la falta de experiencia, competencias laborales y las pocas oportunidades que se les ofrece. Esta falta de competencias está relacionada con la educación, muchos de los jóvenes en El Salvador, se ven obligados a dejar sus estudios, por la falta de recursos económicos y optan por buscar un trabajo que en su mayoría es de carácter informal, con baja remuneración, precarias condiciones y casi inexistentes prestaciones laborales, algo que se denomina como sub empleo. Adicionalmente, otra buena parte de los jóvenes caen en la categoría de “ninis”, un término que abarca a los jóvenes que no trabajan, ni estudian, que además, una parte de ellos se integran a los grupos delictivos en El Salvador denominados “Maras”.

De acuerdo a un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en 2018 denominado “Millennials en América Latina y el Caribe: ¿trabajar o estudiar?”, uno de cada cuatro jóvenes en El Salvador, ni estudia, ni trabaja, ni se capacita y de este grupo, un 44% se encuentra buscando un trabajo; un 12% no sabe qué hacer, un 10% no le interesa y el resto, se dedica a tareas domésticas no remuneradas.⁴⁰

⁴⁰ Rafael Novella *et al*, *Millennials en América Latina y el Caribe: ¿trabajar o estudiar?* (Banco Interamericano de Desarrollo. División de Mercados Laborales, 2018), 223-224.

Cabe destacar que no todo va bien para los jóvenes que sí logran graduarse de una carrera universitaria, ya que después de graduados y en algunos casos con alguna especialización, les es difícil encontrar un trabajo, debido a que las oportunidades son realmente escasas y si encuentran un trabajo relativo a sus competencias, muchas veces sus expectativas salariales no se cumplen, la mayoría siente que la inversión que realizaron en su educación no será compensada con su rango salarial.⁴¹

Por otro lado, el aprendizaje de otros idiomas como parte del desarrollo de nuevas competencias laborales, se ha incrementado en los últimos años, nuevas industrias, como los *call centers*, que son transnacionales que brindan servicio de *outsourcing*,⁴² están constantemente contratando a miles de salvadoreños, que en su mayoría son jóvenes, y personas deportadas principalmente de Estados Unidos y donde muchos profesionales graduados de universidades terminan trabajando, ya que estas empresas ofrecen un salario muy por encima del mínimo, y en algunas ocasiones, mayor que el que podría ganar un profesional en alguna rama de su carrera, no obstante, las condiciones laborales no son las ideales, ya que se caracterizan por tener extenuantes jornadas laborales, altos niveles de estrés y poca flexibilidad en los horarios, lo que al final podría llegar a afectar la salud y vida social del trabajador y un estancamiento en su rama profesional ya que las posibilidades de crecer profesionalmente son pocas. Aunque no solamente la industria de los *call centers* se caracteriza por eso, ya que otras industrias como, atención al cliente en restaurantes, industria maquilera también se dan este tipo de precarias condiciones laborales.

⁴¹ *Ibíd.*

⁴² *Outsourcing*, es un término del inglés que se puede traducir al español como 'subcontratación', 'externalización' o 'tercerización'. En el mundo empresarial, designa el proceso en el cual una organización contrata a otras empresas externas para que se hagan cargo de parte de su actividad o producción.

2.1.3 Emprendimiento juvenil

La segunda forma en que los millennials y generación Z se insertan e impactan en la economía, es a través de emprender; esto es, aquella persona que concretiza una idea de negocio, a través de un proyecto, el cual planifica y ejecuta. En otras palabras, un emprendedor es aquella persona que crea su propia empresa o negocio.

Según el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) los tipos de emprendimiento se dividen básicamente en dos categorías, la primera es por necesidad y la segunda, por oportunidad.⁴³

La primera categoría, también se subdivide en emprendimiento de subsistencia, que lo constituyen aquellas acciones empresariales que buscan generar ingresos diarios para sobrevivir, entre algunos ejemplos están aquellos jóvenes y personas que tiene pequeños puestos de comida, tiendas locales entre otros; y el emprendimiento tradicional, que son aquellas acciones empresariales que buscan la generación de ingresos diarios, que cuentan con una estructura organizacional y que no cuentan con una planificación ni una visión de crecimiento sostenido.

La segunda categoría se subdivide en emprendimiento dinámico, que se da cuando se constituyen acciones empresariales con un alto potencial de crecimiento, que genera una ventaja competitiva, a través del uso del conocimiento, la gestión tecnológica, el talento humano, recursos financieros o de inversión y una estructura de gobierno corporativo. Y el emprendimiento de alto impacto, que son aquellas empresas que tiene la capacidad de transformar y dinamizar las economías a través de procesos sistemáticos de

⁴³ Guillermo Gutierrez, *Evolución del emprendimiento en El Salvador*, En Científica. Época, n. 2 D (El Salvador: 2013):192, <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/2216/1/Evolucion%20del%20emprendimiento.pdf>.

innovación, este tipo de empresas tiene un crecimiento alto y sostenido debido al alto grado de financiación, gracias a sus inversionistas.⁴⁴

En este sentido, existe un grupo minoritario de millennials y generación Z, los cuales piensan de manera diferente que la mayoría de jóvenes hoy en día que solo piensan en estudiar o prepararse para obtener un buen trabajo, este grupo piensa en ser su propio jefe, tener un horario propio, y por supuesto obtener una buena remuneración. Y no es que la mayoría de jóvenes no piense en poner su propio negocio, sino que las condiciones que el país ofrece son muy limitadas, empezando por el acceso al crédito, casi ningún banco, ni institución financiera en el país estaría dispuesta a brindar un préstamo para financiar una pequeña empresa, menos a un joven millennial o generación Z que no tiene cómo garantizar la inversión. Adicionalmente, si una pequeña empresa es creada, sus posibilidades de sobrevivir más de un año son muy escasas, de igual forma le será muy difícil dar un salto del emprendimiento por necesidad, al emprendimiento por oportunidad, esto debido a que el ecosistema de emprendimiento⁴⁵ en El Salvador no ha sido tan dinámico, el gobierno no se ha involucrado tanto en el impulso de una estrategia de apoyo a los emprendedores y además las leyes y políticas no protegen a la pequeña y mediana empresa, un ejemplo de esto se refleja en el cláusula del DR-CAFTA referente al trato a la nación más favorecida, en la cual las transnacionales estadounidenses tienen el mismo trato arancelario que las empresas locales, por lo que los productos importados como plásticos, ropa, alimentos, tecnología entre otros, entran al país con precios más bajo y muchas veces con mejor calidad, logrando que el consumidor nacional prefiera comprar lo importado a lo local, propiciando así que sea muy difícil para las

⁴⁴ *Ibíd.*

⁴⁵ El ecosistema emprendedor, es todo aquello que facilita el desarrollo del accionar emprendedor, por ejemplo: el sistema financiero, el gobierno, organismos no gubernamentales (ONG), la infraestructura, centros educativos, recursos naturales y otros recursos del país.

pequeña y mediana empresa sobrevivir debido a la desigual competencia. Además, en el país tampoco existen muchas incubadoras de empresas, las cuales puedan brindar procesos de apoyo a los jóvenes emprendedores. Así, la mayoría de empresas dirigidas por jóvenes millennials, fueron producto de herencias familiares o capital inicial familiar.

El emprendimiento juvenil por oportunidades podría ser la forma en que los jóvenes millennials y generación Z tengan mayor impacto en la reconfiguración económica del país, ya que a mayor creación de empresas, mayores empleos, y al ser empresas de carácter nacional, la economía salvadoreña se dinamizaría directamente. Para ello sería necesario un impulso aun mayor del ecosistema de emprendimiento, donde los jóvenes emprendedores, puedan presentar sus ideas, obtener soporte de empresarios ya establecidos, universidades, contactos y financiación.

2.2 Evolución de los indicadores de empleo y subempleo de la población millennial y generación Z en El Salvador

Sin lugar a dudas, los jóvenes millennials, y generación Z son parte del presente y sobre todo, son el futuro de un país. Esta etapa de la vida es una de las más importantes, ya que la juventud es una transición de la niñez a la adultez, donde se toman las decisiones más importantes, sobre todo a nivel educacional y laboral. Según un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo *un 41% de los jóvenes en la región se dedica exclusivamente al estudio, un 21% solo trabaja, un 17% realiza ambas actividades y un 21% no estudia, se capacita o trabaja. Además, se observan diferencias en los años de educación que alcanzan los jóvenes en los distintos países de América Latina y el Caribe. Respecto a sus resultados laborales, los jóvenes muestran una temprana inserción laboral (a los 16 años, en promedio) y altas tasas tanto*

*de informalidad como de rotación laboral.*⁴⁶ Y es que una de las preguntas más importantes que hoy en día los jóvenes tienen, es la de ¿Cómo se insertarán en el mercado laboral? La respuesta a esta pregunta está determinada por un sinfín de variables, las cuales van desde lo que ellos desearían ser, que corresponde a sueños y aspiraciones desde la niñez, hasta las oportunidades con las que los jóvenes puedan contar, la familia en la que nacieron, condiciones socioeconómicas, ubicación geográfica y sobre todo la educación, a esto se le añade, las condiciones que el país de origen pueda ofrecer para su inserción en el mercado laboral; es por ello importante analizar los indicadores relacionados al empleo, ocupación, población económica activa entre otros, y con ello determinar estas condiciones en las que los jóvenes millennials y generación Z se insertan al mercado laboral salvadoreño.

2.2.1 Caracterización demográfica de la fuerza de trabajo en El Salvador

Con el fin de analizar con mayor precisión los indicadores de empleo y desempleo de El Salvador, especialmente de la población millennial y generación Z, es importante realizar una caracterización de los términos relacionados al sector laboral para medir la tasa de desempleo y subempleo así como también entender sus significados.

Población total: De acuerdo a la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2018 (EHPM) realizada por la Digestyc para 2018 la población total de El Salvador fue de 6,642,767 personas, de las cuales 4,096,070 residen en el área urbana y 2,546,697 en la rural. También cabe destacar en este informe que la población salvadoreña es relativamente joven, ya que el 52.6% está en el rango de edad de 30 años o menos y solamente el 13.2% tiene 60 años o más.

⁴⁶ Rafael Novella *et al*, *Millennials en América Latina y el Caribe: ¿trabajar o estudiar?* (Banco Interamericano de Desarrollo. División de Mercados Laborales, 2018), 22.

Población en edad de trabajar (PET): Se refiere la población con suficiente edad como para incorporarse a las actividades productivas del país y es definido por cada país de acuerdo al nivel socioeconómico de la población; en El Salvador una persona con edad de trabajar, se considera desde los 16 años. (Ver tabla 2.1 y gráfica 2.2)

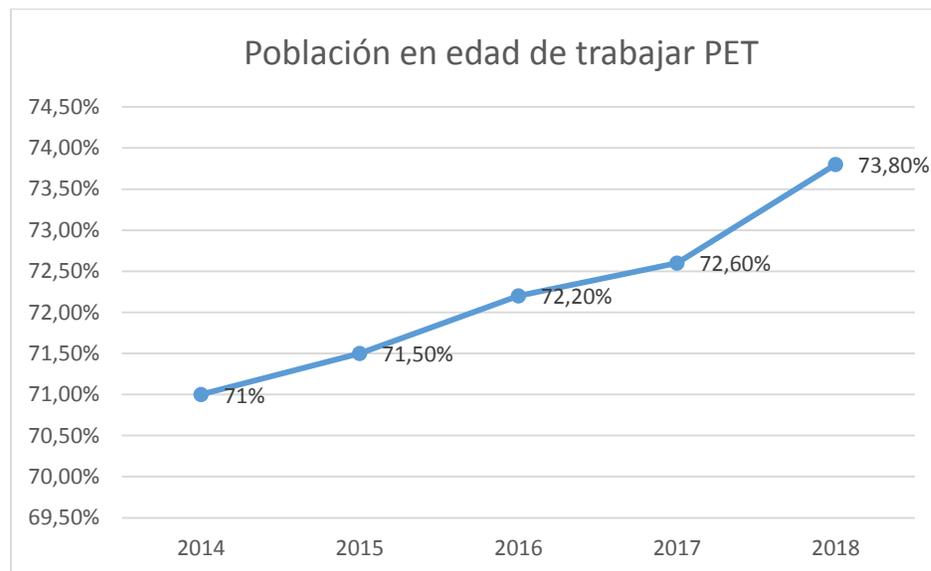
Tabla 2.1

Población en edad de trabajar PET		
Año	PET (Número de personas)	PET % respecto a la población total
2014	4,527,736	71%
2015	4,616,655	71.50%
2016	4,710,551	72.20%
2017	4,780,530	72.6%
2018	4,900,541	73.8%

Fuente: Elaboración propia con base en la EHPM (varios años)

Para representar tendencia, se utilizan gráficas a continuación de las tablas.

Gráfica 2.2



Fuente: Elaboración propia con base en la EHPM (varios años)

La evolución de los años 2014 a 2018 de la PET demuestra que el país tiene un alto porcentaje de personas con edad de ejercer una actividad productiva, este indicador no ha crecido solamente en número, sino también en porcentaje respecto a la población total.

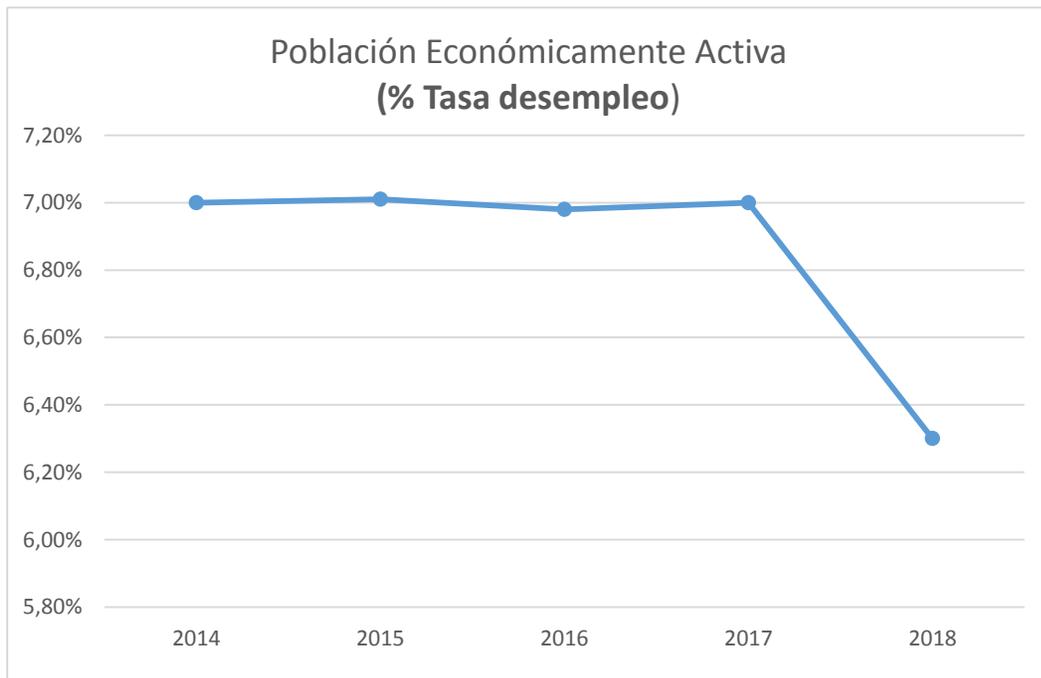
Población económicamente activa (PEA): Este término se refiere al total de la población que está ocupada, es decir empleada, más la población desocupada, la cual está en una búsqueda constante de un empleo, que a su vez son parte de la PET. Este indicador sirve para definir la tasa de desempleo. (PEA= ocupados + desocupados). En el periodo 2014-2018 se puede observar que hasta 2017 el porcentaje de PEA se ha mantenido estable, en un porcentaje alrededor del 7%, en el 2018 hubo una caída del 0.70%. (Ver tabla 2.2 y gráfica 2.3)

Tabla 2.2

Rubro	Población Económicamente Activa			
	Empleados	Desempleados	% Tasa de desempleo	Total número de PEA
2014	2644,082.00	198,915.00	7.00%	2842,997.00
2015	2667,032.00	200,934.00	7.01%	2867,966.00
2016	2727,017.00	204,636.00	6.98%	2931,653.00
2017	2,753,533.00	207,255.00	7.00%	2,960,788.00
2018	2,815,676.00	189,314	6.30%	3,004,990.00

Fuente: Elaboración propia con base en la EHPM (varios años)

Gráfica 2.3



Fuente: Elaboración propia con base en la EHPM (varios años)

Población Económicamente Inactiva (PEI): Se refiere al grupo de la PET que no está buscando un empleo de forma activa, por ejemplo los estudiantes y amas de casa se encuentran dentro de esta categoría.

Ocupados: Grupo de PEA la cual poseen un trabajo, del cual perciben una remuneración. Este grupo se divide en **ocupados plenos**, que son los que trabajan más de 40 horas a la semana, es decir un trabajo formal, **subempleados visibles** que son aquellos que trabajan menos de 40 horas a la semana, y **subempleados invisibles** que son aquellos que ganan menos del salario mínimo. (Ocupados = ocupados plenos + subempleados visibles + subempleados invisibles). Es interesante destacar que de acuerdo a la EHPM para 2014 la tasa de ocupación fue del 93%, donde el 55.6% de los ocupados trabajaron como asalariados. De estos, el 39.8% eran permanentes y el 15.8% temporales. Con lo que se muestra, que el 44.4% de los ocupados trabajan en el sector informal, sin gozar de los beneficios y prestaciones que la ley brinda, y donde el otro 15.8% no posee un trabajo estable. Al observar a la población ocupada por rangos de edad se tiene que el 56.9% se encontraba en el rango de 16 a 39 años, el 32.9% se encontraba en el de 40 a 59 años de edad, mientras que el 10.2% tenían una edad de 60 o más años. Para 2018 la tasa de ocupación fue del 93.7%, es decir 94 de cada 100 personas económicamente activas estaban ocupadas.

Desocupados: Es el grupo de PEA el cual anda buscando trabajo y no encuentra, este grupo se divide en cesantes, que son los que anteriormente ya habían trabajado y aquellos que buscan un trabajo por primera vez. Para 2014 la tasa de desocupación fue del 7%, para 2018 esta fue del 6.3%, con lo que se redujo levemente durante este período.

2.2.2 Indicadores de desempleo y salarios

Tasa global de participación (TGP) y tasa de inactividad

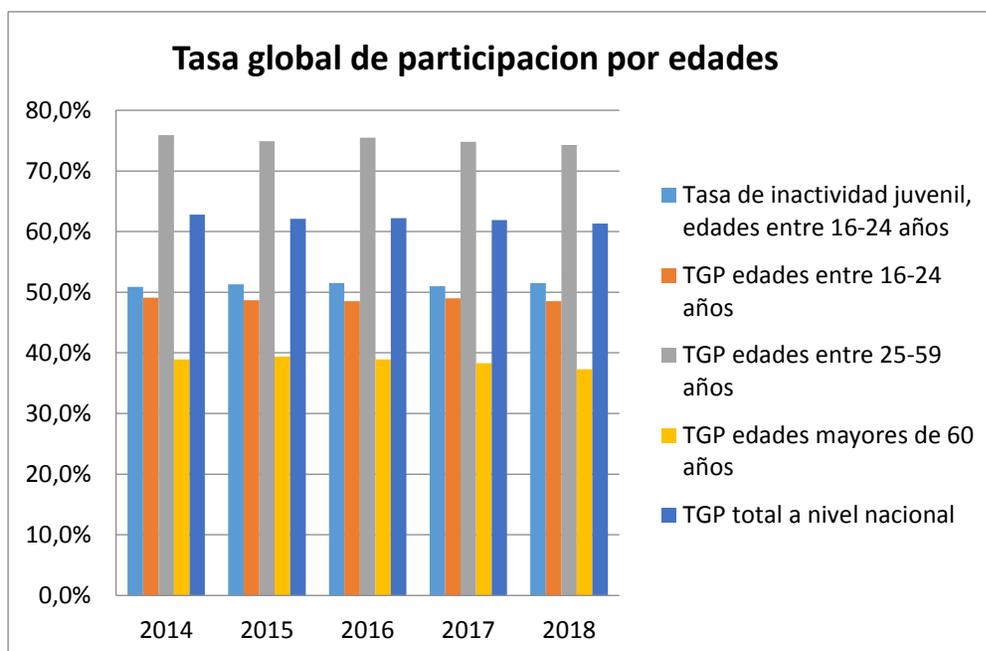
La tasa global de participación es un indicador que mide el tamaño relativo de la fuerza de trabajo, este indicador se calcula, definiendo una relación porcentual entre el número de personas que componen la PEA y la PET. Por otro lado la tasa de inactividad está relacionada directamente con la TGP y se refiere a la población que siendo parte de la PET no están trabajando, ni están buscando un trabajo de manera constante, por lo cual se considera población inactiva. Para 2014 la TGP fue del 62.8% a nivel nacional, y la tasa de inactividad fue del 37.2%, es decir que de cada 100 personas en edad de trabajar, 63 personas están ocupadas u ofertando su fuerza de trabajo al mercado laboral y 37 personas están inactivas. Para 2018 la TGP fue de 61.3% y la tasa de inactividad fue de 38.7% lo que indica un leve incremento de la tasa de inactividad en los últimos años. Es importante también analizar estos indicadores por edades, ya que permite caracterizar el mercado laboral a nivel demográfico, lo cual también permite determinar el aporte de los jóvenes a la fuerza laboral del país. Para 2014 la TGP en los jóvenes de 16 a 24 años fue del 49.1% y la tasa de inactividad fue del 50.9% mientras que para 2018 la TGP en los jóvenes de 16 a 24 años fue del 48.5% y la tasa de inactividad fue del 51.5%. (Ver tabla 2.3 y gráfica 2.4)

Tabla 2.3

Tasa Global de Participación por edades					
Año	Tasa de inactividad juvenil, edades entre 16-24 años	TGP edades entre 16-24 años	TGP edades entre 25-59 años	TGP edades mayores de 60 años	TGP total a nivel nacional
2014	50.9%	49.1%	75.9%	38.9%	62.8%
2015	51.30%	48.7%	74.9%	39.4%	62.1%
2016	51.5%	48.5%	75.5%	38.9%	62.2%
2017	51.0%	49.0%	74.8 %	38.3%	61.9%
2018	51.5%	48.5%	74.3%	37.3%.	61.3%

Fuente: Elaboración propia con base en la EHPM (varios años)

Gráfica 2.4



Fuente: Elaboración propia con base en la EHPM (varios años)

Tasa de desempleo y salarios

La tasa de desempleo en El Salvador en 2015 fue la segunda más alta de Centro América después de Costa Rica, según datos del Fondo Monetario Internacional con un 7.01% y es que del 2014 al 2017, la tasa de desempleo a nivel nacional se mantuvo constante en aproximadamente un 7%, hasta 2018 que la tasa de desempleo se redujo a un 6.30% (ver tabla y gráfica 2.4).

No obstante, es interesante destacar que la tasa de desempleo en El Salvador se concentra mayormente en la población de jóvenes millennial y generación Z. Para 2014 la tasa de desempleo en jóvenes en edades entre 16-24 años era de un 15% y para 2018 fue de 13.60% (ver tabla 2.4), y de acuerdo a un estudio realizado en 2018 por la Fundación para la Educación Superior (FES), con el apoyo de la Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN) y la Fundación Gloria de Kriete, se llegó a la conclusión que los jóvenes millenials y generación Z son los más afectados por la tasa de desempleo, ya que para 2017 la tasa nacional de desempleo fue de 7% y la tasa de desempleo en jóvenes entre 16-29 años fue del 11%, cuatro puntos porcentuales más alto que la tasa de desempleo a nivel nacional, y no solamente eso, también es importante recalcar que los jóvenes millennial y generación Z se insertan en el mercado laboral en condiciones más precarias que los otros grupos de edades pertenecientes a la PET. Esto se demuestra mediante la tasa nacional de trabajo decente, la cual asciende a 20.4% con relación al 17.1% en el caso de los jóvenes en edades entre 16-29 años de edad. De hecho el mercado laboral salvadoreño es considerado precario y dentro de este, la población joven se lleva la peor parte.⁴⁷

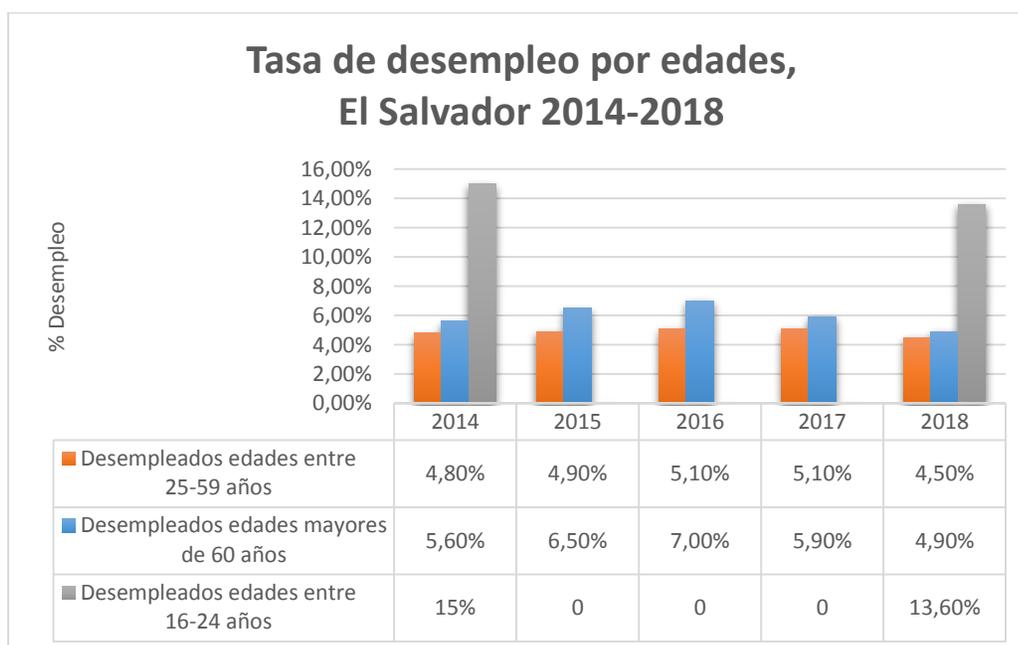
⁴⁷ Carolina Rovira, “¿Y si termino la escuela? Un análisis de la inserción laboral de la juventud salvadoreña”, Cuadernos FES, n.3 (2018): 19, <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/3686/1/Y%20si%20termino%20la%20escuela.pdf>.

Tabla 2.4

Tasa de desempleo por edades, El Salvador 2014-2018			
Año	Desempleados edades entre 16-24 años	Desempleados edades entre 25-59 años	Desempleados edades mayores de 60 años
2014	15%	4.8%	5.6%
2015	14.4%	4.9%	6.5%
2016	14.2%	5.1%	7.0%
2017	14.4%	5.1%	5.9%
2018	13.6%	4.5%	4.9%

Fuente: Elaboración propia con base en la EHPM (varios años)

Gráfica 2.5



Fuente: Elaboración propia con base en la EHPM (varios años)

Lo mismo ocurre con los salarios, ya que *los salarios promedio de los jóvenes, sin importar su género o su lugar de residencia, son menores que el mínimo de ley para los que tienen educación básica, bachillerato e incluso educación técnica superior. Es decir, en el país terminar la educación escolar no garantiza que se logrará ganar el salario mínimo de ley. Pero una evidencia aún mayor de la precariedad que enfrentan las juventudes salvadoreñas son los salarios promedio de aquellos que tienen educación universitaria, que apenas superan el salario mínimo, ganando en promedio US\$408 dólares mensuales.*⁴⁸ El estudio también destaca que el salario promedio de las personas que tiene estudios hasta noveno es de \$198 mensuales; los que tienen estudio de bachillerato ganan \$244; y las personas con educación técnica, estudios de educación superior o con profesorado obtienen \$287. Sin lugar a dudas, son varias las desventajas con las cuales los jóvenes se enfrentan al insertarse en el mercado laboral, con lo cual muchos de ellos acceden a trabajar por salarios menores que el mínimo, y aunque tengan estudios universitarios terminados, no hay garantía de que puedan salir del estado de precariedad.⁴⁹ Es difícil calcular los rangos de salarios por edades, ya que tanto una persona joven como una mayor pueden tener un salario alto y viceversa ambos pueden tener un salario bajo. No obstante, de acuerdo a las estadísticas de la EHPM de 2018, el nivel educativo sí está muy relacionado con el rango salarial; a mayor nivel educativo, se tiene un mejor salario.

⁴⁸ *Ibíd.* 20.

⁴⁹ *Ibíd.* 21.

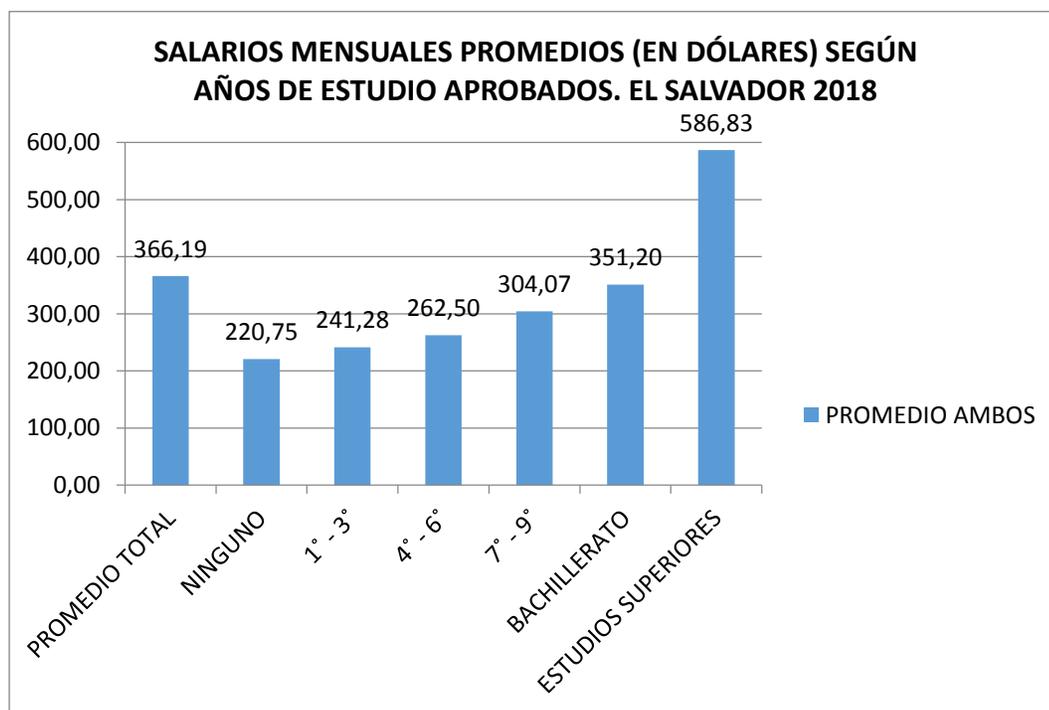
Tabla 2.5 Salarios mensuales promedios en dólares por sexo, según años de estudio aprobados. El Salvador 2018

GRADOS DE ESTUDIO APROBADOS	SALARIOS (DÓLARES)		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	\$366.19	\$403.54	\$322.72
NINGUNO	\$220.75	\$251.82	\$199.68
1° - 3°	\$241.28	\$277.68	\$208.48
4° - 6°	\$262.50	\$302.31	\$221.25
7° - 9°	\$304.07	\$343.38	\$245.14
BACHILLERATO	\$351.20	\$385.82	\$304.71
ESTUDIOS SUPERIORES	\$586.83	\$628.40	\$543.77

Fuente: Elaboración propia con base en la EHPM 2018

Siguiendo esta línea, se puede tener una estimación del rango salarial de los jóvenes en El Salvador, tomando como referencia el nivel educativo de estos. Según las estadísticas de educación de la EHPM de 2018, realizada con los jóvenes de entre 18 a 29 años a nivel nacional, el 2.4% de ellos no tiene ningún grado académico, por lo que su salario promedio sería de \$220.75, el 4.5% posee estudios de primero a tercer grado, su salario sería de \$241.28 el 11.2% de cuarto a sexto grado, por lo que su salario sería \$262.50, el 21.7% de séptimo a noveno, con un salario promedio de \$304.07, el 41.0% estudios de bachillerato, con un salario promedio de \$351.20 y solamente el 19.2% tienen estudios superiores al bachillerato, como técnicos, estudios universitarios o postgrados por lo que este grupo tendría un salario promedio de \$586.83. (Ver gráfica 2.6)

Gráfica 2.6



Fuente: Elaboración propia con base en la EHPM 2018

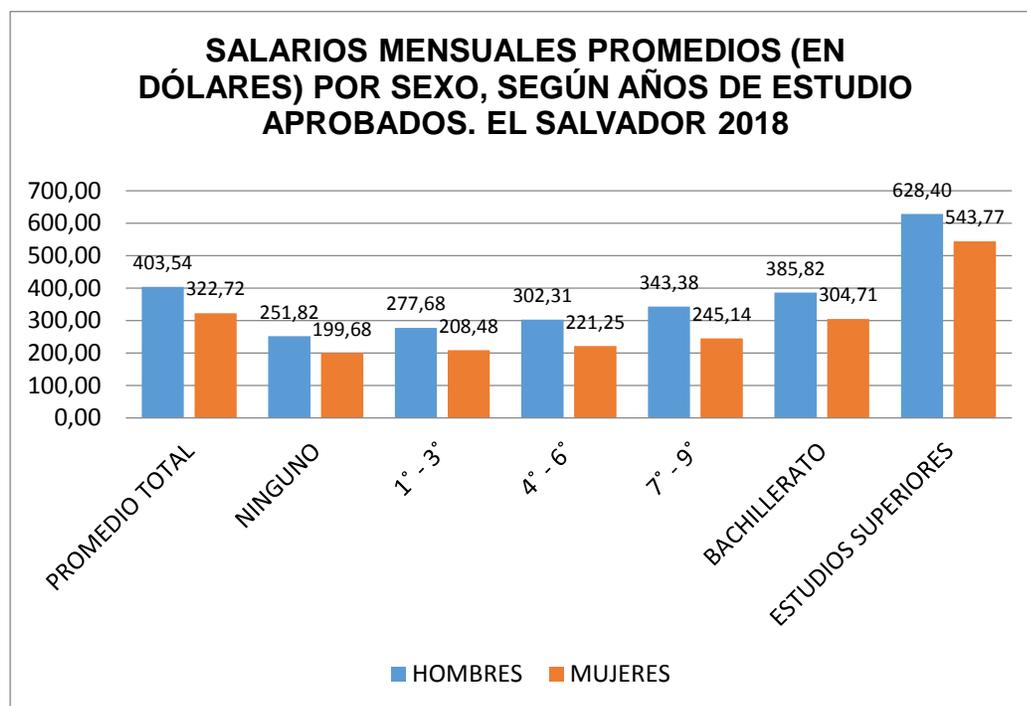
Basándose en los datos, se puede observar también una brecha muy clara entre los salarios promedio de los hombres y mujeres, en total los hombres ganan un promedio de setenta y siete dólares más que las mujeres, y es interesante destacar que la brecha se incrementa aún más de 4° a 9°, y se mantiene alta en bachillerato y estudios superiores. También es interesante mencionar que el salario promedio de las personas, en su mayoría jóvenes, que trabajan en *call centers* es de \$625.00 (ver tabla 2.6)

Tabla 2.6 Salario mensual promedio en la cuentas en inglés, de los principales *call centers* en El Salvador (Salario base sin bonos)

Sykes	Teleperformance	Concentrix	Telus
\$600.00	\$600.00	\$650.00	\$650.00

Fuente: Elaboración propia con base en datos recolectados de trabajadores en la industria.

Gráfica 2.7



Fuente: Elaboración propia con base en la EHPM 2018

2.3 Nuevas tecnologías, el comercio electrónico y las nuevas formas de hacer negocios en El Salvador

Al hablar de nuevas tecnologías, se engloba un inmenso número de avances, donde la globalización avanza creando y estandarizando procesos políticos económicos y sociales afectando el comportamiento de nuevos patrones de conducta, la aparición de nuevas necesidades que luego se convierten en problemas que la tecnología puede solucionar y satisfacer dependiendo el campo de aplicación.

2.3.1 Nuevas tecnologías

Si bien es necesario establecer un crecimiento en las Tecnologías de la Información (TIC's), la generación millennial y generación Z se hace acreedora

del término generaciones de la información, desenvolviéndose con facilidad en el campo informático acelerando las relaciones sociales de comunicación y comercio, aumentando la digitalización de procesos económicos a escala mundial; luego están los factores nacionales en los que los gobiernos se ven obligados a adoptar las nuevas tecnologías para lograr la competitividad que se necesita para desarrollar e incentivar la economía nacional. Las nuevas tecnologías pueden ser las generadoras de cambios paradigmáticos ya que facilitan la comunicación que descentraliza instituciones, puede aumentar el acceso a servicios públicos y puede crear redes competitivas comerciales favoreciendo la micro y mediana empresa y no solo a grandes corporaciones empresariales, aprovechando la búsqueda de impulsos alternativos para la inversión pública y privada.

2.3.2 Comercio electrónico en El Salvador

El comercio ha sido el intercambio de bienes durante siglos, en las economías mundiales es lo que ha impulsado el desarrollo de las naciones. Hoy en día está acercando más a las personas, incluso al hablar de comercio no solo conlleva a la transacción de bienes tangibles, sino un aumento del uso de medios digitales para las transferencias comerciales. En la esfera internacional, el comercio electrónico crece con mucha rapidez y de la mano con la tecnología.

Las redes mundiales de información están transformando al mundo y acercando más a la gente a través de la innovación de las comunicaciones mundiales, lo cual posibilita cambios en todos los ámbitos de la actividad humana, por ejemplo la competitividad, el empleo y la calidad de vida de las naciones. Con las nuevas tecnologías, el tiempo y la distancia dejan de ser obstáculos, los contenidos pueden dirigirse a una audiencia masiva o a un pequeño grupo de expertos y buscar un alcance mundial o meramente local.

La Organización Mundial del Comercio (OMC), define el comercio electrónico, como *la producción, publicidad, venta y distribución de productos y servicios a través de redes de telecomunicaciones. En sintonía con esta definición, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico citada por la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) (2015) lo delimita como: el proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de las redes de comunicación. Finalmente, según la Universidad de Pompeu Fabra de Barcelona (2015) consiste en: la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet.*⁵⁰

Las redes mundiales de información como Internet, no conocen fronteras y por el hecho de estar abiertas a todo tipo de usuarios, reducen las iniciativas puramente nacionales, ante su carácter eminentemente internacional. Internet es un medio de comunicación global, que permite el intercambio de información entre los usuarios conectados a la red y que conecta a unos ocho millones de servidores encargados de servicios de información y de todas las operaciones de comunicación y de retransmisión; llega hasta unos 250 millones de usuarios en más de 100 países. Internet ofrece una oportunidad única, especial y decisiva a organizaciones de cualquier tamaño. La rápida difusión y el gran interés en el mundo de la informática, ha permitido la creación de tecnología Internet/Web, una herramienta fundamental para redes de computadores y sus usuarios. Internet ofrece un nuevo mercado que define la "economía digital". Los productores, proveedores de bienes/servicios y usuarios logran tener acceso y transmisión mundial de la información y esparcimiento en forma sencilla y económica, sean con fines comerciales o sociales. La apertura de mercados es fundamental para el rápido crecimiento

⁵⁰ Defensoría del consumidor, El Comercio electrónico en El Salvador, Mercados Digitales Conectados con tus Derechos, 6.

del uso de nuevos servicios y la asimilación de tecnologías nuevas. En la práctica, las empresas están comenzando a usar Internet como un nuevo canal de ventas, sustituyendo las visitas personales, correo y teléfono por pedidos electrónicos, ya que gestionar un pedido por Internet cuesta 5% menos que hacerlo por vías tradicionales. Nace entonces el comercio electrónico, como una alternativa de reducción de costos y una herramienta fundamental en el desempeño.⁵¹

Ahora bien, la población millennial y generación Z ocupa un papel importante, ya que el acceso a Internet intensifica el uso de los medios digitales para el uso del comercio electrónico; en la última década las transacciones han aumentado por el uso de aplicaciones usadas en computadoras y en teléfonos celulares, que hacen mucho más fácil el acceso a plataformas de comercio virtuales.

Internacionalmente, para su funcionamiento tiene varias modalidades o clasificaciones, de acuerdo a la dinámica de los agentes involucrados que según Mendoza, G. (n.d.) el comercio electrónico puede clasificarse en: *Directo (on-line)*: cuando las transacciones son puramente on-line desde el pedido hasta el pago y envío.

El modo *Indirecto (off-line)*: consiste en la adquisición de bienes que luego de ser solicitados serán enviados al domicilio del consumidor, es decir, implica el uso de información que se necesita para el comercio de bienes físicos y estos últimos son remitidos según los sistemas tradicionales de transporte.

A nivel internacional, el comercio electrónico tiene sus características y modalidades, donde cada participante mantiene una posición como agente involucrado y se caracterizan de la siguiente manera:

⁵¹ Jaime Neilson, Comercio electrónico, El Cid Editor | apuntes, 2009. ProQuest Ebook Central, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliouessp/detail.action?docID=3181747>. Created from bibliouessp on 2019-09-11 22:19:12.

Government to Consumer/entre Gobierno y Consumidor (G2C): ocurre cuando un consumidor utiliza una plataforma electrónica para realizar pagos de servicios o bienes provistos por el Estado. Si bien el concepto del Estado es amplio, algunos autores lo utilizan para hacer referencia a las instituciones o a una entidad del Gobierno como tal.

Business to Government/entre Negocio y Gobierno (B2G): este es el caso en el que una empresa brinda un servicio o provee de bienes al gobierno, situación que también ocurre a la inversa.

Business to Consumer/ entre Negocio y Consumidor (B2C): es la forma más común de comercio electrónico, en el que una empresa vende a un consumidor a través de plataformas virtuales.

Consumer to Consumer/ entre Consumidor y Consumidor (C2C): consiste en que un consumidor realiza una transacción con otro consumidor, haciendo uso de una plataforma común que actúa como intermediaria. EBay y OLX son ejemplo de este tipo de transacción.

Business to Business/ entre Negocio y Negocio (B2B): cuando una empresa vende productos o servicios a otra empresa; esto puede darse a través de los mismos canales de venta usados por los consumidores regulares, o a través de plataformas especializadas para proveedores que hayan integrado su cadena de producción.⁵²

De este modo se catalogan las diferentes formas en que los gobiernos, empresas y personas interactúan en una relación de comercio de forma electrónica, formando parte de la modernización globalizadora de la tecnología, la vigencia de este tipo de relaciones es válida y su uso se mantiene vigente para la participación de El Salvador a nivel internacional: *Según datos presentados en abril de 2017 por el secretario-general de la*

⁵² Defensoría del consumidor, El comercio electrónico en El Salvador, Mercados Digitales Conectados con tus Derechos, 8.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por su sigla en inglés), el comercio electrónico mueve US\$ 25 billones en el mundo y ha crecido un 92% en los últimos tres años. Con un número cada vez más grande de vendedores y compradores de productos y servicios por medios electrónicos, ese contexto está motivando la incorporación de países en desarrollo como El Salvador en flujos de comercio y competitividad.⁵³

De igual manera, el comercio electrónico trae consigo muchas ventajas, inicialmente facilita la transacción de bienes y/o servicios: el comercio electrónico, al igual que el comercio tradicional, abarca la comercialización de productos (tanto bienes de consumo como de capital) y servicios (información, financieros, jurídicos, asistencia sanitaria, educación, entre otros). Entre las empresas que utilizan el comercio electrónico en El Salvador, se puede mencionar a Aerocasillas, una empresa que funciona como intermediario entre usuarios y sitios web como *eBay* y *Amazon*, que son sitios web donde se pueden comprar online, toda clase de artículos tecnológicos y no tecnológicos, como *smartphones*, tablets, laptops, libros, revistas, ropa y calzado, entre otros. Además, otras empresas como Almacenes Simán, Sears, Trans Express y Súper Selectos, también tiene la modalidad de pedidos en línea, las cuales hacen uso también del comercio electrónico a través de una tienda online.

La utilización de medios electrónicos: lo que diferencia esta forma de comercio y el comercio convencional es que se realiza a través de un medio electrónico, sistema telemático u otro medio de comunicación. Comúnmente, el Internet es el medio por el que se realiza la contratación, pues cuenta con múltiples formas

⁵³ International Centre Trade and Sustainable Development, de fecha 9 Noviembre 2017, Análisis e Información sobre Comercio y Desarrollo Sostenible para América Latina, El comercio electrónico en El Salvador: oportunidades, avances y desafíos, <https://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/el-comercio-electr%C3%B3nico-en-el-salvador-oportunidades-avances-y-desaf%C3%ADos>.

de aplicación como son la web, las aplicaciones, el correo, el chat, entre otros. Reduce los costos de transacción: el uso de la tecnología trae una reducción en los costos que los consumidores deben incurrir en la búsqueda de productos (tanto de tiempo como dinero), pues en el comercio tradicional, no siempre se conoce dónde se encuentra al menor costo lo que se desea adquirir. Los medios electrónicos permiten que la disponibilidad de información sea más alta y que pueda encontrarse una mayor variedad de productos y servicios a través de mayor flexibilidad de horarios.

El comercio electrónico es directamente proporcional al avance tecnológico y motor globalizador con una tendencia sustancial del sistema de relaciones entre estados y sociedades con la disminución y eliminación de las distancias y barreras entre mercados nacionales e internacionales.

Cuadro 2.1 Ventajas y desventajas del comercio electrónico⁵⁴

Ventajas	Desventajas
Permite hacer más eficientes las actividades de cada empresa, así como establecer nuevas formas, más dinámicas, de cooperación entre empresas.	La validez legal de las transacciones y contratos “sin papel”.
Reduce las barreras de acceso a los mercados actuales, en especial para pequeñas empresas, y abre oportunidades de explotar mercados nuevos.	La necesidad de acuerdos internacionales que armonicen las legislaciones sobre comercio.

⁵⁴ Mayra Jeannette Calderón Orellana, Juan Carlos Delgado Ramírez, Nelson Orlando Rivas Hernández, “TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE AUDITORIA PARA OBTENER EVIDENCIAS VIRTUALES EN EMPRESAS QUE REALIZAN COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SALVADOR”, TRABAJO DE INVESTIGACIÓN, Universidad de El Salvador, 2005, 44. <http://ri.ues.edu.sv/11489/1/D352t.pdf>.

Para el consumidor, amplía su capacidad de acceder a prácticamente cualquier producto y de comparar ofertas, permitiéndole además convertirse en proveedor de información.	El control de las transacciones internacionales, incluido el cobro de impuestos.
Reduce o incluso elimina por completo los intermediarios, por ejemplo en la venta de productos en soporte electrónico (textos, imágenes, videos, música, programas, etc.) que se pagan y entregan directamente a través de la red.	La protección de los derechos de propiedad intelectual.
Nuevas formas de hacer negocios, fortaleciendo a las pequeñas y medianas empresas.	La protección de los consumidores en cuanto a publicidad engañosa o no deseada, fraude, contenidos ilegales y uso abusivo de datos personales.

Fuente trabajo de investigación: "Técnicas y Procedimientos de auditoría para obtener evidencias virtuales en empresas que realizan comercio electrónico en El Salvador".

El comercio de forma electrónica es de los crecientes procedimientos de intercambio económico, tecnológico y barato reduciendo costos. El Salvador es usuario de la red de Internet, lo que facilita el uso de las tecnologías de la comunicación, distribución de información, productos y servicios. *En El Salvador el comercio electrónico tiene sus inicios a partir de 1999, cuando se crea la primera tienda electrónica salvadoreña. Uno de los pioneros es Héctor Maida quien creó latienda.com.sv. Empezó el proyecto de diez años, después su sueño llamado latienda.com.sv, se convirtió en uno de los portales virtuales más grandes de este rubro. Del 2006 a 2012, ha venido evolucionando*

*principalmente la importación de aparatos tecnológicos y accesorios. Así lo señalan empresas del sector como Aerocasillas y Trans Express.*⁵⁵

En la actualidad es posible hacer transacciones de servicios intangibles como por ejemplo comprar servicios de entretenimiento digital como Netflix. También adquirir bienes por medio de plataformas como Olx se ha vuelto muy común. Anteriormente el sistema financiero se hacía el acreedor número uno del sistema de comercio electrónico.

En El Salvador, entre 2007 y 2016, el uso de Internet entre la población mayor de 10 años se ha incrementado en un 406.6%, lo que equivale a un 27.8% de la población, haciendo un total de 1.5 millones de usuarios.

Cuadro 2.2 Utilización de Internet, El Salvador, 2007-2016

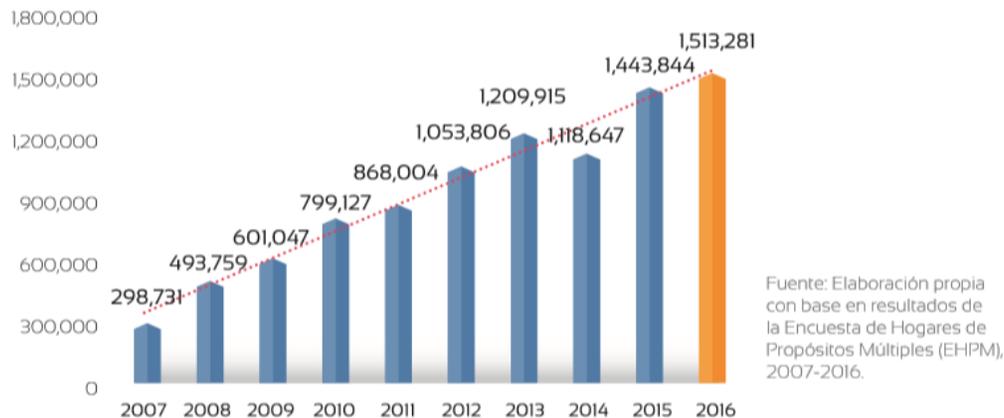
Porcentaje de personas	Para que lo utilizan
42.72%	Utilizan el servicio de Internet para actividades relacionadas con descarga de películas, imágenes, música y videos.
30.63%	Utilizan el Internet para comprar/ordenar productos y para obtener información sobre bienes y servicios
(26.64%)	(3.1%), para uso de banca electrónica u otros servicios financieros (5.3%), lectura o descarga de periódicos o revistas en línea (8.2%) y uso de descargas de juegos de video o computadoras (10.0%)

Fuente: Elaboración propia con datos de la Defensoría de Protección del Consumidor

⁵⁵ Selvin Antonio Cabrera Martínez, Ingrid Rosalía Hernández Huezo, Walter Antonio López Cruz. El comercio electrónico como estrategia de rentabilidad en la comercialización de los medicamentos, en las cadenas farmacéuticas: (Universidad de El Salvador, 2013), <http://ri.ues.edu.sv/5330/1/comercio%20electronico%20y%20su%20influencia%20en%20la%20rentabilidad%20en%20las%20cadenas%20farmaceuticas.pdf>.

Gráfica 2.8 Incremento de la utilización de Internet

Población de 10 años y más que utiliza internet, El Salvador, 2007-2016



Fuente: Elaborado por la Defensoría del Consumidor Según datos de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), 2007- 2016)

Ahora bien, es importante resaltar que según los datos de la encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples, la generación millennial y generación Z son los principales actores dentro de la dinámica digital, con miras a realizar transacciones a través del comercio electrónico.

Las tecnologías de la información ofrecen a las empresas la modernización y un mayor alcance hacia compradores, proveedores y vendedores, por lo tanto esa modernidad ya no puede ser retomada solo por la gran empresa, sino también por la mediana, pequeña y micro empresa, permitiendo operar sin límites de tiempo, interconectada a un sinfín de aplicaciones móviles que incluso muestran en tiempo real rutas de acceso, horarios de los establecimientos, tomando en cuenta que:

El comercio electrónico tiende a expandirse en mayor medida en los sectores de que son incidentes por su contribución al mercado laboral son el comercio, servicios e industria salvadoreña, es por ello y debido al crecimiento de las *PYMES* desde el mes de octubre del año 2015 la Asamblea Legislativa aprobó

la Ley de Firma Electrónica, vigente desde el 23 de abril de 2016. Que ofrece seguridad jurídica a quienes se adscriban a la nueva dinámica comercial: a nivel centroamericano El Salvador era el único país que no contaba con una normativa de este tipo.

Otro instrumento jurídico que puntualiza la seguridad del comercio electrónico es: la creación de la Ley de Comercio Electrónico y la Ley de Protección de Datos Personales, con los cuales se espera promover el gobierno electrónico y aportar a la privacidad, seguridad y celeridad de las transacciones que se logran mediante el comercio electrónico.

2.3.3 Nuevas formas de hacer negocios en El Salvador

Hablar de nuevas formas de hacer negocios abarca una amplia actividad económica, logística y actualización tecnológica, así como los diferentes actores que intervienen la economía salvadoreña ya que posee una variedad de sectores que participan, siendo el gobierno quien posee la capacidad para generar estabilidad y crear las bases que atraigan diversos inversionistas.

El Salvador cuenta con importantes ventajas competitivas para la localización de empresas del sector, destacando la velocidad de respuesta y la cercanía geográfica, que se complementa con tratados de libre comercio que dan acceso a un importante mercado de clientes. Los tratados de libre comercio que éste ha suscrito con diversos países, permiten el acceso a un mercado potencial de 1,200 millones de clientes alrededor del mundo. Así el país posee una economía de libre mercado lo que lo posiciona en un clima atractivo para la inversión nacional e internacional, no obstante quien aprovecha más el alcance de poder hacer negocios es la gran empresa e industria salvadoreña; un ejemplo claro es la industria textil y confección que posee la logística asociada, brindando oportunidades para ingresar a nuevos negocios en el extremo superior e inferior de la cadena de valor y actividades conexas lo que

significa que poseen un alto grado de infraestructura, desarrollo tecnológico y alto grado de ventas. Actualmente en El Salvador operan más de 260 compañías, entre ellas empresas reconocidas a nivel mundial.

Los servicios empresariales a distancia tales como el *outsourcing*, que es el proceso económico empresarial dedicado a la transferencia de recursos y responsabilidades, que funciona como un subcontratista, ofreciendo servicios especializados. Ahora bien, partiendo de esa definición, El Salvador posee un incremento de compañías que ofrecen estos servicios *outsourcing* debido a la moderna infraestructura de telecomunicaciones.

Cuadro 2.3 Empresas *outsourcing* en El Salvador

Sykes	Citi
Teleperformance	Ubiquity, global services
Concentrix	The office gurus
Telus international	Focus services

Fuente: elaboración propia, con datos de PROESA

El sector turismo

Se encuentra actualmente con un gran desarrollo y favorece la creación de nuevos negocios, basado en la industria de la recreación, actividad hotelera y riqueza natural ofrece un sinfín de oportunidades que caracteriza a El Salvador; es importante destacar la conectividad vial y cercanía entre múltiples atractivos turísticos además de una ley de turismo que ofrece incentivos fiscales para que se instalen diferentes empresas y estas puedan invertir generando empleos y desarrollo local.

Logística y redes infraestructurales

El Salvador posee una ventaja geográfica que lo sitúa en medio del continente americano.

Desde el año 2014 hasta el primer semestre del año 2019, una de las áreas que se encuentra como referente de mayor inversión, es la ampliación del Aeropuerto Internacional de El Salvador Monseñor Oscar Arnulfo Romero \$37.8 millones. Además la infraestructura portuaria versátil y amplia, está diseñada para atender las necesidades de carga marítima de manera eficaz. La alta calidad de la infraestructura portuaria ubica al país en la posición número uno de la región. Y en la actualidad busca ser referente para la atracción de inversión y lograr facilidades para ser una terminal de contenedores, modernización de aeropuertos y así integrar al país al comercio global.

Manufactura

El Salvador posee el capital humano, con una población en edad para trabajar, en manufactura de calzado, ensamblaje de partes y la elaboración de insumos y accesorios que según la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), en cuanto a las MyPEs representan el 98,76% del total de las empresas salvadoreñas, encargadas de generar cientos de miles de empleos directos e indirectos. En el país, aproximadamente 2,2 millones de personas en la población económicamente activa dependen de ellas. Por si lo anterior fuera poco, las MyPEs contribuyen en un 35% al producto interno bruto (PIB) nacional y en un 19% de las exportaciones del país.⁵⁶

Servicios de salud

El turismo médico es un sector con una creciente actividad ya que cuenta con el capital humano e infraestructura y diversas áreas especializadas, como por ejemplo: servicios especializados odontológicos, cirugía plástica, etc. Los servicios de salud son ofrecidos a costos mucho más bajos que en países

⁵⁶ Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA).

norteamericanos como Estados Unidos y Canadá, con ahorros de casi un 80%.⁵⁷

Ahora bien, el gobierno es el encargado de mantener el fácil acceso de dichas empresas participantes, no obstante existen diversos esfuerzos para lograr que la pequeña y mediana empresa logre la incorporación a esta dinámica, pero aún no se encuentra a un nivel para competir en el mercado nacional y mucho menos a nivel internacional.

En conclusión, se afirma, que las nuevas tecnologías son esenciales para el desarrollo económico de El Salvador, y que la participación de los millennials y generación Z es fundamental para una reconfiguración económica integral. El objetivo específico, el cual era medir el acceso de las nuevas formas de hacer negocios, las nuevas tecnologías y el comercio electrónico, como parte de la restructuración de la economía, se cumplió parcialmente, ya que se logró identificar que las nuevas tecnologías como el Internet, están permitiendo el auge del comercio electrónico en El Salvador, ya que en el país, aproximadamente 40 mil personas utilizan el Internet con fines relacionados al comercio electrónico, de este grupo un 30% lo utilizan para comprar/ordenar productos y para obtener información sobre bienes y servicios; no obstante, no existe un desarrollo tan avanzado de las nuevas formas de hacer negocios, ya que el comercio tradicional sigue predominando.

La hipótesis específica establece que el acceso de los millennials y generación Z en la reconfiguración económica de El Salvador, implica una participación cada vez mayor de estos en la evolución de los principales indicadores macroeconómicos, así como también en el porcentaje de fuerza laboral nacional y en el impulso de los nuevos modelos de negocio, comercio electrónico y el uso de nuevas tecnologías, se validó en el sentido, que los

⁵⁷ Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), *Inversiones, Haciendo Negocios en El Salvador*, 22 de agosto de 2015, <http://www.proesa.gob.sv>.

datos estadísticos muestran que la participación de los millennials y generación Z en el mercado laboral salvadoreño, se incrementa año con año, con lo que sí impactan significativamente la economía nacional.

No es posible medir el impacto de los millennials y generación en los indicadores macroeconómicos, ya que estos no se detallan por rango de edad. Además, el emprendimiento juvenil es el área donde los millennials podrían impactar más la economía, utilizando las nuevas tecnologías como herramientas para la creación de nuevos modelos de negocios y el comercio electrónico. No obstante, El Salvador no tiene un ecosistema óptimo para que los millennials y generación Z puedan emprender, ni tampoco está tan desarrollado en modelos de negocio con base tecnológica. Es claro el avance que se tiene, pero aún existen debilidades para crear redes que beneficien a las mayorías.

La dinámica laboral en la que se encuentra El Salvador a pesar de estar en un momento donde la tecnología avanza significativamente, se mantienen bajos niveles de empleabilidad laboral. Es importante destacar que de la generación millennial y generación Z es la que menos ingresos percibe. Adicionalmente, el crecimiento económico de El Salvador es bajo respecto al promedio de crecimiento de Centroamérica como región.

El país mantiene una tasa de población joven en la disponibilidad de trabajar, pero quienes logran obtener un empleo formal lo hacen de forma parcial y otra parte se inserta al mercado laboral informal, además los niveles de estudio, tecnificación y especialización con respecto a los salarios no garantizan la salida de precariedad que se encuentra las generaciones millennials y generación Z.

CAPÍTULO III: CARACTERIZACIÓN DE LA SOCIAL MEDIA EN LATINOAMÉRICA Y EL IMPACTO SOCIAL EN EL SALVADOR

El objetivo específico del presente capítulo es: caracterizar las relaciones sociales determinadas por la *social media* en Latinoamérica haciendo énfasis en determinar el impacto social en El Salvador. Así como validar la hipótesis específica, la cual establece que la caracterización de la *social media* en Latinoamérica y su impacto social en El Salvador está determinada por la evolución de los avances tecnológicos en las últimas cuatro décadas orientados a las comunicaciones, servicios, información, entre otros, así como por la nueva cosmovisión y motivación de los millennials y generación Z en la cual temas como la inclusión social, libertad de expresión y educación toman suma importancia. *Social media* en sí, es un término contemporáneo proveniente del idioma inglés, que empieza a utilizarse a finales de la década de los 90's coincidiendo con los grandes avances tecnológicos de la época, específicamente del Internet y el nacimiento de la *Web 2.0*.⁵⁸

Es un elemento que está presente en la vida diaria de millones de personas en Latinoamérica y El Salvador, así también está presente en la política, economía, informática como un componente importante en el proceso de globalización, donde los millennials y generación Z forman parte de los principales usuarios.

Cuando se habla de *social media*, lo primero que se viene a la mente son las redes sociales, no obstante el término abarca mucho más; ya que también comprende la multimedia, el *blogging*⁵⁹ y la geolocalización, las cuales son herramientas muy útiles en las diferentes áreas de la esfera social y económica

⁵⁸ El término 'Web 2.0' o 'Web social' comprende aquellos sitios web que facilitan el compartir información.

⁵⁹ El blogging es una herramienta de marketing que ayuda (entre otras cosas) a difundir información de interés tanto para usuarios existentes como para los potenciales.

como: la educación informática, marketing publicitario y aún dentro de las Relaciones Internacionales, en áreas relacionadas con la administración pública, transparencia entre otras. Por lo que necesario es identificar las características relevantes de la *social media* para tener un mejor entendimiento del impacto que éstas tienen en América Latina y su población joven.

3. La *social media* y su impacto social en la región Latinoamericana

El presente capítulo estudia las características e impacto de la *social media* en América Latina y El Salvador, por lo que se inicia con el estudio del carácter de la *social media*, definiendo su concepto, para luego conocer los puntos importantes de su evolución histórica. Más adelante se analizan, mediante datos estadísticos algunas de las características más importantes de la misma y su relación con los millennials y generación Z a nivel mundial, a nivel regional (Latinoamérica) y por último local (El Salvador). A nivel jurídico, se estudian los principales rasgos en los 3 modelos de la *social media*: el europeo, estadounidense y latinoamericano. Para finalizar, se caracteriza el impacto de la *social media* en El Salvador y sus implicaciones a nivel económico, social y las oportunidades que ésta brinda a los jóvenes millennials y generación Z.

3.1 La *social media*, definición, evolución y alcance mundial

La *social media*, es un término que proviene del idioma inglés y tiene diferentes connotaciones, pero traducido simplemente al español significa: medios sociales o de comunicación social. Ésta, es un elemento presente en la mayoría de empresas, instituciones gubernamentales y no gubernamentales e individuos a nivel mundial y es utilizada en campañas de marketing, campañas políticas, sistemas de información, comunicación entre otros.

La *social media*, tiene denominadores comunes, los cuales aportan mucho para construir un concepto integral. Además de conocer su evolución histórica, permite entender que los canales de comunicación social han existido desde hace varios siglos; no obstante el último siglo y más preciso en las últimas dos décadas, ésta ha experimentado un crecimiento exponencial, gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías, sobre todo de la Internet. Asimismo, para analizar este crecimiento, es necesario considerar algunos datos estadísticos relacionados con la *social media* a nivel mundial y así resolver preguntas como, cuál es el rango de edades que más la utiliza, qué porcentaje de personas tienen acceso a Internet, entre otras preguntas importantes para cumplir el objetivo y validar la hipótesis de la presente investigación.

3.1.1 Qué es la *social media*

Para poder entender plenamente las características de la *social media* en América Latina, es primordial definirla. Se puede afirmar que no existe una definición única o universalmente aceptada, ya que este es un término con muchas aplicaciones, que van desde el área de la informática,⁶⁰ el marketing digital,⁶¹ comunidades web,⁶² hasta movimientos sociales y políticos. Por lo cual cada una de las áreas tiene su punto de vista respecto a lo que la *social media* es.

Este término, como se mencionó anteriormente, puede ser traducido literalmente al español, como medios sociales o medios de comunicación social, por lo que se podría en primer lugar definir a la *social media* como

⁶⁰ Según el diccionario en línea Definición.de, informática es el conjunto de conocimientos técnicos que se ocupan del tratamiento automático de la información por medio de computadoras.

⁶¹ Según el sitio web mdmarketingdigital.com, el marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales.

⁶² De acuerdo al sitio web es.ccm.net, el término comunidad web o virtual, designa a las personas unidas a través de Internet por valores o intereses comunes, como gustos, pasatiempos o profesiones.

aquellos canales o instrumentos que permiten la interacción social e interrelación de las sociedades mediante el uso de la tecnología.

Por otra parte, existen denominadores comunes que permiten ampliar un poco más este concepto. El primero de ellos es que la *social media* permite mediante los sitios web, la creación de perfiles de identidad, donde los usuarios pueden relacionarse. Un segundo denominador, es que la *social media* utiliza aplicaciones basadas en la web, que proveen la funcionalidad de compartir, conversar y la formación de grupos, por lo que muchas veces a ésta se le define como aquellos sitios de comunicación social o conjunto de tecnologías de la información que facilitan la interacción y el uso de redes.⁶³

Otra definición de *social media* se refiere a las aplicaciones basadas en Internet, que se construyen sobre la *Web 2.0*, siendo ésta un concepto, que también se entiende como una plataforma, para aprovechar la inteligencia colectiva.⁶⁴ (Un ejemplo de esto son las redes sociales como *Facebook*, *Twitter* y también *LinkedIn*).

El término *Web 2.0*, se entiende, como el conjunto de tecnologías e ideologías que posibilitan y dirigen la creación de contenido rico en multimedia en Internet. Este término está fundamentado en la ideología de código abierto, donde los usuarios tienen la habilidad de crear y compartir contenido libre a bajo costo, con lo cual se contribuye a la proliferación del fenómeno.

Con base a todo lo anterior se construye una última definición, la cual afirma que la *social media* son todos aquellos canales e instrumentos, que basados en las tecnologías de la información, *Web 2.0* y redes, facilitan las

⁶³ Maxim Wolf, Julian Sims y Huadong Yang, SOCIAL MEDIA? WHAT SOCIAL MEDIA?, Acceso 30 de octubre de 2019, 3, https://www.ukais.org/resources/Documents/ukais%202018%20proceedings%20papers/paper_4.pdf.

⁶⁴ De acuerdo al sitio web escueladisenosocial.org, la inteligencia colectiva es la capacidad real de un grupo para resolver problemas que les afectan, a la vez que se refuerzan los vínculos de cohesión del grupo.

interacciones sociales, económicas y culturales de la sociedad, tanto a nivel local como global.

3.1.2 Evolución histórica de la *social media*

No cabe duda que éste fenómeno se ha vuelto parte integral de la sociedad moderna, millones de personas hoy en día están conectadas e interactúan gracias a ella. No obstante, aunque el término es relativamente reciente (final de los años 90), los canales de comunicación social han existido desde tiempos antiguos, pues el ser humano es gregario por naturaleza, y la necesidad de comunicarse unos con otros ha permitido que los métodos de comunicación social hayan evolucionado a través del tiempo, desde la existencia de los jeroglíficos y la invención de la escritura, hasta el apareamiento de las redes sociales como *Facebook*, *YouTube* y *Twitter*, con tecnología basada en la *Web 2.0*.

No obstante los antecedentes de los primeros canales de comunicación social se remontan a 1772 con la invención del telégrafo, el cual era un dispositivo que se utilizaba para enviar y recibir mensajes desde largas distancias. En los años 1800's surgen el sistema de tubos neumáticos de Praga (1865),⁶⁵ el teléfono (1890) y la radio (1891).

La Social Media comenzó a tomar impulso desde finales de los años 60, donde las computadoras eran vistas como una mercancía muy rara, con la llegada de servicios como CompuServe (1969), BBC (1979), y Usenet (1979).

CompuServe, supuso la primera gran experiencia con una red de datos disponible para millones de usuarios en el mundo. Permitía a los usuarios compartir archivos y tener acceso a novedades en torno a compras, viajes,

⁶⁵ Según Wikipedia.com, el sistema de tubos neumáticos de Praga, también conocidos como tuberías de capsula o tuberías de Lamson, era un sistema basado en una red de tubos, en la que a través de contenedores cilíndricos, se transportaban objetos sólidos por medio de aire comprimido o vacío.

noticias, eventos, además de permitir la interacción entre sus miembros a través del envío de mensajes por medio de foros online; nada diferente a lo que acostumbramos hacer en la actualidad por medio de las denominadas comunidades virtuales, solo que con herramientas menos sofisticadas.⁶⁶

Imagen 3.1 Interfaz de *CompuServe*



Fuente: <https://pulsosocial.com/wp-content/uploads/2010/11/socialMedia-history.png>. Acceso 08 de noviembre 2019.

Más adelante surgió ARPANET (1969),⁶⁷ una red de computadoras, creada para el departamento de defensa de los Estados Unidos, la cual era utilizada como un medio de comunicación entre las distintas áreas del departamento,

⁶⁶ Una breve historia de Social Media, Pulso Social, 26 de noviembre de 2010, <https://pulsosocial.com/2010/11/26/una-breve-historia-de-social-media/>.

⁶⁷ ARPANET son las siglas de **A**dvanced **R**esearch **P**rojects **A**gency **N**etwork, que quiere decir, la Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada.

luego por las diferentes instituciones del estado. Con el tiempo la ARPANET se convirtió en la espina dorsal del Internet hasta 1983.

Más adelante, en 1988, llega el IRC (Internet Relay chat), el cual era un protocolo de comunicación mediante texto en tiempo real. Éste fue creado por Jarkko Oikarinen y permite a 2 o más personas comunicarse instantáneamente mediante la red y es la base de las aplicaciones basadas en la web, conocida hoy en día como mensajería instantánea o chat.⁶⁸

En 1997 fue lanzada la primera red social moderna, *Six Degrees*. Ésta permitía la creación de un perfil y hacerse amigos con otros usuarios. Fue cerrada en el año 2000 debido a que fue vendida a la empresa *youth stream media*. Otras redes que fueron lanzadas en la primera ola de redes sociales en 1999 fueron: *ThirdVoice*, *Blogger*,⁶⁹ *Napster*, *AsianAvenue*, *BlackPlanet* y *LiveJournal*. Ésta última permitía construir y actualizar constantemente blogs e incentivaba a los usuarios a seguirse unos con otros, crear grupos e interactuar de diferentes maneras.

A partir de los años 2000, decenas de redes sociales y sitios que utilizan la *Web 2.0* fueron creados, entre los que destacan: *Wikipedia* (2001), *Friendster* (2002), *MySpace*, que fue fundada en 2003, y que para 2006, tuvo un crecimiento tal que se logró convertir en la red social más grande de ese tiempo. Esta red social se diferenció de sus competidores, ya que permitía a los usuarios personalizar completamente la apariencia de sus perfiles, cosa que llamó mucho la atención especialmente de los jóvenes millennials, que para ese momento muchos estaban en sus años de adolescencia. Luego está LinkedIn que fue fundada en 2003, y se caracterizó por ser una de las primeras redes sociales dedicadas a negocios. Flickr, fundada en febrero de 2004, fue

⁶⁸ *Ibíd.*

⁶⁹ De acuerdo al sitio miposicionamientoweb.es, un blog es un sitio web en el que se va publicando contenido cada cierto tiempo en forma de artículos (también llamados posts) ordenados por fecha de publicación, así el artículo más reciente aparecerá primero.

una de las primeras redes dedicadas al alojamiento de imágenes; hoy en día se cree que el sitio web aloja más de 3.9 billones de imágenes. YouTube fue creado en 2005, y se caracterizó por ser el primer y principal sitio de alojamiento y reproducción de videos en línea (aún lo sigue siendo). Como novedad, los usuarios podían subir videos y compartirlos en el mismo sitio o en otras redes sociales, blogs o foros.

En 2006 fue fundado *Facebook*, el cual para 2007 tuvo un crecimiento exponencial; se estima que para otoño de ese año, un millón de personas se suscribía semanalmente, hoy en día posee más de 300,000 millones de usuarios.⁷⁰ La clave de éxito de *Facebook* según un estudio realizado por Ashwini Nadkarni y Stefan G. Hofmann denominado “*Why do people use Facebook*”, es que a pesar que ésta no fuera la primera red social, fue capaz de satisfacer 2 de las necesidades básicas de los seres humanos: la necesidad de pertenencia y la de autodefinición.

En resumen, los primeros antecedentes de la *social media* fueron los jeroglíficos y la invención de la escritura, luego existen tres puntos claves en la evolución de la misma: El primero, es el desarrollo de las tecnologías de la información, específicamente las computadoras y el Internet, ubicado exactamente después de la segunda guerra mundial. El segundo punto al final de la década de los 90’s fue el desarrollo de la *Web 2.0* conocida también por web social. Y por último, el incremento en la actualidad del acceso al Internet y a los dispositivos con las cuales los usuarios acceden a las diferentes plataformas de la *social media*.

⁷⁰ *Ibíd.*

3.1.3 Estado actual de la *social media* en el mundo

El uso de la *social media* es cada vez más común en América Latina y el mundo; conocer algunas estadísticas, usos y tendencias que ésta tiene en la región, ayudará a una mejor comprensión de la situación actual y del gran impacto que ésta tiene en los jóvenes.

Tabla 3.1 Panorama digital en el mundo 2019 (Billones de usuarios y porcentaje promedio, respecto de la población total)

Población total	Usuarios de dispositivos móviles	Usuarios de Internet	<i>Usuarios activos de social media</i>
7.676	5.112	4.388	3.484
	67%	57%	45%

Fuente: Elaboración propia con datos del *Global Digital Report 2019*

Según el estudio realizado por *We are social* y *Hootsuite*, denominado *Global Digital Report*, para octubre de 2019, son 4.388 billones los usuarios de Internet y 3.484 billones los de *social media*, lo que equivale al 57% y 45% de la población mundial respectivamente. Además, solamente de octubre de 2018 a octubre de 2019, se añadieron 400 millones de nuevos usuarios de Internet, lo que representa un crecimiento del 10% anual

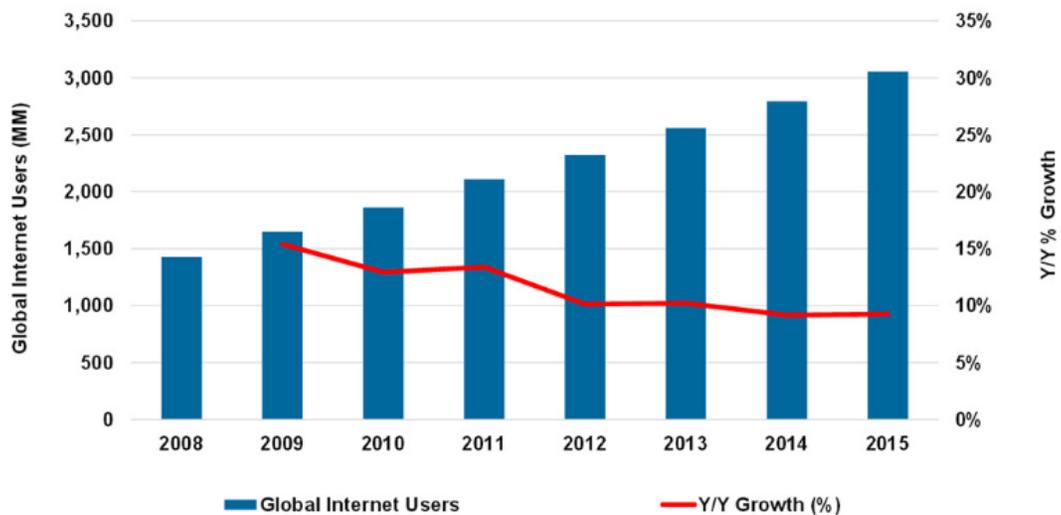
Tabla 3.2 Crecimiento digital 2018-2019

Población total	Usuarios de dispositivos móviles	Usuarios de Internet	<i>Usuarios activos de social media</i>
+1%	+2.4%	+10%	+9.6%
+79 Millones	+123 Millones	+416 Millones	+328 Millones

Fuente: Elaboración propia con datos del *Global Digital Report 2019*

Y como está ejemplificado en la gráfica 3.1, esta tendencia del porcentaje de crecimiento anual,⁷¹ se ha mantenido en los últimos 7 años:

Gráfica 3.1 Usuarios globales de Internet 2008-2015⁷²



Fuente: KPCB INTERNET TRENDS 2018

Otro dato interesante del *Global Digital Report 2019*, es que el ranking de los 20 sitios web más visitados del mundo, basado en el tráfico global de sitios web, está conformado en su gran mayoría por sitios web de *social media*, este ranking está encabezado por *Google.com*, seguido por *YouTube* y *Facebook*. Además otras redes sociales como *Instagram* y *Twitter* están en el ranking, al igual que las redes asiáticas *Yahoo.com.Jp* y *Naver.com*.

⁷¹ El porcentaje de crecimiento anual, está representado en la gráfica por el valor *Y/Y Growth (%)*.

⁷² Los usuarios globales de Internet, están representados en la gráfica por la variable *Global Internet Users*, donde (MM) se refiere a millones de usuarios.

Cuadro 3.1 Ranking de los sitios web más visitados del mundo

#	Sitios Web	#	Sitios Web
1	<i>Google.com</i>	11	<i>Pornhub.com</i>
2	<i>YouTube.com</i>	12	<i>Xnxx.com</i>
3	<i>Facebook.com</i>	13	<i>Live.com</i>
4	<i>Badu.com</i>	14	<i>Yahoo.com.Jp</i>
5	<i>Wikipedia.org</i>	15	<i>Bit.ly</i>
6	<i>Twitter.com</i>	16	<i>Netflix.com</i>
7	<i>Instagram.com</i>	17	<i>Amazon.com</i>
8	<i>Yahoo.com</i>	18	<i>Naver.com</i>
9	<i>Xvideos.com</i>	19	<i>Vk.com</i>
10	<i>Yandex.ru</i>	20	<i>Whatsapp.com</i>

Fuente: Elaboración propia con datos del *Global Digital Report 2019*

Se deduce que Google.com esté en primer lugar del ranking, por ser el principal motor de búsqueda. Además, que YouTube ocupe el segundo lugar, da a entender que los usuarios en la red se decantan por el contenido audio visual. Por su parte Facebook, Twitter e Instagram poseen un buen lugar en el ranking y se posicionan como las redes sociales más populares.

El estudio también resalta los perfiles de audiencia de la *social media* por rango de edades a nivel mundial, siendo el hallazgo principal, que la mayor audiencia de la *social media*, la tienen las personas con edades entre 18-34 años de edad, es decir los millennials y generación Z con un 59%, luego la tendencia es que después de los 35 años, a mayor edad, menos uso de *social media* y redes sociales. (Ver tabla 3.3 y gráfica 3.2)

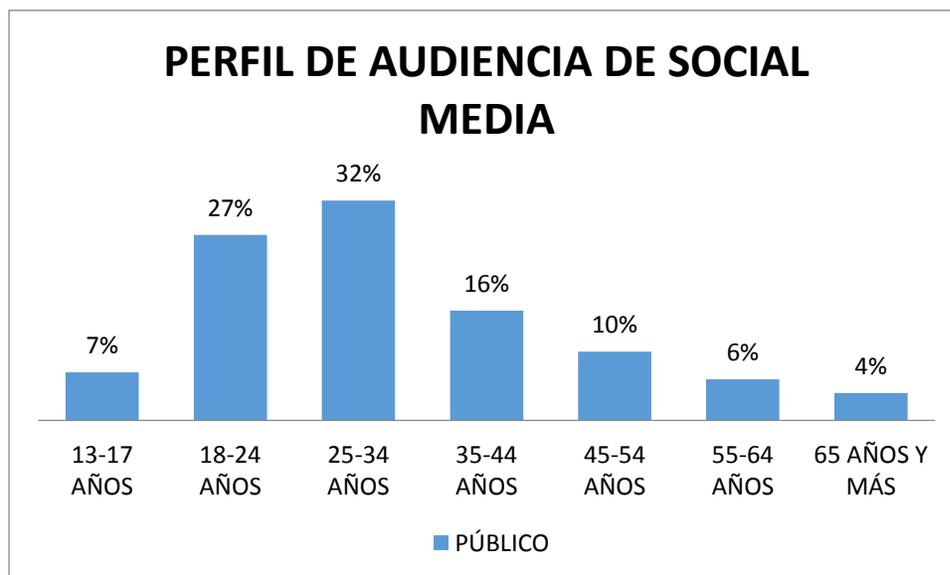
Tabla 3.3 Perfil de audiencia de *social media* 2019. (Basado en el público publicitario combinado de Facebook, Instagram y Facebook Messenger)

Edades	Hombres	Mujeres	Público
13-17 AÑOS	4%	3%	7%
18-24 AÑOS	16%	11%	27%
25-34 AÑOS	19%	13%	32%
35-44 AÑOS	9%	7%	16%
45-54 AÑOS	5%	5%	10%
55-64 AÑOS	3%	3%	6%
65 AÑOS Y MÁS	2%	2%	4%

Fuente: Elaboración propia con datos del *Global Digital Report 2019*

Que la audiencia en las edades de 13-17 años sea de tan solo 7%, se entiende a que en su mayoría son adolescentes y sus padres les regulan el uso del Internet.

Gráfica 3.2 Perfil de audiencia de *social media* 2019 (Basado en el público publicitario combinado de Facebook, Instagram y Facebook Messenger)

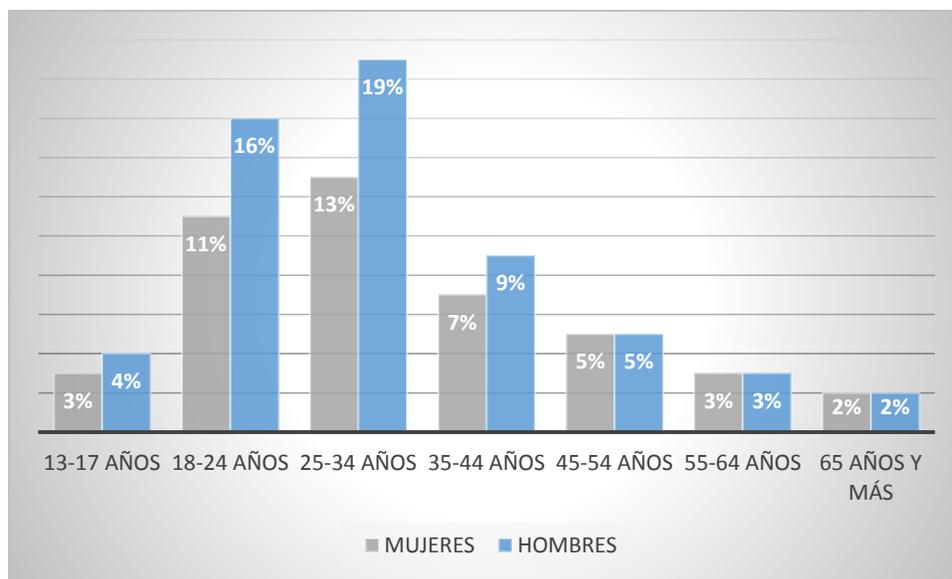


Fuente: Elaboración propia con datos del *Global Digital Report 2019*

Los millennials, son el grupo con mayor audiencia en redes sociales, ellos utilizan las redes sociales, para interactuar con su círculo social, trabajo y además cuentan con los dispositivos de internet necesarios para el uso de redes sociales.

También se destaca que la mayoría de usuarios de *social media* son hombres. (Ver gráfica 3.3)

Gráfica 3.3 Perfil de audiencia de social media 2019 (Por género)



Fuente: Elaboración propia con datos del *Global Digital Report 2019*

Esto se debe a que los hombres utilizan las redes sociales la mayor parte del tiempo para temas de negocios, hacer contactos, comprar y vender, entre otros aspectos. Las mujeres por su parte las utilizan, para compartir expresarse, hacer conexiones y mantenerse en contacto con sus familias y amistades. Al final, las redes son parte de la vida diaria de ambos y una herramienta de comunicación información e interacción con el mundo exterior.

3.2 Marco jurídico y características de la *social media*

Las características de la *social media* y su marco jurídico, están relacionadas con el proceso de globalización, ya que regiones como Latinoamérica, han adaptado modelos como el estadounidense y europeo, los cuales tienen influencia, tanto en sus fuentes de derecho, como en el uso de las nuevas tecnologías y redes, lo que permite la construcción de un modelo mixto en la región.

Además, existen diferentes tipos de social media, identificarlos, será muy importante para puntualizar las características de la *social media*.

Es importante indicar primeramente, que actualmente existen tres modelos al hablar de un marco jurídico de la *social media*, el modelo estadounidense, el europeo y el latinoamericano. Por lo que en el presente punto, se revisan brevemente los primeros dos y se hace especial énfasis en el último, para finalizar puntualizando, el marco jurídico salvadoreño referente a la *social media*.

La *social media*, redes sociales e Internet, sin duda alguna representan un gran reto para el derecho tanto nacional como internacional, ya que la normativa aplicable a estos elementos es insuficiente, debido a las múltiples actividades que se derivan de ellos, además de las diferentes nacionalidades que convergen en la red y las diferentes posturas, sobre todo las que sostienen que la normativa de la social media e Internet debe ser auto regulatoria y las que deben ser reguladas por un ente ya sea interno o externo.⁷³

⁷³ Paula Arévalo Mutiz et al., Modelos de regulación jurídica de las redes sociales virtuales, Revista VIA IURIS, núm. 11, julio-diciembre, (2011): 111 <https://www.redalyc.org/pdf/2739/273922799007.pdf>.

3.2.1 Marco jurídico de la *social media* en Europa

El primer modelo, es el derecho comunitario europeo, el cual tiene un carácter conservador, regulador de la Internet y establece consecuencias jurídicas a todo tipo de conductas de carácter lesivo, las cuales emanan de un órgano legislativo, el cual resuelve controversias judiciales y ofrece una seguridad jurídica.

*El modelo de regulación jurídica de la Unión Europea referente a Internet y las redes sociales virtuales corresponde a un sistema positivo de regulación de carácter comunitario, en el entendido que son las instituciones supranacionales con funciones legislativas de la Unión Europea como la Comisión Europea, el Consejo Europeo y el Parlamento Europeo, las que emanan normas escritas frente al tema para que sean aplicables en los 27 Estados de la Unión Europea.*⁷⁴

Es de recordar que el derecho comunitario, tiene una característica particular, que cuando una nueva norma jurídica es aprobada por los organismos supranacionales, como los antes mencionados (Unión Europea, Comisión Europea, el Consejo Europeo y el Parlamento Europeo), esta debe ser insertada en los ordenamientos jurídicos nacionales de los Estados miembros una vez se haya publicado tal norma en el Diario Oficial de la Unión Europea. En este sentido, la primera norma jurídica a considerar es la Declaración de la Independencia del Ciberespacio, que fue publicada por Jhon Perry Barlow en 1996. En ésta, se rechaza cualquier intento de regulación jurídica de forma positiva al Internet, en otras palabras, se establecieron pautas mínimas de derecho regional, para que cada Estado miembro de la Unión Europea, estipule sus propias regulaciones internas que coincidan con esas mínimas pautas.

⁷⁴ *Ibíd.* 114.

Lo anterior, genera unas ventajas al sistema jurídico que se resumen así: a) el sistema regulado establece sanciones a los infractores a la ley, lo que lleva a reducir las conductas ilícitas o delictivas; b) al estar dirigido a una universalidad de ciudadanos permite enfrentar eficientemente los problemas delictivos que tienen en Internet una de sus expresiones y; c) ofrece seguridad jurídica a los particulares que navegan por la red por razones de comercio electrónico.⁷⁵

El derecho comunitario europeo no posee una regulación exclusiva, solamente existen algunas regulaciones en materia de protección de datos personales y el derecho fundamental a la intimidad de los usuarios virtuales. Esto debido a que la Unión Europea brinda a cada estado miembro pautas mínimas generales, para regular la *social media en la región*, dejando en libertad la facultad a cada uno, de realizar su propia normativa interna de la misma.

3.2.2 Marco jurídico de la *social media* en Estados Unidos

El segundo modelo, es el estadounidense el cual está fundamentado en la autorregulación, siendo ésta, *un modelo basado en valores, específicamente en la realidad social, que permite la flexibilidad que exige el medio y que se complementa con las legislaciones locales para facilitar su ejercicio y adecuación constante.*⁷⁶ Dicho de otra manera, el modelo jurídico estadounidense, da prioridad a las reglas privadas, como mecanismo de autorregulación; razón por la cual recibe algunas críticas, por favorecer a las empresas privadas que prestan el servicio como proveedores virtuales de Internet. No obstante, hay una ventaja y es el modelo adaptivo a las realidades sociales y además minimiza en gran medida la intervención de los órganos estatales que se encargan de velar por el cumplimiento de la legislación en esa materia, logrando que las controversias, sean dirimidas en corto tiempo.

⁷⁵ *Ibíd.*

⁷⁶ *Ibíd.*

La forma en que este modelo funciona, es a través de un tipo de contrato, entre los proveedores del servicio y sus usuarios. Por este motivo, en todos los servicios digitales, *social media*, comercio electrónico, siempre hay un acuerdo que el usuario debe leer y aceptar antes de suscribirse, ya sean servicios de paga o gratuitos. En el caso específico de las redes sociales, este acuerdo funciona como un código de conducta, y compromisos adquiridos por las redes sociales. Entre las principales leyes de este modelo están: La Ley de Privacidad de las Comunicaciones Electrónicas (ECPA), cuyo fin era, evitar el acceso ilegal por parte de personas no autorizadas a los accesos de comunicaciones electrónicas. La Ley de Abuso Computacional de 1994, la Ley de Firmas Electrónicas en el Comercio Global y Nacional (2000), la Ley del Perfeccionamiento de la Cyber Seguridad, ésta última ley endurece las penas para los delitos relacionados con fraudes informáticos y publicidad de dispositivos ilegales.⁷⁷

Este conjunto de leyes que conforman el marco jurídico de la *social media* en Estados Unidos, tienen el objetivo de proteger la identidad de los usuarios, así como evitar cualquier tipo de delito en la web como fraude, hacking,⁷⁸ robo de identidad entre otros; para lo cual se dan lineamientos generales, así también se especifican las penas al infligirlas. No obstante, cada organización auto regula tanto el código de conducta, como las obligaciones, derechos y garantías de cada parte. Éste modelo es muy eficiente, en el sentido que las instituciones estatales velan solamente, por el cumplimiento general de estas leyes, y no del contenido específico de cada acuerdo entre organizaciones y usuarios, lo que facilita la resolución de conflictos en esta materia.

⁷⁷ *Ibíd.* 123.

⁷⁸ Según el diccionario en línea significados.com, hacker es un término que se refiere a una persona con grandes conocimientos de informática que se dedica a acceder ilegalmente a sistemas informáticos ajenos y a manipularlos.

3.2.3 Marco jurídico de la *social media* en Latinoamérica

El tercer modelo, es el latinoamericano, éste se considera un modelo mixto de regulación y autorregulación, ya que toma pautas tanto del modelo europeo regulado, tomando sugerencias de normas por parte de los organismos supranacionales, así como del modelo estadounidense toma aspectos de la autorregulación, considerando también sugerencias de los entes privados. La fuente de derecho de este modelo mixto, emana del órgano legislativo, entes privados y organizaciones descentralizadas con sus propios mecanismos de regulación. Además, éstos se encargan de brindar recomendaciones, medidas y soluciones a posibles conflictos en la red, sin necesidad de la intervención estatal.⁷⁹ En resumen, *las disposiciones de unos y otros convergen para regular en términos generales el acceso a Internet y en específico, crea las reglas frente al uso de las redes sociales virtuales y protección de los usuarios frente conductas lesivas o potencialmente peligrosas resultado de la extralimitación o uso inadecuado de las redes sociales virtuales.*⁸⁰

La crítica a este modelo, es que si bien otorga autonomía regulatoria, también crea una sensación de inseguridad jurídica. No obstante, también existen ventajas, entre las cuales se puede mencionar, que es flexible, y brinda inmediatez ante conductas inapropiadas en la red, ya que no recurre a un proceso u órgano que sea ajeno a la red, permitiendo una alianza entre el derecho y la ética. También utiliza la misma tecnología para detectar las conductas inapropiadas en la red.

⁷⁹ En El Salvador, la institución que regula las comunicaciones es la SIGET. No obstante, ésta solamente regula el servicio público de telefonía fija y móvil, la explotación del espectro radioeléctrico, el acceso a los recursos esenciales de comunicación y el plan de numeración, incluyendo la asignación de claves de acceso al sistema multiportador de señales. En otras palabras, ésta regula a las empresas proveedoras de Internet, pero no regula el contenido de Internet ni la *social media*.

⁸⁰ *Ibíd.*125.

Este modelo, también es un claro ejemplo de la incidencia de la *social media* en el proceso de globalización en materia de derecho internacional, ya que los modelos anteriores convergen, creando una serie de pautas globales que se mezclan, dando como resultado un modelo mixto; ejemplo de ello se tiene en el comercio electrónico en El Salvador, donde se empezó a regular a través del decreto número 51 pronunciado el 30 de julio de 2018 por la Asamblea Legislativa. Este decreto, sometió el comercio electrónico, a la normativa establecida en la Ley de Protección al Consumidor (LPC). Esta reforma en la LPC, otorga garantías a las partes que celebren los actos de comercio vía electrónica, siendo una de estas el derecho de retracto, en el cuál, el consumidor puede dejar sin efecto el contrato unilateralmente.

A pesar de que el comercio electrónico es regulado por ésta ley, ésta es flexible, ya que brinda garantías y derechos a las partes, no obstante, las deja en libertad para que puedan libremente definir los métodos y condiciones en las que el acto de comercio electrónico se llevará a cabo.⁸¹

Argentina fue uno de los pioneros con la Ley 11.723 de 1993, la cual pretende proteger los derechos de autor en Internet. Colombia cuenta con la ley 1273 de 2009 referente a la transparencia y acceso a la información gubernamental, con lo que garantizan a sus ciudadanos, la protección de sus datos personales.⁸²

En el caso de El Salvador, en su legislación también tiene, la Ley Especial Contra los Delitos Informáticos u Conexos, publicada el 26 de febrero de 2016 en el Diario Oficial. Ésta pretende proteger los bienes jurídicos de aquellas conductas que sean delito, cometidas por medio de las tecnologías de la información, así como la prevención y sanción de los delitos cometidos en perjuicio de los datos almacenados, procesados o transferidos. También se

⁸¹ Una breve historia de Social Media, Pulso Social, 26 de noviembre de 2010, <https://pulsosocial.com/2010/11/26/una-breve-historia-de-social-media/>.

⁸² *Ibíd.* 126.

encuentra la Ley de Firma Electrónica, publicada en octubre de 2015, la cual busca equiparar la firma electrónica simple y certificada, con la firma autógrafa, con lo cual se propicie el desarrollo económico. Para poder hacer un uso óptimo de la firma electrónica, el firmante deberá tener todos los medios y recursos necesarios para su uso, como el equipo y conocimiento que incluyen: computadora, procesador de texto y el software de certificación o certificado electrónico, adicionalmente tanto el dueño del documento, como el firmante deben contar con las mismas condiciones tecnológicas para poder utilizar este tipo de firma.

3.2.4 La *social media*, y el proceso de globalización en América Latina

Una de las premisas fundamentales de la teoría de la globalización de las Relaciones Internacionales, es que los sistemas de comunicación global hoy en día, están creciendo en importancia, por lo que las naciones, grupos sociales y personas interactúan de una manera cada vez más fluida, tanto dentro como entre las naciones; y a pesar que los grandes avances tecnológicos provienen principalmente de los países desarrollados, los efectos de éstos se pueden percibir en las países menos desarrollados, logrando así que el proceso de globalización propicie una transición efectiva hacia la era digital, caracterizada por la interdependencia e integración, no solamente económica, sino también social, cultural y tecnológica; siendo la *social media* uno de los principales elementos de interrelación.⁸³

⁸³ Giovanni E. Reyes, TEORÍA DE LA GLOBALIZACIÓN: BASES FUNDAMENTALES, Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Vol. II. No.1, (2001): 46 [file:///C:/Users/isma/Downloads/Dialnet-TeoriaDeLaGlobalizacion-5029712%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/isma/Downloads/Dialnet-TeoriaDeLaGlobalizacion-5029712%20(2).pdf).

3.2.5 Categorías de las redes sociales en Latinoamérica

Sin lugar a dudas, las redes sociales son el tipo de *social media* que más impacto tienen en la población joven de América Latina y el mundo, ya que estas responden a necesidades básicas como el sentido de pertenencia, comunicación, entretenimiento y en el caso de muchos jóvenes, auto estima, por lo tanto es muy importante caracterizarlas. Para ello existen categorías en las que las redes sociales se pueden dividir:

- ✓ Redes de tipo educativo. Tienen un espacio de acción en los entornos educativos virtuales y además se utilizan para divulgar compartir y aportar diferentes temas, trabajos, entre otros. Un ejemplo claro de este tipo de *social media* es el sitio web *Wikipedia*, que es un sitio web donde los usuarios pueden actualizar contenido educativo respecto a los diferentes temas. Cualquier persona puede añadir modificar o editar los artículos que ahí se postean, sin embargo, los administradores de la página han puesto ciertos filtros para evitar falsedades y lenguaje no apropiado. Para ello, cuentan con una comunidad de editores voluntarios, los cuales mejoran la calidad y exactitud, buscando que los escritores respalden sus redacciones con referencias comprobables y fuentes autorizadas en la medida de lo posible. No obstante, siempre existe un margen de error, por lo cual no se recomienda el uso excesivo del sitio para elaboración de trabajos de investigación en estudios superiores.
- ✓ Redes con fines profesionales. Este tipo de *social media*, involucra todo tipo de relaciones públicas entre profesionales y la conforma de bolsas de empleo virtuales. Un ejemplo claro de este tipo es la red *LinkedIn*, en la cual los usuarios, pueden crear su perfil profesional, y ofrecer sus servicios a diferentes empresas, así como tener contactos profesionales.
- ✓ Redes de innovación o contenidos, encaminadas a relacionar tanto a empresas como clientes en el diseño de productos o servicios

aprovechando la interactividad en la *Web 2.0*. Como ejemplo de este tipo de red tenemos, ingenieros, diseñadores y tecnólogos, que a través de empresas de publicidad, diseño gráfico y páginas web, logran ofrecer servicios de innovación a sus clientes. En El Salvador se puede mencionar *artedigital-sv.com*, *neothek.com* entre otras.

- ✓ Redes con fines ciudadanos o activistas. Este tipo de *social media*, busca cumplir una función social y pública. Un ejemplo de esto es la plataforma *GoFundme.com*, en la que las personas pueden recoger fondos de ayuda para personas que necesiten donativos económicos, ya sea por motivo de enfermedad, o accidentes.
- ✓ Redes de tipo social o generales. Éste tipo de redes, son las más comunes y conocidas y sirven de base para la interacción de las personas en todo tipo de relaciones como amistad, aficiones, diversión y demás intereses. En esta categoría se encuentra *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, entre otras.

Por otra parte, es interesante analizar los países con mayor actividad en redes sociales, y cuáles son las más utilizadas por ellos:

De acuerdo a un estudio realizado por *TreceBits*, el primer puesto lo ocupa México, país con una población de aproximadamente 131.5 millones, donde el 67% son usuarios activos de redes sociales. Las más utilizadas son *YouTube* con un 95%, seguido de *Facebook* 93%, *WhatsApp* 87%, *FB Messenger* 64% y *Twitter* 57%.⁸⁴

Chile es el segundo. Posee una población de aproximadamente 18.27 millones y el 77% de su población, son usuarios activos de redes sociales y entre las más utilizadas están: *Facebook* 82%, *WhatsApp* 78%, *YouTube* 74% y *FB Messenger* 46% e *Instagram* 40%.⁸⁵

⁸⁴ “Las redes sociales más utilizadas en Latinoamérica”, 1 de agosto de 2019, *TreceBits*, Redes sociales y tecnología, acceso 1 de noviembre 2019, <https://www.trecebits.com/2019/08/01/conoce-cuales-son-las-redes-sociales-mas-utilizadas-en-latinoamerica/>.

⁸⁵ *Ibíd.*

El tercer puesto es para Colombia, con una población de 18.27 millones y con un 68% de población activa en redes sociales. El ranking de redes es el siguiente: *YouTube* 96%, *Facebook* 93%, *WhatsApp* 89%, *FB Messenger* 73% e *Instagram* 73%.⁸⁶

Con los datos anteriores, se puede interpretar, que los usuarios de redes en Latinoamérica, dan prioridad al contenido audiovisual, donde *YouTube* es la plataforma preferida y donde *Facebook* es la red social con mayor porcentaje de usuarios en la región. Además, también se denota la fuerte utilización de mensajería instantánea, con las redes de *WhatsApp* y *FB Messenger*

3.3 La *social media* en El Salvador y su impacto social

Como primer punto, la educación en El Salvador y la *social media* pueden concentrar un gran potencial en la incorporación de las nuevas tecnologías, que puede generar conocimiento al resto; al fin y al cabo, se van desarrollando ciertas aptitudes individuales y colectivas, cuyo paradigma y herramientas que se asocian a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's), pueden generar un amplio abanico de opciones que dinamizan y mejoran el aprendizaje. Así, en el año 2014 se llevó a cabo el plan gubernamental: "NACE LA ESPERANZA, VIENE EL CAMBIO" 2009 - 2014, en el cual se toman como objetivos de nación, el desarrollo del potencial humano de la población salvadoreña y la diversificación de la matriz productiva mediante el impulso de la innovación, la ciencia y la tecnología.

Dentro de los objetivos de fortalecimiento de la TIC's, se pueden mencionar el fortalecimiento del Sistema Nacional de Innovación, Ciencia y Tecnología. Crear y fortalecer la investigación e infraestructura científica y tecnológica, de la misma manera busca crear alianzas regionales e internacionales para dinamizar la investigación en diferentes áreas que tengan que ver con la

⁸⁶ *Ibíd.*

transferencia tecnológica y el desarrollo de la investigación científica e innovación; además, el apoyo a las empresas y a los socios público-privados con el fin de fortalecer la innovación empresarial para el incremento de la productividad y competitividad, así finalmente lo refleja el Programa de Jóvenes Talentos, seguido de la ampliación de becas de alto nivel en áreas claves de la ciencia y tecnología.

Para ambos períodos de gobierno no se incorpora en si un manejo explícito de la *social media*, sino que interactúa con una visión del uso y desarrollo tecnológico.

Para el gobierno del Presidente Nayib Bukele 2019, se retoman estrategias basadas en el uso óptimo de las TIC's.

Entre los elementos clave sobre los que se basará esta estrategia se tienen:

1. Política de inversión para la adquisición de infraestructura y soluciones tecnológicas.
2. Marco de trabajo para la gestión de TIC's, basado en las buenas prácticas internacionales.
3. Normalización para la integración tecnológica interinstitucional.
4. Marco de trabajo para la implementación de políticas de seguridad de la información.
5. Planes estratégicos, tácticos y operativos para la formación en TIC's, con enfoque en la visión de país⁸⁷.

A nivel gubernamental no existen políticas enfocadas a medir el impacto de la *social media* en la educación. Pero sí se relaciona por medio de la inclusión de tecnologías.

Con todo, la articulación de las dimensiones del análisis parte de los siguientes parámetros:

⁸⁷ Plan Cuscatlán 2019 – 2024, Gobierno de El Salvador.

En el ámbito de las consecuencias sociales, se plantea el efecto en los valores y comportamientos particulares y es un aspecto crítico en la legitimidad de este análisis la existencia y uso de ciertas redes dinamizadoras de patrones de conducta y opinión. Es más, cabe también la interpretación de las redes a modo de recursos para la sociedad, lo que facilita determinados procesos básicos de incorporación o mejora de la condición humana. También, se pone de manifiesto un efecto generalizado en la creación de tendencias globales que impactan en la socialización mundial de ciertos comportamientos o inquietudes. En las consecuencias económicas, ciertos aspectos importantes se vinculan con dinámicas de renovación de la realidad productiva y las redes sociales son un nuevo paradigma de revolución para las ideas, además de impactar en planteamientos asociados al alcance del fenómeno de promoción, comunicación y acceso a las ofertas de productos y servicios y finalmente, generar un efecto en aspectos relativos a la disposición de recursos que mejoran rendimientos y economías en el desarrollo de ciertos procesos necesitados de medios y capacidades.

Ahora bien, el dinamismo de las redes sociales es un medio para dinamizar la información, ya sean anuncios publicitarios o noticias, de manera que no se está exento de obtener información en cuestión de minutos, inclusive hasta en pocos segundos.

3.3.1 Estado actual de la *social media* en El Salvador

En la región centroamericana, más del 60% de la población tiene acceso a Internet y son usuarios activos de las redes sociales (ver mapa 3.1 y 3.2); de igual forma, en El Salvador el 59% tiene acceso Internet y el 54% son usuarios activos de las redes sociales (Ver tabla 3.4). Éstas forman parte de la vida cotidiana de los salvadoreños, además son utilizadas en dispositivos móviles, lo que convierte el uso de las redes sociales en algo práctico y portátil. Por su

uso, las redes sociales más importantes en El Salvador son: *Facebook*, *YouTube* y *Whatsapp* (ver gráfica 3.4).

Tabla 3.4 Panorama digital en El Salvador 2019 (Millones de usuarios y porcentaje promedio respecto de la población total)

Población total	Usuarios salvadoreños de dispositivos móviles	Usuarios de salvadoreños de Internet	Usuarios activos salvadoreños de social media
6.43	10.22	3.80	3.80
	159%	59%	54%

Fuente: Elaboración propia con datos del *Global Digital Report 2019*

<https://datareportal.com/reports/digital-2019-el-salvador>

Para 2019 según El Global Digital Report 2019, El Salvador tiene una población total de 6.43 millones de habitantes, adicionalmente su porcentaje de urbanización es del 72%. Respecto al acceso al Internet, 3.80 millones de personas lo tienen (ver tabla 3.4), es decir el 59% de la población, un porcentaje más bajo que el promedio de Centroamérica. (Ver mapa 3.1)

Es evidente que, entre más cercano a la urbanización, mayor será la capacidad de las personas de acceder a Internet por medio de dispositivos móviles.

**Mapa 3.1 Acceso a Internet por región:
Uso de Internet por región, comparando el número de usuarios de Internet con el total de la población (Sin importar la edad)**



Fuente: Global Digital Report 2019

<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

En la región centroamericana, el 63% de la población tiene acceso a Internet. Comparado a otras regiones como Europa y Norte América, que el porcentaje ronda del 88% al 95% de la población, este porcentaje es bajo, no obstante, si se compara con otras regiones de países en vías de desarrollo como El Caribe y los países de África, el porcentaje es mucho mayor. Las características de las economías de América Latina están basadas en patrones de consumo, por lo tanto es notorio el incremento del uso y acceso a Internet.

Mapa 3.2 Acceso a *social media* por región:
(Basado en los usuarios activos mensuales de las plataformas con más actividad en cada país/territorio comparado a la población total)

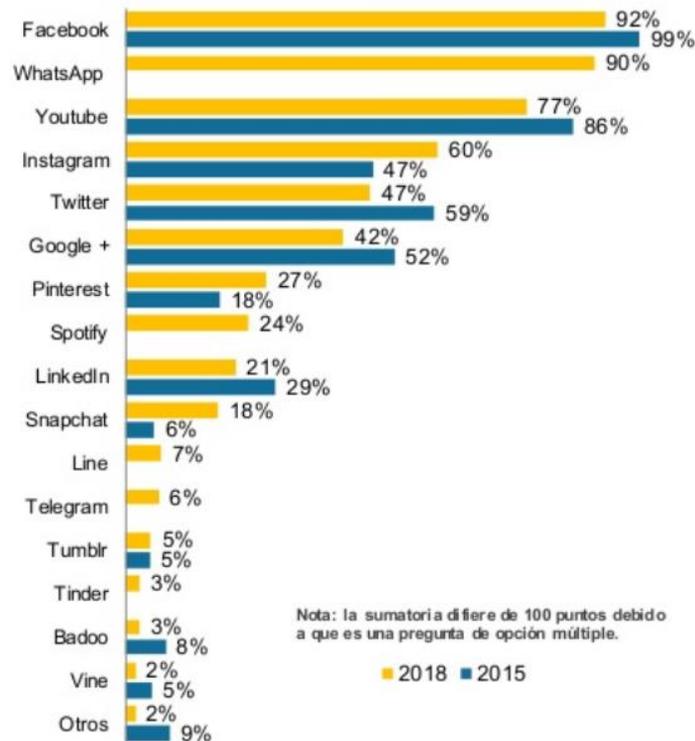


Fuente: Global Digital Report 2019

<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

Lo mismo ocurre con el acceso de la población a las redes sociales, la región centroamericana tiene en un 62% y la tendencia se mantiene, las regiones más ricas y desarrolladas tienen niveles de acceso más altos y viceversa, siendo Norte América la región con mayor acceso y África Central la de menor acceso.

Gráfica 3.4 Redes sociales más populares El Salvador 2015, 2018



Fuente: Datos basados en una encuesta realizada por ANALITIKA MARKET RESEARCH.

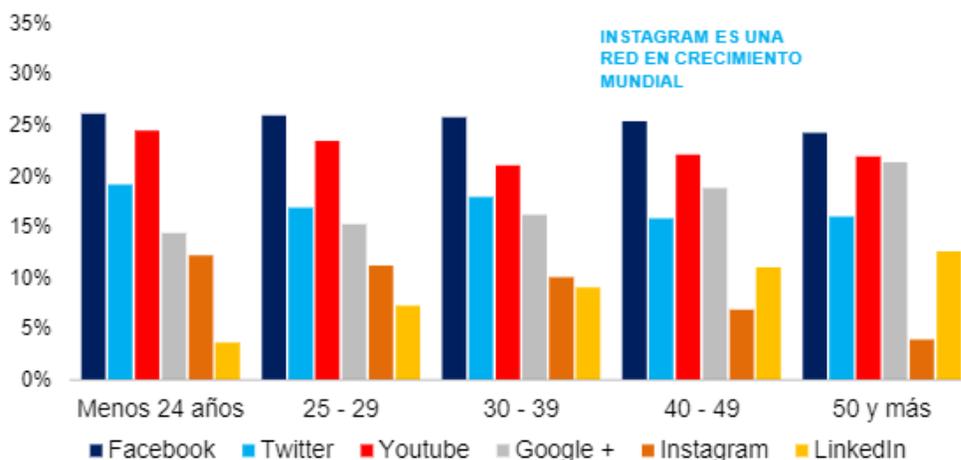
<https://analitika.com.sv/media/>

Según la encuesta realizada por *ANALITIKA MARKET RESEARCH*, la red social más utilizada en El Salvador es *Facebook*, seguido de *WhatsApp*, *YouTube* e *Instagram*. No obstante, se observa descenso del uso de *Facebook*, *Snapchat*, *Twitter* y *YouTube* de 2015 a 2018, (ver gráfica 3.4) y un incremento en el uso de redes como *Instagram* y *Pinterest*, la razón por la cual el salvadoreño promedio se siente atraído por lo visual, antes de analizar contenidos textuales.

3.3.2 Redes sociales

La evolución de las redes sociales y el uso que le dan los salvadoreños en primer lugar tiene relación con la preferencia, frecuencia, y perfil del usuario, en segundo lugar la red social con más uso, las razones por las que los millennials y generación Z se sienten motivados para su elección, qué tipo de actividades realizan; en tercer lugar es importante mencionar que la publicidad así como el marketing utilizado en las diferentes redes sociales generan un impacto y aceptación de los usuarios y en cuarto lugar se realizan compras por medio de las redes sociales que en los últimos años se ha acrecentado de manera que es una oportunidad de ofertar productos y servicios al alcance de las personas y a disposición de quienes tienen acceso a Internet; así mismo en un quinto lugar ranking de marcas y por qué los salvadoreños prefieren esas marcas; en un sexto lugar y una de las más sobresalientes es la percepción de la política en las redes sociales.

Gráfica 3.5 Los salvadoreños se interesan por el contenido visual



Fuente: datos de Analitika, estudio de redes sociales en El Salvador 2015

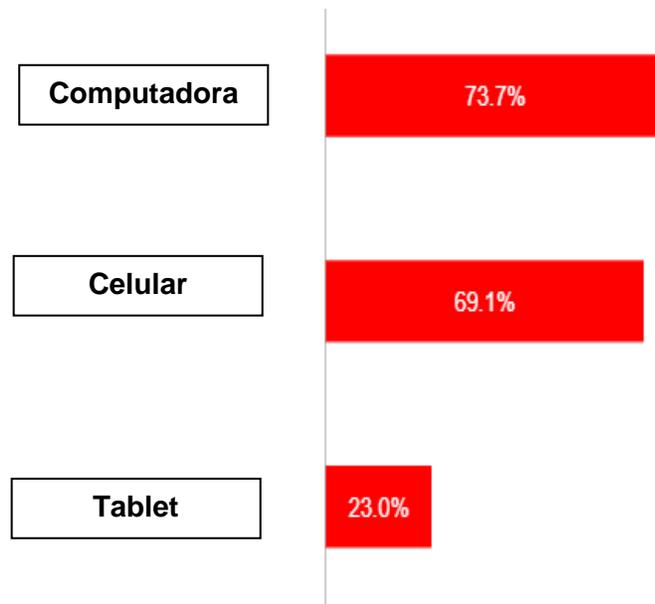
<https://analitika.com.sv/media/>.

Facebook, la red social con mayor uso, seguido de YouTube, la segunda con mayor aceptación por los salvadoreños, debido al contenido visual.

Instagram es una red social de uso principal entre los menores de 30 años, en ella la frase “una imagen vale más que mil palabras”, se ajusta perfectamente a la utilidad de dicha red social (los “millennials” disfrutan más compartir y comentar fotografías). LinkedIn, por tratarse de una red profesional, es preferida por usuarios de mayor edad y para los negocios en la modalidad: B2B.

En cuanto al uso de dispositivos para acceder a las redes sociales en El Salvador se encuentra el uso de computadoras personales y teléfonos móviles.

Grafica 3.6 Uso de dispositivos, para acceder a las redes sociales. El Salvador



Fuente: datos de Analitika sobre el estudio de redes sociales en El Salvador (2015)
<https://analitika.com.sv/media/>.

El acceso por computadora está definido por un 73.7%, por medio de celular definido por 69.1% y acceso por tablet un 23.0%.

La publicidad por medio de redes sociales es altamente aceptada por los salvadoreños, esta busca influir en el público, lo que determina el comportamiento de los consumidores.⁸⁸

Entre los años 2017 y 2019 se observa un incremento de una actitud neutral en relación al uso de campañas electorales en las redes sociales; mientras que el nivel de simpatía ha decrecido levemente entre ambas fuerzas políticas, centrando la atención de la sociedad en discursos con mensajes de hacer las cosas de diferente manera.

Ahora bien, en el último proceso de elecciones presidenciales, el uso de las redes sociales ha contribuido a los partidos políticos para transmitir las diferentes plataformas de gobierno más cerca de la sociedad salvadoreña, sin embargo hay una brecha grande aún para volverse una herramienta intelectual para construir democracia. Este efecto tiene que ver con los discursos que se desarrollan en las diferentes redes sociales.

Al analizar los discursos y encontrar sus contenidos, se encuentra una alta carga de ideologización, deslegitimaciones, calumnias y contradicciones.

3.3.3 Impacto social

En el impacto se consideran dos vertientes como la educación y el empleo, que en su defecto, el empleo dependerá del nivel de estudios y preparación de la persona; ahora bien, desde el mismo enfoque preliminar, la realidad de consecuencias sociales coinciden con las consecuencias económicas que ponen de manifiesto un marco de análisis concentrado en las dinámicas de recursos humanos o creación de empresas, los procesos internos de apoyo a la competitividad y eficiencias y finalmente en los escenarios de relación de los

⁸⁸ Mario López “Estudio de redes sociales en El Salvador 2015,” 26 de enero de 2015, <https://www.gestiopolis.com/estudio-de-redes-sociales-en-el-salvador-2015/>.

agentes económicos con terceros, bien sean flujos de comunicación, de promoción o de transacción, contexto en el que sintéticamente se identifica la renovación económica, las esferas de evolución de la competitividad y las dinámicas de interacción que impactan en el incremento de las alternativas de llegada al usuario, ciudadano o cliente.

En la educación se crea una interacción que genere conocimiento, puesto que se puede definir la red social como un lugar donde se intercambian experiencias que pueden tener un fin educativo. Las denominadas *social media*, concentran un gran potencial cultural entre sus usuarios, que van generando este conocimiento y confiriéndolo al resto; al fin y al cabo, se van desarrollando ciertas aptitudes individuales y colectivas, cuyo paradigma y herramientas que se asocian a las TIC's generan un amplio abanico de opciones que dinamizan y mejoran el aprendizaje.

Un criterio importante se asocia al empleo, dada la dinamización de las sociedades basada en el desarrollo personal y profesional, la disposición de renta, la socialización y la generación de oferta, entre otros; todos estos aspectos configuran la realidad laboral y son los índices de cualificación síntoma del progreso social. Sin duda, nos encontramos ante caracteres sociales diferenciadores entre regiones y países. La disponibilidad del empleo, las ratios de paro y las condiciones laborales establecen en gran medida, los miembros competitivos de una sociedad. Un segundo factor que se antoja fundamental se encuentra en torno a este factor, ya que a la hora de su búsqueda, Internet se está convirtiendo en un recurso básico, en el cual las empresas y las personas interactúan entre sí para alcanzar el objetivo de cubrir/conseguir un puesto de trabajo.⁸⁹

⁸⁹ Carlos Merino Moreno, "Consecuencias sociales y económicas de las redes sociales" Universitat Oberta de Catalunya, acceso 3 de noviembre de 2019,12. http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/54384/2/Consecuencias%20sociales%20y%20econ%C3%B3micas%20de%20las%20redes%20sociales_M%C3%B3dulo1.pdf

En la dimensión política, habría que tener en cuenta que los millennials, son una generación heredera de las imperfecciones de la democracia que sobrevino a las dictaduras militares; por ello, enfrentan grandes retos tienen que ver con la desigualdad, el populismo, los estrictos límites entre derecha izquierda y la corrupción. Para algunos, además, es fundamental comprender la relación existente entre los millennials y eventos recientes como el triunfo de Donald Trump, del Brexit y del “No” en el plebiscito colombiano, por ejemplo (García, 2016).

Uno de los precursores en América de esta diversificación de herramientas fue Barack Obama quien para el evento electoral del 2008 hizo uso de una campaña con un importante papel de las redes sociales y del internet, dejando a la televisión de lado como medio hegemónico.

La victoria del Presidente Nayib Armando Bukele Ortez, sentó un precedente en El Salvador al hacer su campaña política por medio de las redes sociales, siendo el presidente más joven de la historia reciente de El Salvador y también el primer mandatario millennial de Latinoamérica y el primero que gobierna sin el apoyo de los partidos tradicionales. Es importante mencionar que anteriormente los principales actores de la vida política salvadoreña ya utilizaban las redes sociales para hacer campañas políticas, pero no obtenían la audiencia ni la interacción que el presidente Bukele obtiene.

Las redes sociales también pueden hacerle creer al elector que tiene la posibilidad de acercarse a su candidato o partido debido a la potencialidad de interacción que tienen las redes, de hecho éstas son más atractivas en latitudes en donde los candidatos tienden a individualizar su campaña. Los partidos o candidatos tienen la posibilidad de diseñar mensajes o discursos bien específicos, tanto que pueden crear una relación con el elector. La finalidad es acercar a los candidatos y electores.

De tal manera que el impacto de la *social media* en el ámbito político ya no se centra en los medios de comunicación tradicionales (radio y televisión) y cada

vez es posible segmentar el mensaje político por medio de artículos cortos e imágenes por medio de las redes sociales y basta con escribir encabezados polémicos para volver *viral*⁹⁰ una noticia sin fundamento ni fuentes confiables. Las redes sociales son también un potente instrumento para difundir acciones sociales, comprometer a la gente en causas justas, fomentar un uso responsable de determinados bienes, etc. Esto quiere decir que las redes sociales pueden llegar a tener poder de transformación social, ya que al fin y al cabo son generadores de opinión, lugares de debate, de intercambio de ideas.

El impacto del fenómeno en el estudio de los millennials en lo laboral, muestra un auge por su interés en empleos que le permitan marcar una diferencia en el mundo trabajando en proyectos de servicio comunitario o que apoyen la sustentabilidad. Esto explica por qué muchas organizaciones públicas están liderando las preferencias de la fuerza laboral joven en América Latina. Al integrarse a una organización de servicio público o a un organismo gubernamental, la gente joven espera marcar una verdadera diferencia en la sociedad. Esta generación, también otorga una preocupación por el medio ambiente y la sustentabilidad⁹¹.

En lo económico, para las empresas que han tomado el énfasis de la *social media* de tal manera que actualmente se usa como una estrategia empresarial la utilización de las redes sociales como instrumento y herramienta indispensable para llegar a un público objetivo e incrementar sus ventas, siendo por tanto otro elemento sobre el cual debe articularse un sólido y eficaz plan de marketing. El objetivo fundamental del marketing consiste en identificar las necesidades y deseos del público objetivo para poder satisfacerlos de una

⁹⁰ De acuerdo al diccionario *inbound marketing*, un contenido viral es aquel que se difunde de forma multitudinaria en Internet, ya sea a través de redes sociales, correo electrónico, mensajería instantánea, etc.

⁹¹ Andres Hatum, *Los Cambios Generacionales y El Futuro de la Organización*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: 2013.

forma más eficiente y valorada que la competencia. Estamos pues ante una relación de intercambio y beneficio mutuo, donde el consumidor de un bien o usuario de un servicio ve satisfecha su necesidad y la empresa obtiene la compensación monetaria de la transacción realizada. Además, si ha realizado bien su trabajo obtendrá por parte del cliente una valoración positiva, que gracias a las redes sociales, podrá compartir con otros potenciales clientes y por tanto incrementar el prestigio de la marca de la empresa, mejorar su posicionamiento en motores de búsqueda y augurarle buenas expectativas comerciales futuras.

En conclusión se afirma, que la *social media* a pesar de existir desde hace varios siglos, en la última década ha experimentado un crecimiento exponencial, gracias al avance de las nuevas tecnologías especialmente de Internet y la *Web 2.0*.

Los principales usuarios de la *social media* son los millennials y generación Z, gracias a que son los inmigrantes y nativos digitales respectivamente.

El objetivo específico caracteriza las relaciones sociales determinadas por la *social media* en Latinoamérica, haciendo énfasis en la determinación del impacto social, de forma que se determinaron sus categorías, se definió el concepto, y análisis de las características, tendencias y la incidencia de ésta, a nivel mundial, regional (Latinoamérica) y local (El Salvador), mediante el análisis de datos y estadísticas.

La hipótesis específica que caracteriza a la *social media* en Latinoamérica y su impacto social en El Salvador, está determinado por la evolución de los avances tecnológicos en las últimas cuatro décadas orientados a las comunicaciones, servicios, información, entre otros, así también por la nueva cosmovisión y motivación de los millennials y generación Z; en la cual temas como la inclusión social, libertad de expresión y educación toman suma importancia. Se validó, en el sentido que el impacto social, sí está determinado por la evolución de los avances tecnológicos en las últimas 4 décadas, ya que

con el desarrollo de la *Web 2.0*, la interacción se vuelve fluida y la comunicación trasciende fronteras, lo cual permite que la *social media* tenga una incidencia directa, en la vida social y cultura de los pueblos de Latinoamérica. No obstante, los temas relacionados con la inclusión social, libertad de expresión y educación, no han tomado un peso importante, ya que las personas la utilizan principalmente, para comunicarse, informarse, entretenimiento y suplir otro tipo de necesidades como es la de pertenencia y autoestima.

El marco jurídico latinoamericano referente a la *social media* es mixto, ya que tiene características tanto del modelo europeo como estadounidense. Lo que lo hace flexible y adaptativo, no obstante es insuficiente ya que no existen suficientes normas para regular las diversas actividades que derivan de la *social media* y el Internet.

CONCLUSIONES

Latinoamérica experimenta un proceso de reestructuración a nivel político, económico y social, donde el uso de las nuevas tecnologías y redes son un punto clave y los jóvenes millennials y generación Z juegan un papel primordial. Este fenómeno, se analiza a cabalidad a la luz de la teoría de la globalización de las Relaciones Internacionales, ya que estudia esta dinámica y explica cómo las nuevas tecnologías utilizadas e impulsadas principalmente por las nuevas generaciones afectan la economía mundial, el ámbito político y la forma en que la sociedad moderna interactúa dentro de la aldea global.

El objetivo principal de la investigación determinó que la incidencia de los millennials y generación Z en la reconfiguración política económica y social de Latinoamérica y El Salvador, período 2014-2019, reside en la participación de estos, en la nueva agenda política, la inserción de estos en la economía y el uso que estos grupos generacionales dan a la *social media*.

Por su parte, la hipótesis general confirmó a nivel político, la influencia directa de los grupos generacionales en la construcción de un nuevo proyecto político en El Salvador. Además, las formas en la que los jóvenes interactúan en la política salvadoreña están determinadas por las nuevas tecnologías y la *social media*, manifestadas a través del uso de la Internet y las redes sociales en los diferentes dispositivos móviles. A nivel económico, éstos inciden en la fuerza laboral y el uso de las nuevas tecnologías como nuevas formas de hacer negocios. En lo social, tal uso ha venido a modificar los patrones tradicionales de interacción y comunicación.

Las características y participación que los jóvenes millennials y generación Z tienen en la construcción de un nuevo proyecto político, suponen definitivamente un cambio radical en la agenda política salvadoreña y aunque por el momento no son el grupo etario de mayor incidencia en las últimas elecciones, la participación de éstos en la generación de más criterios ha

aumentado principalmente por medio de las redes sociales, ya que son el canal donde éstos se comunican y organizan.

En adición, la agenda política específicamente está compuesta principalmente por la lucha contra la corrupción, mediante una política vigilada, abierta y transparente.

Además, las nuevas tecnologías como la Internet, están permitiendo el auge del comercio electrónico en El Salvador; aproximadamente 40 mil personas la utilizan con fines relacionados al mismo; de este grupo, un 30% específicamente para comprar/ordenar productos y obtener información sobre bienes y servicios; sin embargo, no existe un desarrollo tan avanzado de las nuevas formas de hacer negocios. En lo relativo al crecimiento económico de El Salvador, es bajo comparado al promedio de crecimiento en la región centroamericana; como resultado, éste no se adapta totalmente aún, al uso de las nuevas tecnologías y comercio electrónico al ritmo necesario para influir en el desarrollo económico que logre una reconfiguración positiva de su frágil economía. Asimismo, las estadísticas muestran que la participación de los millennials y generación Z va en incremento, lo que impactaría favorablemente la economía nacional mediante la renovación de su mano de obra. Sin embargo, la inserción de éstos en el mercado laboral salvadoreño aún es precaria; en consecuencia, muchos de ellos tienen empleos mal remunerados e inflexibles en materia laboral.

A estos dos grupos generacionales, se les considera como inmigrantes y nativos digitales, son los principales usuarios de la *social media*, la cual ha generado una transición en la forma en que las relaciones sociales se dan mediante el uso de las nuevas tecnologías.

Por último, el marco jurídico de esta novedad tecnológica en Latinoamérica es un modelo mixto, caracterizado por tomar aspectos del modelo europeo, como la adopción de sugerencias por parte de organismos supranacionales, como la OEA, en materia de delitos informáticos y firma electrónica, además de

aspectos auto regulatorios, imitados del modelo estadounidense, volviéndose flexible. En el caso de El Salvador, no existen las suficientes normas para regular las diversas actividades que derivan de la Internet y la *social media*. Sin embargo, existen algunas leyes referentes a ésta en el país, entre las cuáles se encuentran: la Ley del Comercio Electrónico, La Ley en Contra de Delitos Informáticos y la Ley de Firma Electrónica, las cuales en su conjunto, formarían una base jurídica para el surgimiento de una más efectiva regulación futura.

RECOMENDACIONES

- ✓ Al TSE, se le recomienda mejorar sus acciones de cara a la política vigilada, por medio del uso de nuevas tecnologías que permitan monitorear los procesos electorales de manera efectiva.
Al Gobierno Central, mejorar la transparencia, tanto en materia de gasto público, como en el funcionamiento de las actividades en los diferentes ministerios. Además, que éstos hagan uso de las redes sociales y de especialistas en marketing digital, para que la población pueda conocer las diferentes actividades que se realizan. En adición, tomar sugerencias de organismos y modelos internacionales, como la comunidad europea, y el modelo estadounidense, que permitan robustecer el marco jurídico mediante la creación de nuevas leyes de *social media* y el uso de Internet.
- ✓ Al Ministerio de Educación, trabajar en la capacitación financiera de los jóvenes, por medio de la creación de planes de estudio que incluyan temas como el emprendimiento, manejo del dinero, funcionamiento de la economía entre otros. También, la creación de una plataforma de aprendizaje online, donde los jóvenes tengan acceso gratuito desde cualquier lugar del mundo. Además, incentivar los estudios superiores.
- ✓ Al Ministerio de Trabajo, mejorar las habilidades de los jóvenes, por medio de programas de capacitación y formación de empleo para el desarrollo profesional de éstos en áreas como el manejo del idioma inglés, uso de las nuevas tecnologías y sistemas informáticos. Asimismo, se implementen ferias de empleo online, donde se recompilen todas las oportunidades laborales para jóvenes.

- ✓ Al Ministerio de Economía, mejorar el ecosistema de emprendimiento, mediante alianzas estratégicas, con universidades, bancos, ONG's y empresas, tanto nacionales como extranjeras, que puedan enseñar, tutelar, financiar proyectos y compartir experiencias que sean de utilidad a los jóvenes emprendedores.

FUENTES DE INFORMACIÓN

LIBROS Y REVISTAS

Arévalo Mutiz Paula. Et al. Modelos de regulación jurídica de las redes sociales virtuales, Revista VIA IURIS, núm. 11, julio-diciembre, (2011): 111
<https://www.redalyc.org/pdf/2739/273922799007.pdf>.

Hatum Andrés. Yrrupción: los cambios generacionales y el futuro de la organización. Temas Grupo Editorial. 2014.

Medina Salgado, César. "Los millennials su forma de vida y el streaming". Núm. 50. Julio / Diciembre, 2016.

Moreno, Raúl. La globalización neoliberal en El Salvador. Un análisis de sus impactos e implicaciones (Barcelona: Fundación Món-3, 2005), 51-52.

Reyes, Giovanni E. Teoría de la globalización: bases fundamentales. Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Pittsburgh, n. 3 (2001): 46.

Reyes, Giovanni E. TEORÍA DE LA GLOBALIZACIÓN: BASES FUNDAMENTALES. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Vol. II. No.1, (2001): 46

Tapscott. Don. La era digital: cómo la generación NET está transformando al mundo, McGraw-Hill Interamericana, 2009.

Medina Salgado, César "Los millennials su forma de vida y el streaming", Núm. 50, Julio / Diciembre, 2016.

Novella, Rafael et al, Millennials en América Latina y el Caribe: ¿trabajar o estudiar? Banco Interamericano de Desarrollo. División de Mercados Laborales, 2018. 223-224.

TRABAJOS DE GRADUACIÓN

Cabrera Martínez, Selvin Antonio. Hernández Huevo, Ingrid Rosalía. López Cruz, Walter Antonio. El comercio electrónico como estrategia de rentabilidad en la comercialización de los medicamentos, en las cadenas farmacéuticas: (Universidad de El Salvador, 2013), <http://ri.ues.edu.sv/5330/1/comercio%20electronico%20y%20su%20influencia%20en%20la%20rentabilidad%20en%20las%20cadenas%20farmaceuticas.pdf>.

Calderón Orellana, Mayra Jeannette. Delgado Ramírez, Juan Carlos. Rivas Hernández, Nelson Orlando. "TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS DE AUDITORIA PARA OBTENER EVIDENCIAS VIRTUALES EN EMPRESAS QUE REALIZAN COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SALVADOR". TRABAJO DE INVESTIGACIÓN. Universidad de El Salvador. 2005. 44. <http://ri.ues.edu.sv/11489/1/D352t.pdf>.

Cerezo, Pepe. Director Evoca. "La Generación Z y la información" n7, (2016) http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_7._la_generacion_z_y_la_informacion.pdf

JURISPRUDENCIA

Arévalo Mutiz, Paula et al., Modelos de regulación jurídica de las redes sociales virtuales, Revista VIA IURIS, núm. 11, julio-diciembre, (2011): 111 <https://www.redalyc.org/pdf/2739/273922799007.pdf>.

DOCUMENTOS INSTITUCIONALES

Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador. Publicado en su sitio web, Inversiones. Haciendo Negocios en El Salvador. Acceso el 22 de septiembre de 2019, <http://www.proesa.gob.sv>.

Defensoría del Consumidor. El comercio electrónico en El Salvador. El Salvador: 07, 2018.

https://www.defensoria.gob.sv/wpcontent/uploads/2015/04/comercio_electronico.pdf

Banco Central de Reserva. “Remesas familiares de El Salvador crecen 8.4% y superan los \$5,400 millones en 2018. BCR, 16 de Enero de 2019. Acceso el 16 de octubre de 2019, https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1281:remesas-familiares-de-el-salvador-crecen-84-y-superan-los-5400-millones-en-2018&Itemid=168.

FUENTES HEMEROGRÁFICAS

William Hernández. “Embajadora estadounidense: Tenemos una relación complicada con Gobierno salvadoreño”. El Diario de Hoy. 5 de octubre de 2018. Acceso el 31 de julio de 2019. <https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/embajadora-estadounidense-tenemos-una-relacion-complicada-con-gobierno-salvadoreno/525033/2018/>.

SITIOS WEB

Defensoría del Consumidor. El comercio electrónico en El Salvador. El Salvador: 07, 2018.

https://www.defensoria.gob.sv/wpcontent/uploads/2015/04/comercio_electronico.pdf

Estudio de redes sociales en El Salvador 2015. De fecha 26 de 2015. Acceso el 3 de noviembre 2019. <https://www.gestiopolis.com/estudio-de-redes-sociales-en-el-salvador-2015/>.

FUSADES. El Salvador. Año político. Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social. Departamento de Estudios Políticos. n5 (Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador: 2019): 6,

http://fusades.org/sites/default/files/An%CC%83o%20politico%205%20FINAL%2031%20mayo%202019_0.pdf.

FUSADES. El mercado laboral salvadoreño: retos de la formalización y el crecimiento económico. Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social. Departamento de Estudios Económicos, n. 35 (Antiguo Cuscatlán, La Libertad. El Salvador: 2017): 2, http://fusades.org/sites/default/files/Analisis%20economico%2035_El%20mercado%20laboral%20salvadore%C3%B1o_Nov2017_0.pdf.

Gutiérrez, Guillermo. Evolución del emprendimiento en El Salvador, En Científica. Época. n.2D (El Salvador: 2013):192, <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/2216/1/Evolucion%20del%20empredimiento.pdf>.

International Centre Trade and Sustainable Development. De fecha 9 Noviembre 2017. Análisis e Información sobre Comercio y Desarrollo Sostenible para América Latina. El comercio electrónico en El Salvador: oportunidades, avances y desafíos. Acceso 2 de octubre de 2019, <https://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/el-comercio-electr%C3%B3nico-en-el-salvador-oportunidades-avances-y-desaf%C3%ADos>.

Maxim Wolf. Julian Sims y Huadong Yang. SOCIAL MEDIA? WHAT SOCIAL MEDIA? Acceso 30 de octubre de 2019. 3. https://www.ukais.org/resources/Documents/ukais%202018%20proceedings%20papers/paper_4.pdf.

Millennials y Generación Z: Rebeldes en la Teoría, Conservadores en las finanzas. Alejandro Bianchi (Buenos Aires: El Cronista, 2017), <https://www.cronista.com/columnistas/Millennials-y-Generacion-Z-rebeldes-en-la-teoria-conservadores-en-las-finanzas-20171130-0012.html>.

INJUVE, “Jóvenes y generación 2020”, revista de estudios de juventud, (2015): 162, http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108_12-generacion-millennials-y-la-nueva-politica.pdf.

Rius Mayte. Así vemos el trabajo según la edad, (Barcelona: La vanguardia, 2016). <https://www.lavanguardia.com/vida/20160401/40801626085/diferencias-generacionales-en-el-trabajo-baby-boomers-millennials-generacion-x-generacion-z-generacion-empleo.html>.

Rovira, Carolina “¿Y si termino la escuela? Un análisis de la inserción laboral de la juventud salvadoreña”, Cuadernos FES, n.3 (2018): 19, <http://www.redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/3686/1/Y%20si%20termino%20la%20escuela.pdf>.

Ruslan Posadas Velázquez. Apuntes sobre las reflexiones teóricas de Ulrich Beck, Estudios políticos Mexico, n.37 (2016): 2, http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S018516162016000100002.

Una breve historia de Social Media. Pulso social. El 26 de noviembre de 2010. Acceso 30 de octubre 2019. <https://pulsosocial.com/2010/11/26/una-breve-historia-de-social-media/>.

ÍNDICE DE CUADROS, TABLAS, GRÁFICAS, IMÁGENES Y MAPAS pág.

Cuadro 1.1 Sucesos marcados en las diferentes generaciones.....	8
Tabla 1.1 Composición de la Asamblea Legislativa (2012-2021).....	14
Tabla 1.2 Participación Electoral 1994-2019.....	19
Tabla 1.3 Composición del padrón electoral 2019.....	21
Gráfica 1.1 Composición del padrón electoral 2019.....	21
Gráfica 2.1 Crecimiento económico El Salvador-Centroamérica 2000-2020.....	31
Tabla 2.1 Población en edad de trabajar PET.....	39
Gráfica 2.2 Población en edad de trabajar PET.....	40
Tabla 2.2 Población económicamente activa.....	41
Gráfica 2.3 Población económicamente activa.....	41
Tabla 2.3 Tasa global de participación por edades.....	44
Gráfica 2.4 Tasa global de participación por edades.....	44
Tabla 2.4 Tasa de desempleo por edades, El Salvador 2014-2018.....	46
Gráfica 2.5 Tasa de desempleo por edades, El Salvador 2014-2018.....	46
Tabla 2.5 Salarios mensuales promedios en dólares por sexo, según años de estudio aprobados. El Salvador 2018.....	48
Gráfica 2.6 Salarios mensuales promedio (en dólares) según años de estudio aprobados. El Salvador 2018.....	49
Tabla 2.6 Salario mensual promedio en las cuentas en inglés, de los principales call centers en El Salvador (Salario base sin bonos).....	49
Gráfica 2.7 Salarios mensuales promedios (en dólares) por sexo, según años de estudio aprobados. El Salvador 2018.....	50
Cuadro 2.1 Ventajas y desventajas del comercio electrónico.....	58
Cuadro 2.2 Utilización de Internet, El Salvador, 2007-2016.....	59

Gráfica 2.8 Incremento de la utilización de Internet.....	59
Cuadro 2.3 Empresas outsourcing en El Salvador.....	61
Imagen 3.1 Interfaz de CompuServe.....	70
Tabla 3.1 Panorama digital en el mundo 2019 (Billones de usuarios y porcentaje promedio, respecto de la población total).....	73
Tabla 3.2 Crecimiento digital 2018-2019.....	73
Gráfica 3.1 Usuarios globales de Internet 2008-2015).....	74
Cuadro 3.1 Ranking de los sitios web más visitados del mundo.....	73
Tabla 3.3 Perfil de audiencia de social media 2019. Basado en el público publicitario combinado de Facebook, Instagram y Facebook Messenger).....	76
Gráfica 3.2 Perfil de audiencia de social media 2019 (Basado en el público publicitario combinado de Facebook, Instagram y Facebook Messenger).....	76
Gráfica 3.3 Perfil de audiencia de social media 2019 (Por género).....	77
Tabla 3.4 Panorama digital en El Salvador 2019 (Millones de usuarios y porcentaje promedio respecto de la población total).....	90
Mapa 3.1 Acceso a Internet por región: Uso de Internet por región, comparando el número de usuarios de Internet con el total de la población (Sin importar la edad).....	91
Mapa 3.2 Acceso a social media por región (Basado en los usuarios activos mensuales de las plataformas con más actividad en cada país/territorio comparado a la población total).....	92
Gráfica 3.4 Redes sociales más populares El Salvador 2015, 2018.....	93
Gráfica 3.5 Los salvadoreños se interesan por el contenido visual.....	94
Gráfica 3.6 Uso de dispositivos, para acceder a las redes sociales. El Salvador.....	95