

Valor  
\$5.00

Año XV / n.º 58 / Marzo 2021

# enlaces



La revista de negocios de la Utec

ESPECIAL

# MUJERES

■ DATOS DEMOGRÁFICOS SOCIALES DE LAS MUJERES EN EL SALVADOR

■ MUJER PROFESIONAL EN TIEMPO DE PANDEMIA

■ SONDEO SOBRE PRESTACIONES SALARIALES A MUJERES EN EL SALVADOR





**INSCRÍBETE HOY  
CICLO 02-2021**

**Soy Utec**  
y sigo adelante



# MAESTRÍAS Y POSTGRADOS UTEC

# EN TU TIEMPO Y EN TU ESPACIO

Disponemos de plataformas educativas amigables  
y accesibles desde cualquier dispositivo

## Maestrías

### En línea

- Banca y Finanzas
- Criminología

### Virtuales

- Administración Financiera
- Administración de Negocios

## Postgrados en áreas de

- Negocios
- Finanzas
- Derecho

## Cursos especializados



| [www.utec.edu.sv/maestrias](http://www.utec.edu.sv/maestrias) |

| Maestrías: 2275-2700 |

WhatsApp: 6420-4295 |

Centro de llamadas: 2275-8888 |

**Universidad Tecnológica  
de El Salvador**





12



16



27

# CONTENIDO

## Editorial

- 6 Una cuestión de supervivencia

## Opinión

- 8 El enfoque STEM/STEAM ante las nuevas demandas de la realidad

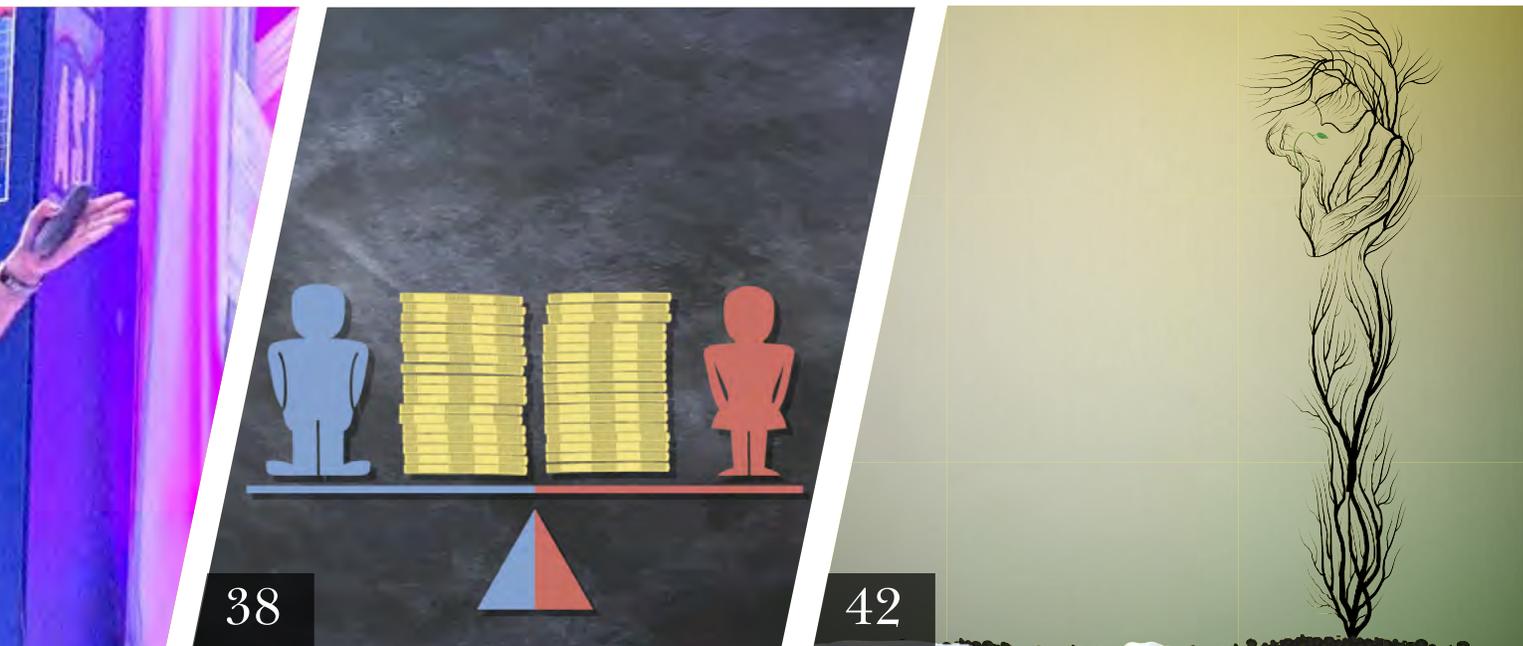
## Quehacer empresarial

Lo más importante del acontecer empresarial

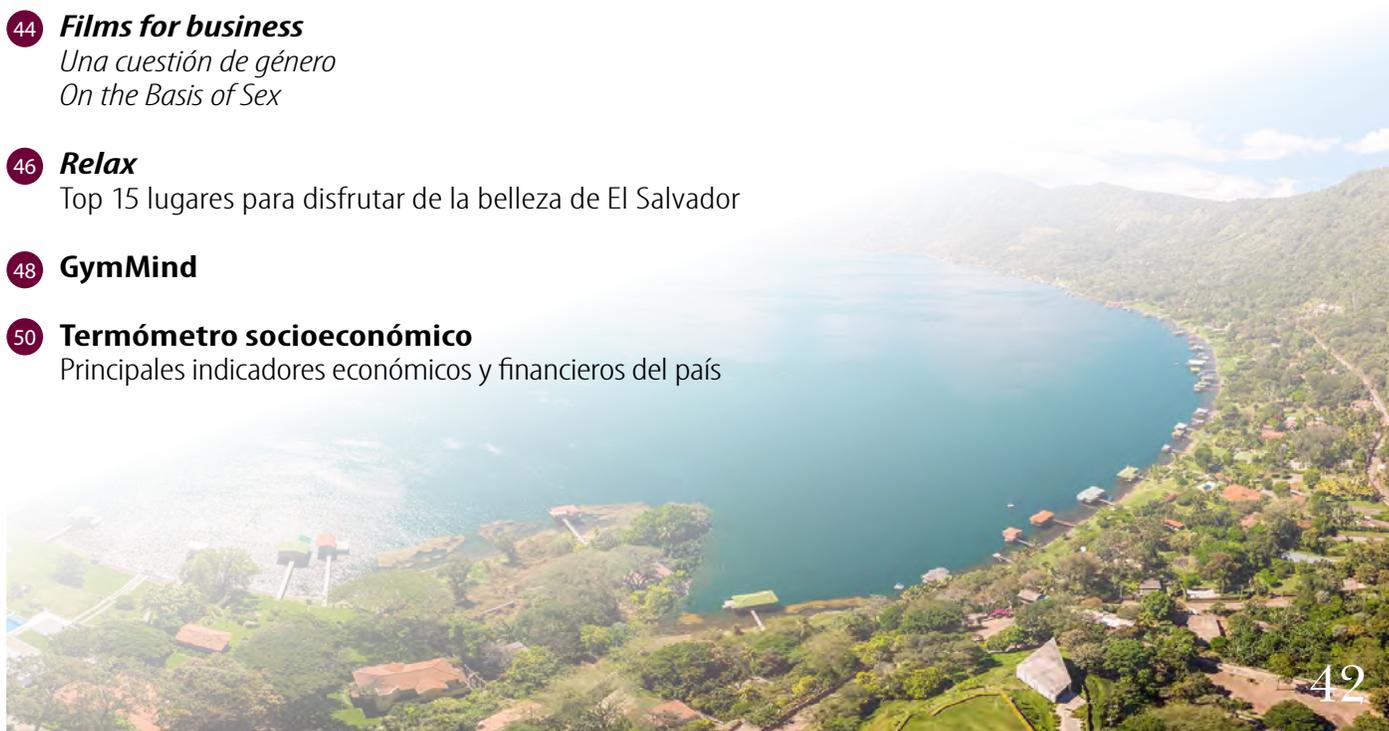
## Especial

- 12 Mujeres: liderazgo y perseverancia
- 14 Datos demográficos y sociales de las mujeres en El Salvador: avances y desafíos
- 16 Impact Hub: Organización que apoya a la mujer

- 19 Mujeres líderes, fuertes y de valor
- 22 Papel de la mujer en el comercio internacional
- 24 Mujer en la educación e investigación
- 27 Mujer líder en el rubro tecnológico
- 30 Mujer protagonista en la banca
- 32 Mujer profesional en tiempo de pandemia
- 35 *Top* de mujeres *influencers* en El Salvador
- 38 Sondeo sobre prestaciones salariales a mujeres en El Salvador



- 42 **Medio Ambiente**  
Mujer y medio ambiente
- 44 **Films for business**  
*Una cuestión de género*  
*On the Basis of Sex*
- 46 **Relax**  
Top 15 lugares para disfrutar de la belleza de El Salvador
- 48 **GymMind**
- 50 **Termómetro socioeconómico**  
Principales indicadores económicos y financieros del país



# Una cuestión de supervivencia



Lissette Canales de Ramírez  
Directora Editorial  
Decana de la Facultad  
de Ciencias Empresariales de la Utec

**E**l tema de moda durante el primer trimestre de 2021 ha estado relacionado con la salida al mercado de las vacunas en contra de la COVID-19. En concordancia con esto, al menos siete vacunas han sido aprobadas por las autoridades de salud en diferentes países. El objetivo: inmunizar a la población a escala mundial para evitar los contagios del virus y acabar con la enfermedad.

Pero, pese a que algunas de estas vacunas ya se comenzaron a aplicar en diferentes países, pareciera no estar resultando. Ejemplos como el de Brasil, Chile y otros países no dejan de preocupar a la población mundial. Por otro lado, al analizar muy someramente las conclusiones a las que llegó Darwin sobre la evolución y supervivencia de las especies, en una población algunos individuos tendrán rasgos heredables que les ayudarán a sobrevivir y reproducirse (dadas las condiciones del entorno, como los depredadores y las fuentes de alimentos existentes). Los individuos con los rasgos ventajosos dejarán más descendencia en la siguiente generación que sus pares, dado que sus rasgos los hacen más efectivos para la supervivencia y la reproducción. Lo anterior debido a que los rasgos ventajosos son heredables y a que los organismos que los portan, por tanto, dejan más descendientes; los rasgos tenderán a volverse más comunes (presentarse en una mayor parte de la población) en la siguiente generación. En el transcurso de varias generaciones, la población se adaptará a su entorno (ya que los individuos con rasgos

ventajosos en ese ambiente tendrán consistentemente un mayor éxito reproductivo que sus pares).

Como resumen, podría decirse que son siempre los más fuertes los que sobreviven. Haciendo una semejanza a estos argumentos con lo que estamos viendo actualmente, podría decirse que esta condición aplica no solo a todos los seres vivos, sean estos humanos o animales, sino también a las empresas –sí, empresas–, porque las empresas también son seres vivos dinamizados por sus fundadores y colaboradores.

Se ha observado cómo empresas han debido desaparecer en medio de las cuarentenas obligatorias o inmediatamente después de estas. Lo anterior pese a que algunas se han reinventado, abriendo nuevas líneas de productos o formas de venta. En este ecosistema de vida biológica y empresarial, habría que analizar quiénes juegan el papel de organismos fuertes y quiénes de débiles; puesto que la cuestión es de supervivencia biológica, pero también empresarial.

En una crisis –como se ha observado–, la creatividad y la realidad de las personas quedan al descubierto. Mientras algunas instituciones y organizaciones se apoyan entre sí, otras parecieran no identificar el potencial de su papel, o de la influencia que podrían tener dentro de la nueva realidad en el ecosistema.

José Mauricio Loucel  
Presidente

Nelson Zárate Sánchez  
Rector

#### Comité editorial

Rafael Rodríguez Loucel  
Noris Isabel López Guevara  
José Modesto Ventura  
Lissette Canales de Ramírez  
Domingo Orlando Alfaro  
Carlos Antonio Juárez  
Guillermo Hasbún

#### Redacción *enlaces*:

Inés Ramírez de Clará  
Zuleyma Rochac  
Juan Carlos Gamero

#### Colaboradores:

Ana Arely Villalta Parada  
Claribel Batres  
José Luis García Monge  
Evelyn Betzaida Rodríguez

#### Revisión, corrección, diagramación y diseño:

Unidad de Publicaciones Utec

#### Comercialización:

Claudia Mena de Abarca  
Claudia.mena@mail.utec.edu.sv  
Cel. 7200-5043 · Tel. 22758941

*enlaces* es una publicación especializada en negocios impulsada por la Universidad Tecnológica de El Salvador, Utec.

La reproducción total o parcial sin la previa autorización de la Utec está prohibida.

Tiraje: 1.250 ejemplares

Circulación: Trimestral

Impresión: Tecnoimpresos, S.A. de C.V.

Edición: Unidad de Publicaciones. Tel: 2275-8771

#### Redes sociales:

Facebook: Revista Enlaces Utec

Twitter: @EnlacesUtec

LinkedIn: Revista Enlaces Utec

La situación que se vive actualmente, como limitadas oportunidades de empleo, congelación de salarios, políticas más restrictivas para el otorgamiento de créditos, mayor presión por recuperación de cartera, mayor control de la tributación y, en términos generales, una mayor persecución de la búsqueda de los recursos económicos de los diferentes actores, hace que cada día sea complejo. Se han visto políticas considerables a las empresas (sean estas personas naturales o jurídicas), más no a las personas<sup>1</sup> que no son empresas. En palabras más simples, la clase trabajadora no tiene un espacio de auxilio para mantener sus ingresos o para ponerse al día con sus atrasos financieros ante la situación actual, a diferencia de los espacios que sí han tenido las empresas.

Con base en lo anterior, podría decirse que las autoridades de gobierno y las instituciones financieras, que históricamente han jugado el papel de “fuertes” en el ecosistema económico, juegan un papel más que crucial en la reactivación de la actividad y en influir en la capacidad de todas las especies para sobrevivir. No hablando meramente de las amenazas que la enfermedad significa para las personas,

sino lo que la *enfermedad de insolvencia* significa para los ciudadanos en general. ¿Qué hacer? Esa precisamente es una de las preguntas para la discusión. Aquí hay otras: ¿deben las instituciones financieras incrementar sus políticas de cobranza o redefinir sus horizontes de financiamiento para la población en general?, ¿debe el Gobierno ampliar los plazos para el pago de impuestos, como el impuesto sobre la renta, para la clase trabajadora? De ser que sí, ¿cómo se financiaría este último?, ¿quién tiene mayor capacidad para hacer maniobras de refinanciamiento? Si no se amplían plazos para pagos o se hacen medidas de refinanciamiento, ¿hacia dónde se empuja a la población? Esta discusión es necesaria entre los actores relevantes, pues está claro que los días presentes son una cuestión generalizada de supervivencia.

1. A excepción de la entrega de los paquetes alimenticios de parte de las autoridades del Gobierno, políticas o programas de refinanciamiento a las personas que no son empresas no se han ejecutado después de la finalización de las cuarentenas obligatorias.

## El enfoque STEM/STEAM ante las nuevas demandas de la realidad



Camila Calles Minero  
Directora de Investigaciones  
Universidad Tecnológica de El Salvador

**E**l mundo cambia rápidamente y plantea desafíos importantes para la sociedad. Cada vez hay nuevas demandas, nuevas formas de actuar y nuevas condiciones para producir. Esto se hizo más palpable con la llegada de la pandemia por la COVID-19, cuando se tuvo que reinventar la forma de estudiar, de generar empleos, producir y activar la economía.

Con los desafíos planteados por la pandemia, en octubre del 2020 se creó la Estrategia Iberoamericana de Innovación: Ciencia y Tecnología<sup>1</sup> con el objetivo de aportar herramientas para la recuperación socioeconómica ante un mundo cada vez más digital y con nuevos escenarios para el empleo y la producción.

En su declaratoria, esta estrategia establece que debe de existir una aceleración de la era digital. Para ello, es necesaria la implicación de diferentes políticas públicas, agentes y actores, y la adaptación a nuevos contextos que requieren renovados conocimientos, competencias y habilidades para el empleo.

Este escenario plantea que los profesionales de todas las áreas del conocimiento deben tener las competencias necesarias para poder contribuir a la reactivación económica. Un buen camino para lograrlo es formarlos basándose en el enfoque STEM (*Science, Technology, Engineering and Mathematics*) o STEAM (*Science, Technology, Engineering, Art and Mathematics*). Según *STEM Education Colombia*,<sup>2</sup> el concepto STEM comienza a tomar forma en la década de los 90 en la *National Science Foundation*. Sin embargo, hasta el 2010 se le tomó importancia con énfasis en las políticas gubernamentales de los Estados Unidos. Se adicionan las artes cuando se deduce la necesidad de no obviar la creatividad e innovación que puede surgir por medio del diseño gráfico, la Arquitectura y otras carreras relacionadas con las artes.

Víctor López Simó<sup>3</sup> y otros autores establecen que la educación STEM es un enfoque interdisciplinario del aprendizaje; se quitan los obstáculos de

1. Consensuada en la IV Reunión de Ministras, Ministros y Altas Autoridades Iberoamericanas de Ciencia, Tecnología e Innovación.

2. Portal sobre educación STEM del Colectivo Nacional de Educación STEM (CONASTEM) de Colombia. <https://www.stemeducol.com/>

3. Víctor López Simó, Digna Couso Lagarón y Cristina Simarro Rodríguez, en su artículo "Educación STEM en y para el mundo digital. Cómo y por qué llevar las herramientas digitales a las aulas de ciencias, matemáticas y tecnologías".

---

las ciencias, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas, para integrarse en sus actividades todas las áreas del currículo, conectando con el mundo real mediante experiencias rigurosas y relevantes para los estudiantes.

Es por ello que es necesario iniciar el camino del enfoque STEM/STEAM no solo creando carreras en estas áreas del conocimiento, sino que también inyectando los planes de estudios con este enfoque.

Evelyn Campos, de TBox,<sup>4</sup> asegura que hablar de formar a estudiantes para las vocaciones STEAM es fomentar un conjunto de competencias que los estudiantes deben adquirir para poder desempeñarse en y enfrentarse a la demanda laboral, aquí, en El Salvador, o en el mundo entero.

Este enfoque emplea una metodología basada en proyectos, fomenta la creatividad, promueve el aprendizaje

significativo, muestra el sentido práctico de la ciencia, motiva la colaboración, da herramientas de comunicación, despierta la creatividad, entre otros elementos, que sirven para que los jóvenes puedan colocarse en el mundo laboral.

Además, se debe contribuir a la construcción del mundo digital que demanda el nuevo entorno y planteado por la Estrategia Iberoamericana de Innovación: Ciencia y Tecnología. El trabajo es arduo y significativo, pues existen brechas importantes.

De acuerdo con las estadísticas<sup>5</sup> oficiales del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, para el 2018 se registró un total de 190.519 estudiantes; de ellos, solamente el 19,17 % (36.531) eran del área de Tecnología. Además, cabe destacar que, del total de estudiantes

de Tecnología, solamente el 23 % son mujeres.

En cuanto a personas graduadas de instituciones de educación superior, en 2018 se graduaron 4.925 de Tecnología, de un total de 23.935, es decir, que solo el 20,57 % de profesionales listos para integrarse al mundo laboral eran del área del conocimiento que más se requiere para activar la economía en medio de la pandemia.

La realidad ya puso las cartas sobre la mesa. El mundo cambió. Ahora, la juventud tiene que desarrollar habilidades que le permitan crecer profesional y laboralmente en una realidad digital, logrando así ser competitivos en el mercado laboral.

---

4. Empresa que impulsa tecnologías educativas. <https://www.tboxplanet.com/2020/01/14/6-caracteristicas-basicas-del-enfoque-steam/>

5. Resultado de información estadística de las instituciones de educación superior, 2019, Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de El Salvador.

# Quehacer empresarial

## Promérica inaugura Fábrica Digital



Con el objetivo de mejorar la experiencia digital de sus clientes, Banco Promérica inaugura Fábrica Digital, un espacio creativo y colaborativo desde donde se pretende impulsar la innovación de la banca digital.

“Nuestra nueva Fábrica Digital diseña, desarrolla, implementa y sostiene sobre la base de metodologías con un verdadero enfoque en el cliente, acorde con las mejores prácticas internacionales” expresó Lázaro Figueroa, presidente ejecutivo de Banco Promérica.

La operación de la fábrica está activa, trabajando en nuevos proyectos en materia digital, los cuales se traducirán en la creación de nuevos productos para los clientes. A la vez, contribuirán a mejorar los procesos internos, que tendrán como resultado un “perfeccionamiento” en la experiencia de los usuarios de la financiera.



## Sistema Fedecrédito lanza *app* que facilita el pago en los comercios

Con el propósito de brindar un mejor servicio a los establecimientos comerciales y siguiendo su línea de innovación, Sistema Fedecrédito lanza Mi QR Comercio, *app* con la que busca facilitar el pago de sus clientes.

Entre sus características, se tiene que es una aplicación segura y fácil de usar. Entre los beneficios de esta modalidad de pago están evitar el contacto físico entre el cliente y el personal del comercio y usar dinero en efectivo.

Sistema Fedecrédito cuenta con más de 700 puntos de atención, con presencia en 195 municipios del país, siendo la red financiera cien por ciento salvadoreña con mayor cobertura nacional.

## Coaspae de R. L. apuesta a la innovación de sus productos



Buscando mejorar los beneficios de sus asociados a través de diferentes apuestas financieras, la Asociación Cooperativa de Ahorro y Crédito de Profesionales en Administración de Empresas y Carreras a Afines (Coaspae de R.L.) presentó su apuesta de innovación en productos financieros.

Con esta iniciativa, se pretende que todos los proyectos de la cooperativa: programas, promociones y beneficios se acoplen más a la necesidad de los clientes.

“Uno de nuestros pilares fundamentales es la parte social. En ese sentido, buscamos ampliar y mejorar los beneficios de nuestros asociados” manifestó el director ejecutivo de la cooperativa, en el contexto de la presentación de la apuesta.

Coaspae de R. L. es una institución con proyección innovadora y estratégica, que brinda soluciones financieras flexibles con la práctica de principios y valores cooperativos, mediante líderes éticos comprometidos con estándares de calidad.

## Electrolab Medic inaugura nueva sucursal

Con el propósito de hacer más accesible sus productos, Electrolab Medic inaugura nueva sala de ventas donde ampliará su opción de artículos para el cuidado integral.

“Estamos comprometidos con brindar mejores experiencias y la mejor calidad en nuestros servicios y productos, y así siempre permanecer en la mente de todos los salvadoreños” dijo Andrés Bustillo, gerente de comercialización, en la inauguración de la décima sucursal, a escala nacional, de Electrolab Medic.

El nuevo establecimiento, cuya ubicación estratégica es el centro comercial Metrocentro, ofrecerá más de 600 clases de productos de salud para la solución en prevención, cuidado, movilidad, cuidado del deportista y para el bienestar de toda la familia.



## Lab Utec Núcleo abre espacio para visibilizar el papel de la mujer en el rubro tecnológico



En el marco del Día Internacional de la Mujer, Lab Utec Núcleo, de la Universidad Tecnológica de El Salvador (Utec) y la Dirección de Investigaciones Utec, con el propósito de llevar temas de innovación y experiencia, realizó el conversatorio “Mujer y Tecnología” como parte de sus programas Utec Con Ciencia.

La vicerrectora de Investigación y Proyección Social de la Utec, Dra. Noris Isabel López Guevara, en su intervención de apertura de la actividad, habló

sobre la importancia de visibilizar el trabajo de las mujeres en el país y su contribución en el ámbito empresarial, así como del papel protagónico de la mujer salvadoreña líder.

La invitada de honor al conversatorio fue la economista empresarial Iris Palma. Además, la actividad, desarrollada a través de Zoom y transmitida por YouTube, contó con la intervención de Isabel Cerón, estudiante destacada de la academia, quien fue moderadora del conversatorio.

En su participación, Iris Palma se refirió a su experiencia al frente del mundo tecnológico digital, a su motivación para incursionar en el rubro y a su experiencia al liderar organizaciones en materia de tecnología digital, así como a su empresa como fuente de motivación, entre otras temáticas.

Además de la Dra. Noris Isabel López Guevara, en la actividad participación la directora de Investigaciones, Dra. Camila Calles Minero; el director de Proyección Social, Lic. William Geliz Mebarak, y la comunidad educativa Utec.

# Mujeres: liderazgo y perseverancia

*En este número de la revista conoceremos historias de liderazgo y perseverancia de mujeres que han marcado la diferencia en sus rubros de trabajo. Mujeres inagotables que luchan por sus sueños hasta alcanzarlos. En los negocios, la investigación, la tecnología, la banca y muchas áreas más, ellas demuestran su valor y habilidades para alcanzar el éxito.*

Inés Ramírez de Clará  
Jefa de Publicaciones Utec

De acuerdo con la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, en El Salvador, las micro empresas representan alrededor del 97 % del parque empresarial, contribuyen entre un 24 % y 36 % al producto interno bruto (PIB) y brindan empleo a un poco más de un millón de personas en el país, que equivale a un 37 % de la población económicamente activa (PEA). De este universo, las mujeres son dueñas del 64 % de las microempresas y del 26 % de las pequeñas y medianas empresas. Además, como dueñas de las MYPE, emplean aproximadamente el 52 % del total de trabajadores del segmento.

“El papel de las mujeres como propietarias de empresas es fundamental desde un punto de vista económico y social, puesto que generan nuevas oportunidades de negocio y empleo, contribuyen a los ingresos y reinvierten en sus familias y comunidades. En





todo el mundo, las mujeres están creando empresas a mayor ritmo que los hombres y contribuyendo así de manera significativa al crecimiento económico”, menciona el estudio “Las mujeres empresarias en América Central”, publicado en diciembre de 2019 por la Organización Internacional del Trabajo, y que analiza, en un periodo de diez años, las oportunidades de las mujeres a escala empresarial.

De acuerdo con este estudio, los sectores de servicios, hoteles, restaurantes y los pequeños emprendimientos son los dominados por mujeres, así como las medianas y pequeñas empresas.

Vemos, entonces, un avance en el protagonismo de las mujeres en los negocios; no obstante, esta no es la única área en la que las mujeres están destacando. Existen mujeres exitosas en la ciencia, la tecnología, el deporte, el arte y muchas categorías más.

Este especial de *enlaces* lo hemos querido dedicar a mujeres en diferentes rubros. En investigación, entrevistamos a Camila Calles Minero, directora de Investigaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador, quien expresa que el papel que ha desempeñado en la investigación ha tenido frutos favorables. Desde que comenzó a investigar para la Universidad (2008), ha realizado más de una docena de trabajos en el área de la comunicación, bajo sus líneas de investigación: ciencia, tecnología y sociedad, comunicación social y medios de comunicación, y género.

En tecnología, entrevistamos a Iris Palma, una salvadoreña de 39 años, apasionada por la tecnología y economista de profesión. Aunque en su experiencia ha sido muy común que la llamen *ingeniera*, su protagonismo en el sector

tecnológico digital ha contribuido con romper mitos; y su motivación por encontrar oportunidades ha permitido sacar de sí misma ese espíritu de decir “yo puedo”.

En la banca, tuvimos el gusto de conversar con Ana Yolanda de Lemus, quien ha ocupado casi una decena de cargos en este rubro. Vivió la nacionalización, la privatización y las alianzas y fusiones de la banca, sucesos que le permitieron atesorar un bagaje de conocimientos bancarios. Mientras tanto, avanzaba en su vida profesional. Así, la mujer que inició como secretaria, ha sido cajera, contadora, subjefa de crédito; jefa de archivo, de proveeduría, de agencia y de bóveda, y gerente de sucursal.

Les invitamos a leer este especial, el primero del año, que hemos publicado para ustedes. Gracias por ser parte de la gran familia de lectores de *enlaces*.



# Datos demográficos y sociales de las mujeres en El Salvador: avances y desafíos

*Las mujeres representan alrededor del 49,5 % de la población mundial. En El Salvador, esta representación aumenta al observar los datos demográficos por sexo: cerca de 3.549.068 son mujeres, de los casi 7 millones de habitantes del país.*



Ana Arely Villalta Parada  
Decana de la Facultad de Ciencias Sociales  
Universidad Tecnológica de El Salvador

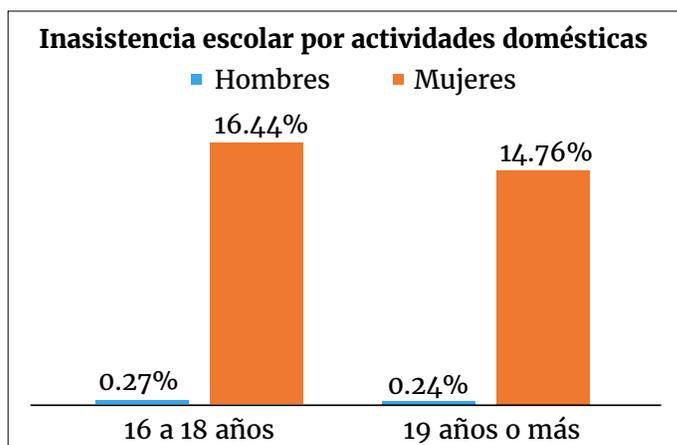
La esperanza de vida al nacer, para una mujer salvadoreña, es de 77.4 años. Al segregar a la población por área y sexo, en la zona urbana reside el 53,46 % de las mujeres y el 46,54 % de los hombres, y en el área rural la tendencia estadística es similar: el 52,09 % son mujeres, y el 47,91, hombres. Al analizar la situación de las mujeres salvadoreñas con respecto a los hombres en áreas como educación, economía y papeles sociales, se evidencia un escenario de desigualdad.

Las brechas de género, en el ámbito educativo, están presentes. En El Salvador, la tasa de analfabetismo (no saber leer ni escribir), para mujeres, supera a la de los hombres en cada rango de edad, haciéndose más notoria en la población adulta mayor de 60 años: el 11,7 % corresponde a la población femenina en contraste con el 8,1 % a la masculina. Este indicador podría reflejar el desafío de la visión tradicional de las mujeres en el ámbito reproductivo, priorizando sus actividades exclusivamente hacia las tareas domésticas y de cuidado. La encuesta sobre el uso del tiempo, realizada en el año 2017, desveló que las mujeres dedican 5 horas diarias al trabajo



doméstico y de cuidado a personas del hogar, mientras que los hombres dedican solamente 2 horas a estas actividades.

Para la población escolarizada, a partir de los cuatro años de edad, los datos reflejan una asistencia escolar del 27,9 % para hombres, mientras que el 24,4 % corresponde a las mujeres. Entre las causas que dificultan la asistencia escolar de las mujeres y niñas, en su mayoría, se encuentran los quehaceres domésticos y otras actividades del hogar, sumado al embarazo y la maternidad.



Fuente: Dirección General de Estadística y Censos.

En la educación superior, se observa el acceso de las mujeres, representando el 54,25 % de la población estudiantil universitaria. Sin embargo, al concentrarse en las áreas relacionadas con la ciencia, la tecnología y las ingenierías, en la matrícula representan solo el 19,02 % del total. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación (Unesco), algunos de los factores que excluyen a las mujeres y las niñas de actividades científicas y tecnológicas son la falta de instrucción, la pobreza y los aspectos jurídicos, institucionales, políticos y culturales.

En el sector productivo de El Salvador, la tasa de participación global de la población económicamente activa, y la que se encuentra en edad de trabajar, muestra que el 80,49 % de los hombres realizan una actividad remunerada en contraste con el 46,82 % de las mujeres. Esta brecha se incrementa cuando se observa la participación económica de las mujeres en las áreas rurales, pues se ven reducidas las oportunidades de acceso al trabajo remunerado. Asimismo, el 68,27 % de las mujeres no buscan un empleo debido a las actividades y los quehaceres domésticos que tienen que atender.

Otro elemento de interés, en el rubro económico, es la brecha salarial, es decir, la diferencia entre el salario promedio de los hombres y el salario promedio de las mujeres. La tasa para la población masculina es 67,29 % superior, ya que perciben un ingreso económico promedio de \$373.40, a diferencia de las mujeres, quienes reciben un promedio de \$306.11 al mes.

En relación con los títulos de propiedad, los datos muestran que, del total de las personas agropecuarias salvadoreñas, las mujeres representan solo el 12,65 % como propietarias de las tierras, y que un 43,97 % son dueñas de viviendas. Esta tendencia de minoría para las mujeres, en cuanto a la propiedad de vivienda y tierra, es similar en la zona urbana y rural.

Ante las brechas y la situación de desigualdad en los diferentes ámbitos de la vida privada y pública de las mujeres, continúa siendo necesario generar procesos de



diálogo y sensibilización sobre estas problemáticas; articular esfuerzos para la implementación de políticas públicas orientadas desde una perspectiva de género; proponer, desde la academia, soluciones pertinentes ante las diversas realidades, con el fin de construir una sociedad más igualitaria, equitativa y respetuosa de los derechos de todas las personas.

## Referencias

- Boletín sobre estadísticas de género 2011-2019. Dirección General de Estadística y Censos. <http://aplicaciones.digestyc.gob.sv/observatorio.genero/igualdad/boletin.aspx>
- Bonder, G. (1994). "Mujer y Educación en América Latina: hacia la igualdad de oportunidades". *Revista Iberoamericana de Educación* (6). <https://rieoeci.org/historico/oeivirt/rie06a01.htm>
- "Datos sobre población, mujeres". Banco Mundial. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL.FE.ZS>
- "Encuesta Nacional de Uso del Tiempo 2017". Dirección General de Estadística y Censos. [http://aplicaciones.digestyc.gob.sv/observatorio.genero/uso\\_tiempo/index.aspx](http://aplicaciones.digestyc.gob.sv/observatorio.genero/uso_tiempo/index.aspx)
- "Perfil de país: El Salvador. Estadísticas demográficas". <https://www.sica.int/si-estad/perfil/elsalvador>
- Mined (2018). "Resultados de la Información Estadística de Instituciones de Educación Superior 2017". Dirección Nacional de Educación Superior. Mined: El Salvador.
- Unesco (2007). "Ciencia, tecnología y género, informe internacional", Unesco: Uruguay.



# Impact Hub: Organización que apoya a la mujer

*Su misión es impactar de manera positiva en los ecosistemas locales; buscar un balance económico, social y medioambiental en las empresas. Impact Hub San Salvador (IHSS) está comprometido en programas con enfoque de género porque reconoce el impacto que tiene la mujer cuando se desempeña en puestos de liderazgo; y empoderarlas es una vía natural de abonar al balance en la sociedad.*

Zuleyma Rochac  
Redacción enlaces

Impact Hub San Salvador, es parte de Impact Hub Global; nació de la inspiración de un grupo de emprendedores que creían en esta visión de impacto para El Salvador (2017). Patricia López, emprendedora social salvadoreña, quien es la directora ejecutiva y cofundadora de IHSS y miembro de la Junta Directiva de Impact Hub Global; se unió a este equipo al tiempo que se presentaba el requerimiento del estudio de viabilidad. Desde entonces ha participado en cada paso de esta travesía de impacto.

De acuerdo con Patricia, IHSS está comprometido en programas con enfoque de género en la mujer, porque fomenta su crecimiento y la empodera en una vía natural para lograr un balance (económico, social y medio ambiental) dentro de la sociedad.

Precisamente, IHSS lidera programas para incentivar a la mujer a tener resultados de impacto; y para el sector emprendimiento tecnológico, la organización ha estado trabajando con la Agencia de los Estados Unidos para el



Desarrollo Internacional y con la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa para orientar a las emprendedoras en la transformación digital.

En 2020, desarrollaron y lanzaron su primer programa (únicamente para mujeres) de “Acelera Empresaria”, diseñado para trabajar con mujeres empresarias que tenían un proyecto que generara ventas y que necesitara esa conversión digital. En aquel momento, se seleccionaron 25 emprendimientos (de 300), los cuales fueron beneficiadas con más de 70 horas de formación: desarrollo de módulos enfocados en la mujer, porque son fieles creyentes en que el éxito empresarial recae en el bienestar personal; diferentes temas alrededor de estrategias corporativas, red de negocios, tendencias, recursos humanos, transformación digital, exportación, *e-commerce*, finanzas, en fin, todo un programa completo. Asimismo, IHSS imparte formación virtual para generar relaciones comerciales, sesiones de *mentoring*, sesiones con inversionistas, entre otros.

La organización, a nivel local, también trabaja con Red Empresaria (en 2020 tuvieron su primera edición); y para este 2021 se desarrollará su segunda edición, que seleccionará cinco mujeres empresarias. Actualmente se encuentran trabajando con las

cinco empresarias de la primer cohorte, con las que están profundizando su ruta estratégica y de apoyo técnico con el propósito de crecer y generar más ventas, y tener ese primer impacto en la economía. No obstante —explica López—, va más allá de ventas y empleo, porque “cuando hay un empoderamiento de la mujer, a través de su emprendimiento, es un cambio de vida para la mujer y un cambio importante en su entorno”.

Además, IHSS se ha sumado a la iniciativa de ONU Mujer como promotor de los “7 Principios para el Empoderamiento de la Mujer”; su esfuerzo suma con webinarios (uno mensual) en los que se aborda cada principio e invita a empresas salvadoreñas que los están aplicando.

Si a números actuales se refiere, IHSS estaría trabajando con alrededor de 75 mujeres (Acelera Empresaria, fases I y II, programa de fortalecimiento digital), además de la participación de mujeres en invitaciones abiertas para talleres y webinarios.

A propósito, en el país, cuando IHSS lanza una convocatoria abierta, tiene la apertura para recibir todo tipo de emprendimiento que quiera generar un enfoque de impacto. Entre las iniciativas que han llegado y han sido lideradas por mujeres, López menciona: apoyo a niños con dificultades de



aprendizaje, temas verdes, arte, entre otros. Pero, también emprendimientos tradicionales (como en Acelera Empresaria).

La pandemia es un tema que, para IHSS, no pasa desapercibido, ya que permitió ampliar la interacción de la organización a todo El Salvador con la virtualidad; además, reestructurar costos y utilizar fondos para un nuevo beneficio, como en Acelera Empresaria, en el que se otorgó un producto a las participantes para seguir ocupándolo durante un año (*hosting*).

Pero cómo ser parte de los programas de IHSS? López hace el llamado a estar pendiente de las redes sociales de la organización (Facebook, Instagram y LinkedIn), porque a través de estas tres pueden enterarse de las convocatorias que realiza.

Pero, si se quiere estar “más al día”, López brinda la opción entre dos membrecías: membresía básica (gratis), con el beneficio de ser parte de la comunidad, de inscribirse como

miembro y tener acceso al portal [sansalvador.impacthub.net](http://sansalvador.impacthub.net), de IHSS, en el que se encuentra el directorio de los miembros y especialistas, webinarios formativos, clases de yoga, talleres de finanzas, más de 300 videos con contenido importante e información “curada” para el beneficio de sus miembros; y membresía *premium* (de pago), con todo lo anterior más actividades con mentores, actividades entre miembros, promociones y

descuentos. Con ambas membrecías se puede estar al día de todo lo que la organización lanza.

La cofundadora, Patricia López, que ha estado en cada proceso de IHSS, describe a la mujer salvadoreña como “muy creadora de estrategias creativas. Sin lugar a dudas, es una persona que está dispuesta a asumir riesgos”, destacando la actitud positiva de cada empresaria. Y es que ver el esfuerzo de las participantes, sobre todo los resultados, hace que la organización exprese “que su trabajo debe seguir”; porque recibir los testimonios de agradecimiento, de transformación y resultados positivos es motivador.

IHSS continuará sumando esfuerzos para lograr sus propósitos y su razón de ser. Continuará como promotor del empoderamiento de la mujer, con esfuerzos para concienciar a la cultura salvadoreña en temas de equidad de género, con Acelera Empresaria y con muchos otros proyectos de impacto para El Salvador.



# Mujeres líderes, fuertes y de valor

*Líderes, fuertes y de valor son las características con las cuales Narda García describe a las mujeres que en la actualidad están alcanzando puestos de jefatura en compañías de renombre en El Salvador.*



Claribel Batres  
Vicedecana Facultad de Ciencias Empresariales  
Universidad Tecnológica de El Salvador

Para una mujer que se desenvuelve en el ámbito profesional, se presentan desafíos y oportunidades cruciales que pueden cambiar su destino. Este es el caso de Narda García, quien se describe a sí misma como centroamericana por ser, de origen, guatemalteca. Emigró junto con su mamá y su hermano a Nicaragua cuando tenía 9 años de edad; país donde vivió por 25 años, contando con las dos nacionalidades. Por temas laborales, Narda tiene ya 10 años viviendo en El Salvador.

Todo comenzó cuando fue promovida por la compañía en donde trabajaba en ese momento, lo cual la catapultó al cargo que ejerce hoy en día, gerente país de Corporación Multi Inversiones (CMI), enfocada en el ámbito comercial, responsable de la operación en El Salvador. Tiene a cargo el equipo de ventas, supervisores, área de *trade marketing*. Una de sus funciones es gestionar los canales de venta, tanto el moderno como el tradicional. Asimismo, es responsable del estado de resultados del país, siendo la representante legal de la operación de alimentos y consumo de CMI.

Según sus palabras, Narda se considera una mujer luchadora, una persona abierta, muy transparente con respecto a sus pensamientos y directa al momento de abordar temas de su interés; además, es empática. Manifiesta que esta cualidad la aprendió de su madre. Ella considera muy importante generar empatía con las personas que conoce a lo largo de la vida. Este principio lo utiliza en el manejo de sus equipos en el ámbito laboral, porque de esta manera puede comprender mejor el comportamiento de las personas y así apoyarlos, guiarlos e impulsarlos a alcanzar el objetivo trazado.

En el entorno en el que se desenvuelve profesionalmente (indica que es un ámbito de hombres), las áreas comerciales de consumo masivo son lideradas, la mayoría de ocasiones, por hombres; son pocas las mujeres que llegan a ser gerentes comerciales o que logran una gerencia de ventas, por lo que —ella exterioriza— se debe esforzar para dirigir su equipo de manera asertiva y funcional.

Para Narda García, ocupar un puesto así de importante, gerente país, significa un reto de igualdad de género y de profesionalismo, porque, definitivamente, la persona tiene



Narda García

que reconocer su valor y respetarse, especialmente en las áreas comerciales, debido a que toda la cadena de mando es liderada por el género masculino.

“Es un reto fuerte para uno, de mujer, conseguir ese respeto. Que te escuchen, que sepan que vos también tenés experiencia, que tenés valor y que también tu opinión vale. Es un reto que hay que enfrentar con mucha fuerza y con mucha entereza” —afirma—. Ella nos explica que, para las mujeres,





es un reto mucho más fuerte que para los hombres, en el aspecto de que la mujer tiene que equilibrar su vida profesional con la personal. Se espera que la mujer debe de ser mamá, esposa, hija y una buena profesional. “La mujer es más fuerte y tiene que sacar esa fuerza para destacarse profesionalmente” — expresa.

Uno de los principales retos que Narda ha enfrentado, es venirse de Nicaragua para nuestro país. En ese momento había una plaza disponible de gerencia de *customer marketing* en la empresa donde ella laboraba; y decidió tomar el reto, pero con un poco de temor. “Cuando salís de tu zona de confort, siempre hay un miedo, un temor que, para mí, es bueno porque eso te reta a crecer y a ser mejor” —subraya—. Mudarse a El Salvador fue un reto fuerte para ella.

Al día de hoy, expresa que el país la ha tratado divino. Ha conocido muy buenos amigos, tiene una base social muy fuerte. Sin embargo, cuando llegó, vivió un cambio cultural. En su nuevo cargo venía a reportarle a un gerente comercial que tenía muchos años de experiencia y de pertenecer a la compañía. “Nunca había habido una gerente en ese puesto. Yo fui la primera gerente en ese puesto, porque siempre, en El Salvador, eran hombres” —dice.

La estrategia que utilizó la aprendió en el camino laboral y en la vida. Consistió en “bajar la guardia y darle la oportunidad a las personas de conocerse y de conocerlos. Es bien importante generar esa relación, esa empatía, esa conexión, para que la gente diga ‘esa persona viene a ser de mi equipo, a ayudarme; no viene a cuestionarme, a sacarme lo malo o a señalarme’” —sostiene—. Ese pensamiento siempre ha

funcionado, y le funcionó en el reto de cambio cultural y de puesto.

Los acontecimientos de vida que le permitieron llegar a la posición que hoy ocupa fue una oportunidad que se le presentó para trabajar en CMI. Evaluó detenidamente la oferta que le presentaron, debido a que había un reto relevante, en ese momento, de realizar un cambio de modelo de negocio. El 50 % del objetivo de ese cargo era hacer realidad ese cambio. Hace cuatro años tomó el reto de quedarse en El Salvador. Ahora lidera la operación acá, en el país. La regional de la compañía, actualmente, está en Guatemala. Ella está feliz, satisfecha con la decisión que tomó; siente que no se equivocó y expresa que la decisión que tomó fue la correcta.

Este es el consejo que Narda les brinda a las nuevas generaciones y a sus equipos de trabajo: “Cuando tomás una decisión de cambio laboral, tenés que estar muy seguro del paso que vas a dar, para no volver a ver atrás”. También dice que hay que buscar cambios cada cierto tiempo en la vida.

Al preguntarle qué consejos compartiría con otras mujeres para que crean en sí mismas y puedan salir adelante, brindó los siguientes:

- Creer en sí mismas, que sí pueden, que nadie es más ni menos que ellas.
- Prepararse académicamente y también en su experiencia laboral.
- Empoderarse, sacar esa fuerza interna.

# Papel de la mujer en el comercio internacional

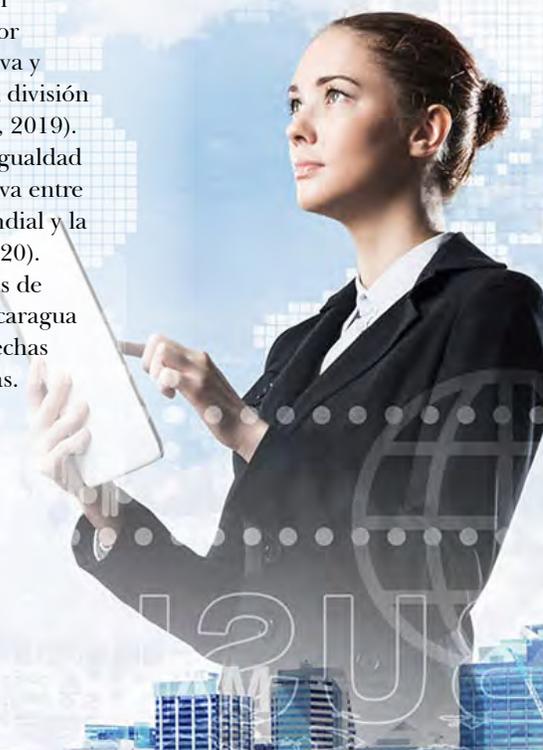
*El empoderamiento de la mujer en el comercio a escala mundial y erradicar las barreras culturales, los estereotipos, las desigualdades y las brechas, entre otros, que por años han evitado que las mujeres tengan un papel protagónico y de liderazgo en el sector, está contribuyendo a visibilizar el potencial femenino en el comercio internacional.*



José Luis García Monge  
Coordinador Departamento  
del Sector Externo, BCR

Los vínculos entre la desigualdad de género y el comercio internacional se explican, en parte, por la intersección entre la especialización productiva y comercial, la segregación laboral de género y la división sexual del trabajo en los distintos países (Cepal, 2019). La relación entre intensidad del comercio y la igualdad de género sugiere que hay una tendencia positiva entre ambos, según estudios recientes del Banco Mundial y la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2020).

En la región, grupos de mujeres exportadoras de Chile (Cendec, 2006), Ecuador, El Salvador, Nicaragua y Perú (Frohmann y otros, 2016) reportaron brechas de género en asuntos relacionados con dos áreas.





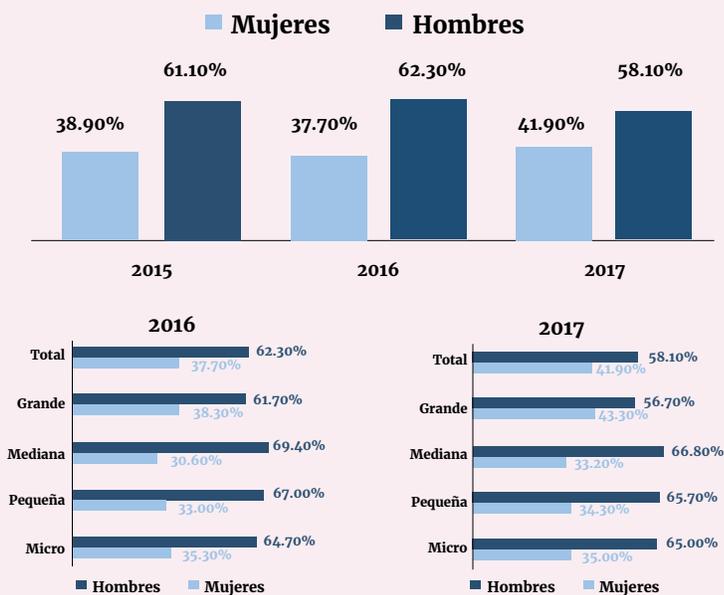
Por una parte, detectaron deficiencias en los negocios, como la falta de respaldo legal, el difícil acceso a información, el escaso acceso a financiamiento, los obstáculos regulatorios y los problemas relacionados con los derechos de propiedad, el acceso al empleo y la brecha salarial. Y por otra, señalaron que las mujeres se enfrentan a estereotipos de género [basados en la mentalidad machista de los clientes, los estereotipos culturales, la desigualdad y discriminación, la falta de reconocimiento y la necesidad de validar y legitimar su trabajo] (Frohmann, 2017).

En el informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal, 2020), se plantea que existe una gran heterogeneidad entre los sectores exportadores en cuanto al empleo femenino. La mayor concentración de este tipo de empleo se encuentra en el sector textil y de confección, y de otros servicios. El organismo destaca que las brechas salariales entre hombres y mujeres son mayores en los sectores intensivos en exportaciones, comparados con aquellos poco intensivos en estas. Lo anterior parece una causa directa por la que pocas empresas exportadoras sean lideradas por mujeres.

Según información de las encuestas de empresas del Banco Mundial, los hombres son dueños del 90 % de las empresas manufactureras exportadoras en países en desarrollo; en otro aspecto, datos de empresas exportadoras pequeñas y medianas de 97 países presentes en Facebook muestran resultados similares. Las empresas exportadoras lideradas por mujeres emplean a una mayor proporción de mujeres en comparación con las empresas exportadoras lideradas por hombres. Las mujeres propietarias de empresas de menor tamaño tienen menos acceso a los recursos productivos, a la capacitación, a habilidades digitales y a las redes de contactos, y enfrentan mayores restricciones de tiempo por la sobrecarga de trabajo doméstico y de cuidados no remunerado.

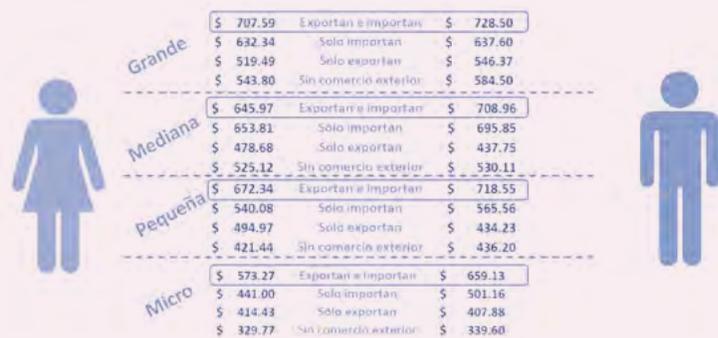
Pese a lo anterior, se muestran avances para la mujer en las instituciones y organismos que gestionan el comercio internacional. Por ejemplo, el 15 de febrero de 2021, los miembros de la OMC hicieron historia al elegir a Ngozi Iweala como directora general de la organización. Mientras que en El Salvador algunas instituciones son lideradas por mujeres, como la Dirección General de Aduanas, cuya directora es la Licda. Samadhy Martínez. Bajo el puesto de Directora de Administración de Tratados Comerciales se encuentra Licda. Marta Rosa Margarita Ortez Quintanar, y la Dirección Ejecutiva de la Corporación de Exportadores de El Salvador está a cargo de la Licda. Silvia Cuéllar.

### El Salvador. Datos de comercio y género Participación laboral en empresas asociadas a la exportación por género y tamaño



Fuente: Caracterización del sector exportador según tamaño de empresa; y del sector exportador e importador de El Salvador.

### Salarios promedio de las empresas con comercio exterior por tamaño de empresa y género (Año 2017)



Fuente: Caracterización del sector exportador e importador de El Salvador.

En la misma línea, la OMC, desde el 2001, en todos los foros públicos que el organismo ha celebrado, incluye sesiones sobre cuestiones de género; además, respalda una iniciativa colectiva para aumentar la participación de las mujeres en el comercio.

Otro organismo que trabaja con sectores públicos y privados para reducir las desigualdades entre hombres y mujeres es el Banco Mundial; además, impulsa, dentro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, el número 3, que plantea “promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer”. También, la Organización de las Naciones Unidas promueve el objetivo de la estrategia para todo su sistema de paridad de género, de crear “un entorno de trabajo que abrace la igualdad, erradique los prejuicios y sea inclusivo para todo el personal”.

# Mujer en la educación e investigación

*Inquieta por el aprendizaje, por sumar a los cambios, por ayudar y por construir una mejor sociedad.*

Zuleyma Rochac  
Redacción enlaces

Ella expresa que nunca vio en su horizonte el hecho de dedicarse a la formación, a la docencia, pero —refiriéndose a la investigación— con mucha seguridad dice que siempre la ha llevado en sí misma. No obstante, su espíritu de buscar nuevas formas de aportar a la sociedad la impelió a enamorarse de ambas áreas. Es así como Camila Calles Minero, con una sólida trayectoria profesional, se convierte en un referente de mujer en la educación e investigación.

A raíz de su motivación, y por la oportunidad que se le dio de formar parte de la Universidad Tecnológica de El Salvador (Utec), para la estructuración del

periódico digital *La Palabra Universitaria* (2007), se le abrió un nuevo mundo. Camila inició su carrera docente en esta casa de estudios superiores, y al desempeñar su papel comenzó a interactuar y compartir con los jóvenes estudiantes. Y entonces fue cuando dijo “¡Sí! ¡Sí, me gusta! Sí estoy



Camila Calles

convencida de que la educación es la forma más eficaz de hacer una mejor sociedad”.

Esta profesional expresa que la mayor motivación de ser docente es ver el crecimiento de sus estudiantes; verlos convertidos en profesionales y disfrutar lo que hacen; ver cómo aportan al mundo de las comunicaciones actuando en su

vida profesional. Precisamente estos resultados la hacen sentir satisfecha y, por supuesto, motivada.

El papel que ha desempeñado en la investigación ha tenido frutos favorables. Desde que comenzó a investigar para la Universidad (2008), ha realizado más de una docena de trabajos en el área de la comunicación, bajo sus líneas de investigación: ciencia, tecnología y sociedad, comunicación social y medios de comunicación, y género, las cuales se

encuentran disponibles al público en el repositorio<sup>1</sup> de la Utec.

Calles comenta que la investigación que más la ha impactado fue la orientada a la “Participación científica de la mujer en El Salvador” (que inició en 2014, con la búsqueda de documentales e historias de esas mujeres), ya que es fiel creyente de que es necesario conocer y registrar la historia de las mujeres, como de hacer más visible la voz de muchas mujeres. En consecuencia, rescató esas historias de vida; la voz de las mujeres. Por ello considera que es la investigación que más satisfacción le ha causado.

Actualmente, Calles es la directora de Investigaciones de la Utec, lo que le permite el privilegio de continuar en la investigación científica y supervisar la producción de docentes e investigadores; poder colaborar para que la Universidad sea cada vez más visible a través de sus producciones científicas, sobre todo, dar a conocer la proyección de la institución.

Considera Calles que cada uno de los procesos que ha vivido le ha ayudado a crecer. La investigadora y docente está aportando a la sociedad positivamente visibilizando, siendo la voz y ayudando. Por ende, su visión para seguir construyendo es constante.

A futuro se ve

1. El repositorio de la Universidad Tecnológica de El Salvador (MINDS@UTECS: Mis Investigaciones a Disposición de la Sociedad), alberga el acceso abierto de las producciones de las diferentes áreas académicas. (repositorio.utec.edu.sv)

continuando en la docencia, llevando a cabo más proyectos de investigación propios y en colaboración con la academia extranjera (Universidad de Alicante), trabajando para que más mujeres tengan acceso a proyección social, aportando en la investigación de las mujeres, generando conocimiento para brindar más herramientas a los derechos de este sector, entre otros.

## Aporte de la mujer en educación e investigación

De acuerdo con Camila Calles, que las mujeres se dediquen a la educación y a

la investigación en el país trae muchos retos, bastante más que a los hombres, como en cualquier profesión; porque, además de implicar tiempo, esfuerzo, estudio y dedicación, muchas son jefas de hogar y deben administrarlo; y ahí cambia todo.

Y es que la mujer ha aportado en el área de investigación y de la educación a través de la historia, ha estado siempre

presente. Lo que sucede —según explica Calles— es que no se ha trabajado por hacer visible su participación; pero la mujer sigue contribuyendo mucho. “La mujer ha aportado en la educación de los seres desde que inician; ha creado métodos efectivos de educación, ha aportado en investigaciones increíblemente; en generación de conocimiento, ha estado contribuyendo al desarrollo del mundo que tenemos hoy” —enfatisa.

Si bien falta esfuerzo y trabajo para hacer visible el papel de la mujer en estas áreas, Calles invita a las mujeres a aprovechar las oportunidades que se tienen en el extranjero y hacer “ese esfuerzo, no sacrificio, sino ese esfuerzo como tiene que ser”. Y a la mujer que tiene el deseo de dedicarse a la educación e investigación, Calles le brinda las siguientes palabras:

- “Si tienen las ganas de hacerlo, que lo hagan.”
- “No desfallezcamos si lo queremos hacer.”
- “Busquemos ser actores en lo que podamos ayudar, ser solidarias. Ayudar para que otras mujeres salgan adelante.”
- “Hay muchos obstáculos, hay de todo tipo.”
- Y, “Hay que seguir adelante y no dejarse vencer”.

### Dra. Camila Calles Minero

Directora de Investigaciones y docente Utec

Estudios	Investigaciones realizadas
Doctorado en Estudios Sociales de la Ciencia y Tecnología, Universidad de Salamanca, España.	<p><b>2020:</b> Consumo de medios de comunicación por la juventud salvadoreña.</p> <p><b>2019:</b> Las defensorías de las audiencias de los medios de comunicación en El Salvador</p> <p><b>2018:</b> Igualdad de género en los planes de estudio de la formación académica de la Universidad Tecnológica de El Salvador</p>
Maestría en Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología, Universidad de Salamanca, España.	<p><b>2018:</b> El <i>ombudsman</i> de las audiencias de los medios de comunicación en El Salvador: factibilidad y aceptación</p> <p><b>2015:</b> Publicidad y violencia de género en El Salvador</p>
Maestría en Docencia Universitaria, Universidad Tecnológica de El Salvador.	<p><b>2014:</b> Participación científica de la mujer en El Salvador</p> <p><b>2013:</b> La infancia y la adolescencia como noticia en El Salvador</p> <p><b>2012:</b> Infancia y adolescencia en la prensa escrita, radio y televisión salvadoreña</p>
Licenciatura en Periodismo, Universidad de El Salvador.	<p><b>2012:</b> Violencia y programación infantil en la televisión salvadoreña</p> <p><b>2011:</b> Universidades salvadoreñas en la sociedad de la información y el conocimiento con perspectiva de género</p> <p><b>2011:</b> Violencia en las franjas infantiles de televisión salvadoreña y canales de cable</p>
Fuente: <a href="http://utec.edu.sv/vips/">utec.edu.sv/vips/</a>	<p><b>2010:</b> Para que los estados funcionen hay que trabajarlos mucho y por bastante tiempo</p> <p><b>2010:</b> Sociedad del conocimiento con perspectiva de género en El Salvador: caso universidades</p> <p><b>2009:</b> Migrantes como noticia</p> <p><b>2009:</b> Participación ciudadana y estrategia de la comunicación en el gobierno central de El Salvador</p> <p><b>2009:</b> Recopilación investigativa, tomo III</p>

Fuente: MINDS@UTECE



# Mujer líder en el rubro tecnológico

*La economista que ha derribado paradigmas y se ha abierto camino en el mundo tecnológico digital.*

Zuleyma Rochac  
Redacción enlaces



Iris Palma durante ponencia en un evento.

Es una salvadoreña de 39 años, apasionada por la tecnología y economista de profesión. Aunque en su experiencia ha sido muy común que la llamen *ingeniera*, su protagonismo en el sector tecnológico digital ha contribuido a romper muchos mitos; y su motivación por encontrar oportunidades ha permitido sacar de sí misma ese espíritu de decir “yo puedo”. Hablamos de Iris Palma.

Iris tiene un recorrido profesional bastante peculiar. Antes de fundar su propia empresa, trabajó un proyecto con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional como gerente de innovación y tecnología, diseñando y poniendo en marcha proyectos de fortalecimiento empresarial en el rubro tecnológico; fue consultora del Banco Interamericano de Desarrollo en el sector tecnología y oficial de enlace de gobierno electrónico para la Organización de los Estados Americanos en el país; además, fue la primera mujer directora de la Cámara de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (CasaTIC), que en ese

entonces aglutinaba alrededor de 60 empresas tecnológicas. A lo largo de su trayectoria, también ha trabajado en el área de la consultoría para empresas digitales, para el desarrollo de modelos de negocio y para empresas no digitales, logrando una transformación a lo digital. Si bien no trabajó en ninguna empresa de tecnología –manifiesta Iris–, sí conoce el rubro por la misma vinculación que ha tenido con este en el sector público, privado, CasaTIC y otros.

Con el conocimiento adquirido y de la mano de la experiencia en su haber, en 2017 decide emprender y encontrar oportunidades con su propio negocio, y con el apoyo de su esposo (profesional de la informática) decide integrarse al mundo del emprendimiento. Ambos contaban con un bagaje interesante en la tecnología; eso los motivó a realizar un proyecto empresarial familiar.

De ahí que en 2018 lanzan *Nex Services*<sup>1</sup> como resultado de analizar las oportunidades en el mercado. “Más allá del romanticismo de emprender, nació

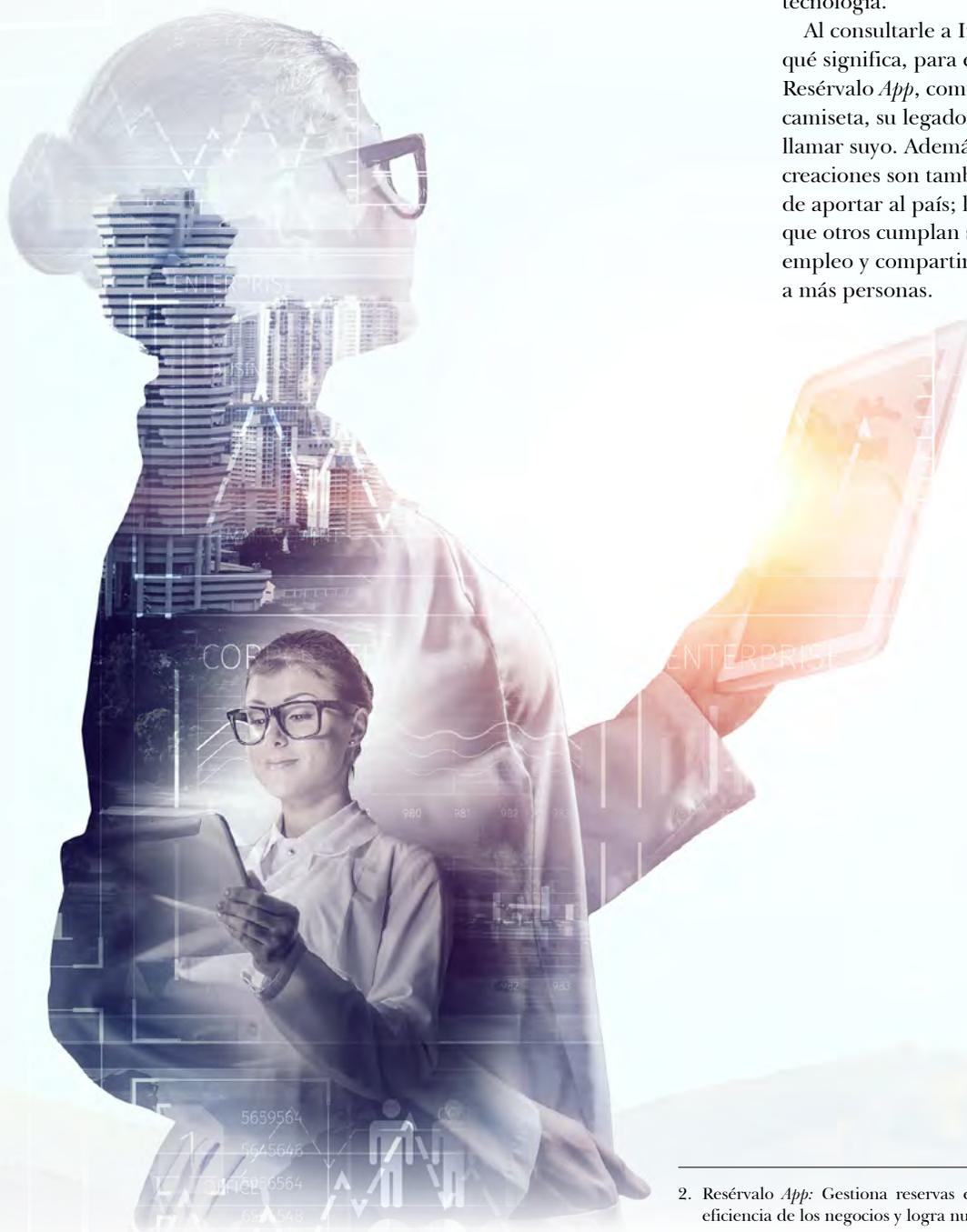
1. *The Next Services*, S.A. de C.V.: Empresa en el rubro de tecnología, especializada en crear modelos de apropiación y cultura digital para orientar a equipos en el diseño y puesta en marcha de planes de transformación digital que les permitan alcanzar sus objetivos institucionales.

porque vi un espacio donde podíamos desarrollar no solo una empresa (...). Empecé para dejar un legado importante” –comenta Palma.

“Realmente nosotros no nacemos bajo una figura de ‘ganamos un premio y de ahí fundamos una empresa’. Lo nuestro nació de un año de planeación intensa, de mi esposo y yo, para ahorrar, para invertir, para poder diseñar la empresa” –explica Iris—. Luego, con la misma motivación y optimismo, crearon Resérvalo *App*,<sup>2</sup> aplicación lanzada a finales de 2020.

En cuanto a Resérvalo *App*, Iris destaca algo muy curioso: el hecho de que la mayoría de los negocios (usuarios) son liderados por mujeres; y aunque la idea de la *app* no distingue sexo, han visto el potencial de la mujer en liderar su propia empresa motivada por la tecnología.

Al consultarle a Iris Palma sobre qué significa, para ella, *Nex Services* y Resérvalo *App*, como su “bandera, su camiseta, su legado”, algo que puede llamar suyo. Además, dice que estas creaciones son también la oportunidad de aportar al país; la oportunidad para que otros cumplan sus sueños, generar empleo y compartir su caso para motivar a más personas.



2. Resérvalo *App*: Gestiona reservas en línea. La *app* mejora la eficiencia de los negocios y logra nuevas experiencias digitales.



## Desafíos y oportunidades

En particular, con *Nex Services* y *Resérvalo App*, Iris ha tenido los desafíos de la falta de marcos regulatorios sólidos que le permitan invertir en su innovación; de entrar a un mercado en el que hay mucha competencia y de que el proceso casi siempre sigue la forma tradicional; y, por supuesto, la pandemia del coronavirus, entre otros. No obstante, ha ido orientando estos desafíos hacia el beneficio.

Como mujer, durante su carrera profesional, se ha enfrentado a comentarios como “llame a su esposo para que firme el contrato” (aunque ella es la representante legal de su empresa). Cuando inició su negocio, escuchó un “no lo vas a hacer”, “estás muy grande para empezar a emprender”, “este es un rubro al que se dedican más ingenieros que economistas”, “vas a estar buscando trabajo dentro de un año”. Pero su crecimiento personal y profesional le permitieron entender de quiénes venían esas expresiones negativas. Y, aunque ella no se refirió a estas como buenas o malas, la desafiaron y sacaron su espíritu de “Si tengo un lugar en este sector, no importa que sea mujer, que sea economista. Sí puedo aportar y complementar las visiones en este mundo digital. Tengo algo que aportar en este rubro”.

Por otra parte, relativo a oportunidades, Iris Palma ha sido invitada a ser la asesora de la junta directiva de la Asociación Salvadoreña de Industriales en el área de tecnología; a ser miembro fundadora de la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social; ser la coordinadora país de la Red Latinoamericana de Transformación Digital. Asimismo, ha recibido reconocimiento por parte del Programa



*Iris Palma saluda al Rey de España.*

de Liderazgo de la Secretaría General Iberoamericana; tuvo el honor de conocer al rey de España en una misión que representaba el rubro; ha sido becaria internacional y participado en foros del sector de tecnología, información y comunicación; también fue invitada por TEDxSan Salvador para hablar acerca de tecnología; es miembro del espacio de tutores regionales de la Escuela de Gobierno de la Organización de los Estados Americanos, entre muchas oportunidades más.

Esta es la visión de Iris. A corto plazo: el fortalecimiento de *Resérvalo App* y trabajar en el proyecto de “captar reportes de denuncias de acoso a las mujeres en el transporte público”; a mediano plazo: desarrollar modelos de transformación digital para las empresas en cualquier rubro; y a largo plazo: fortalecer a *Next Services* y abrir nuevas oportunidades de negocios.

Referente a la brecha que existe aún de mujeres en el rubro tecnológico, Palma considera que se deben abrir oportunidades y hacerlas accesibles a las mujeres; se debe incentivar al emprendimiento con enfoque de

género y enseñar el correcto uso de tecnología desde temprana edad. También comparte la siguiente recomendación con las mujeres, para que sean protagonistas en el sector tecnológico: “Deben ser muy pacientes; aceptar que todo viene a su tiempo. Pero esto no significa quedarse sentadas. Por mi experiencia, podría decirles que nunca dejen de formarse; eso es vital. Tengan una red de aliados. No se autodiscriminen; no crean que, por ser mujeres, deben haber ciertos privilegios. Debemos demostrar que estamos en este mundo por nuestras propias capacidades, y apoyarnos entre nosotras. Si en su corazón está (emprender) y tienen esa chispa, ¡adelante! No va a ser fácil, pero las satisfacciones son increíbles”.



## Mujer protagonista en la banca

*“He estado disfrutando de ese trabajo, es muy bonito... Uno no se imagina que le va a gustar y que va a hacer carrera.” –Yolanda de Lemus.*

Zuleyma Rochac  
Redacción enlaces

Con más de cuatro décadas de trabajo en la banca y sin haberse imaginado lograr lo que hoy atesora, Ana Yolanda Grande de Lemus inició su carrera bancaria un 1 de junio de 1977, como secretaria, en una asociación de ahorro y préstamo (en ese entonces existían solo cinco o seis asociaciones de ese tipo en todo El Salvador). Ana Yolanda relata que debió titularse como secretaria ejecutiva para integrarse al sistema bancario.

Sus años de trayectoria en el sector financiero le permitieron experimentar la metamorfosis de la asociación que la vio dar sus primeros pasos laborales. De Lemus recuerda perfectamente ese cambio: de asociación de ahorro y préstamo local a financiera internacional, con operaciones activas hoy en día en el país.

“Me inicié en CASA (Asociación de Ahorro y Préstamo), que se convirtió en banco (Bancasa). En el 2000, este fue fusionado con Banco Salvadoreño (al que pasamos los colaboradores). Luego, este banco se vendió a Banco del Istmo y este a HSBC, y después a Davivienda”, comenta De Lemus al recordar su recorrido profesional.

Ana Yolanda vivió de cerca la nacionalización, la privatización y las alianzas y



Ana Yolanda de Lemus.

fusiones de la banca, sucesos que le permitieron atesorar un bagaje de conocimientos bancarios. Mientras tanto, avanzaba en su vida profesional. Así, la mujer que inició como secretaria ha ocupado casi una decena de cargos en la banca: cajera, contadora, subjefa de crédito; jefa de archivo, de proveeduría, de agencia y de bóveda, y gerente de sucursal.

Su marcada trayectoria le ha otorgado, también, el desarrollo de habilidades, conocimiento y aprendizaje constante, ya que –según afirma– “la banca es un rubro donde siempre se está aprendiendo algo nuevo”, tanto del público interno como externo, así como de la empresa financiera *per se*. Esta “escuela infinita” –como la llama Yolanda– le dio la oportunidad de prestar un buen servicio por convicción más que por obligación.

“Las oportunidades que he tenido es de servirles a diferentes personas, brindándoles un servicio como el que a mí me gustaría recibir; y también la satisfacción de hacer mi trabajo, que me brinda la oportunidad de desempeñarme en diferentes puestos” –comenta De Lemus.

### Representó a El Salvador a escala internacional

En 2007, Yolanda de Lemus representó a El Salvador en un concurso internacional por parte de la empresa financiera donde se encontraba laborando por aquel entonces. Su participación internacional fue la consecuencia del esfuerzo, ya que –según explica– previamente se realizó un concurso local donde se acogió únicamente a las sucursales que habían cumplido metas de venta y tenido la mayor rentabilidad del año. De ahí que la sucursal donde ella ejercía con liderazgo destacó a escala nacional, y, en consecuencia, fue quien viajó, en nombre del banco, a representar a El Salvador.

En el evento internacional, también participaron sucursales bancarias, pertenecientes a la misma financiera, de México, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Paraguay y Uruguay. En esta “experiencia enriquecedora de conocimientos”, tanto ella como las demás representaciones de la región socializaron la diversidad de estrategias de cómo realizaban sus operaciones en su país.

Ana Yolanda desempeñó con liderazgo su misión; se empapó de conocimiento y regresó a El Salvador, poniendo en práctica adquirido para el beneficio de todo el país.

### Aporte de las mujeres a la banca

Esta profesional de la banca destaca que, cuando ella inició su carrera en el sector financiero, usualmente la mayoría de cargos eran ocupados por hombres (por ejemplo: gerencia, jefes y caja). No obstante, actualmente el aumento de mujeres ocupando cargos importantes en las instituciones bancarias es notorio.

Yolanda atribuye ese logro a las habilidades que la mujer posee: ser detallista, planificadora, administradora y, por supuesto, a su aprendizaje, lo que contribuye a que el cliente sienta que sus necesidades han sido atendidas y así se lleve la satisfacción de haber recibido un buen servicio.

“Todas esas características naturales han permitido que, en el camino, se vayan abriendo espacios y oportunidades para otras mujeres que podrían, también, ser líderes en bancos y en otras empresas”, reflexiona De Lemus, y agrega que, a escala mundial, a través de la historia, la mujer ha venido demostrando características de liderazgo, logrando que se tomen en cuenta en puestos de dirección.

Cualidades como la perseverancia, la disciplina y el liderazgo han sido, también, imprescindibles para lograr protagonismo, como en el caso de Ana Yolanda.

Actualmente, De Lemus desempeña el cargo de gerente de sucursal en una reconocida financiera nacional. Con base en sus vivencias y su sólida trayectoria, esta profesional insta, a las mujeres que ocupan un lugar en la banca, a “disfrutar lo que hacen, disfrutar su trabajo y prepararse académicamente. Y, sobre todo, a contribuir en forjar relaciones duraderas con el cliente a través de brindar un buen servicio”. Asimismo, les hace el llamado a poner el conocimiento y la experiencia en beneficio de la sociedad.



# Mujer profesional en tiempo de pandemia

*Migrar a una modalidad de trabajo remoto aumentó la carga de la mujer profesional, pues ha tenido que cumplir con los quehaceres del hogar y, por otro lado, estar disponible para realizar sus labores en su mundo profesional.*

Zuleyma Rochac  
Redacción enlaces

Equilibrar el trabajo, en modalidad remota, y la vida personal ha sido un reto; pero, aunque no ha sido tarea fácil, la mujer profesional lo ha sabido manejar. Es por ello que, a continuación, presentamos la experiencia de dos mujeres que tuvieron que realizar *home office* a raíz de la pandemia causada por el nuevo coronavirus.

## Caso 1

Las clases presenciales se suspendieron, desde el 11 de marzo de 2020, y tuvieron que migrar al hogar, ya que la educación debió continuar.

Roxana Bercián, docente del sistema educativo público, expresa que el trabajo remoto le resultó, en un principio, “frustrante”, debiendo atender los quehaceres del hogar, estar pendiente de la familia y, a la vez, realizar su papel de profesora; además, cumplir con trabajo extra de parte de la Dirección del centro educativo, con capacitaciones *online*, y, por supuesto, mantener comunicación 24/7 con los padres de familia.

La meta era realizarlo todo sin descuidar ninguno. Y aunque se planteó, con preocupación, cómo adaptaría su trabajo escolar al hogar, optó por adecuar su horario. Además, tuvo que vencer barreras como la tecnología, pero gracias a capacitaciones logró avanzar.

Al día de hoy, Bercián se muestra optimista y la experiencia *home office* le confirmó que la mujer profesional es resiliente y puede sobrellevar las actividades profesionales con las del hogar.



## Caso 2

Para Andrea Bazant Sol, *coach* en psicología integral y máster en programación neurolingüística, un día de *home office* (el cual se fue transformando en el transcurso del confinamiento) iniciaba, los primeros tres meses, por la mañana, así: organizar y desarrollar *entrepreneurship* en una universidad; por la tarde, sesiones individuales. Al terminar el semestre, inició con sus servicios privados por la mañana (de 10:00 a. m. a 8:00 p. m., en sesiones corridas). Para aquel entonces esperaba a su primogénito, ahora un bebé de cinco meses. Mientras su embarazo iba avanzando, sus sesiones comenzaron a reducirse, porque la actividad le demandaba estar sentada mucho tiempo.

Su mayor apoyo ha sido su esposo. Aunque han tenido contratiempos, en momentos de frustración se han redirigido a solucionar el malestar y no a incentivarlo, porque “si nos enfocamos en buscar soluciones, nuestra mente se acostumbrará a dirigir nuestra atención a herramientas y no a problemas”, explica y comenta que una de las frases que le ayudó, ante el cansancio crónico, fue “En momentos de fatiga, debemos aprender a descansar y no a renunciar”.

Integrar ambos entornos en uno representó un reto, no obstante, comenta: “Fue algo emocionalmente accesible una vez comencé a racionalizar los cambios necesarios. El truco no era esperar a regresar a la realidad prepandemia, sino comenzar a crear una nueva realidad con base en las limitaciones que vivimos hoy en día. Que sea diferente y retador no significa que sea malo”.

La experiencia le ha dejado lecciones, y en su *top 5* Andrea destaca:

1. La salud y la familia siempre serán más importantes que el trabajo.
2. Hay siempre una mejor manera de utilizar nuestros recursos y tiempo. Podemos ser más eficientes y adaptarnos a lo que sea necesario para sobresalir.
3. Quien quiera estar cerca, lo estará. La presencia no solo es física.
4. Los clientes que valen la pena son aquellos que se adaptan a tu manera de trabajar. Eso se llama *respeto*. Se vale elegir con quienes trabajar y con quienes no. Esto te hará brindar un mejor servicio y atraerá a más.
5. Nunca nos equivocaremos si nos tomamos como prioridad. Enfocarnos en trabajar en nuestro bienestar integral nos proveerá una serenidad constante y a desarrollar una base de la que nacerán todas nuestras racionalizaciones, acciones y reacciones.

## Home office: “¿Es una desventaja o una oportunidad? El truco está en el manejo del tiempo”

Para la *coach*, el trabajo remoto demanda reajustar prioridades; y el primero, en el orden, debe ser uno mismo. “Debemos llevar nuestra atención a trabajar constantemente los siguientes pilares del bienestar integral: sueño, alimentación y salud mental” —explica—, ya que el equilibrio de estos ayuda a generar una base de estabilidad emocional que impulsa el bienestar.

¿Qué viene después? Andrea plantea que, en el equilibrio entre la familia y el trabajo, “el truco está en el manejo del tiempo. Cuando identifiques el tiempo que dedicarás para ti, elige tu prioridad: familia o trabajo (...). Si ya tengo claro cuáles son los momentos para mí, en el día, ¿cuáles son para la familia? Lo que estamos haciendo es, sencillamente, establecer bloques de tiempo. ¿Se imaginarán que, una vez identifiquemos esto, lo que sigue es la segunda categoría (el trabajo)?”.

¡Ojo! Aunque “estas categorías tengan un cierto orden de prioridades no significa que una sea más importante que la otra. Significa, sencillamente, que necesitan distintos niveles de atención en cada etapa que vivamos”, dice Andrea y recomienda familiarizarse con una agenda para ordenar el tiempo visualmente (por ejemplo, Google Calendar).

Al iniciar con *home office*, Bazant reestructuró la manera de percibir la problemática, y mediante esa transformación de perspectiva (en la que se planteó “¿es una desventaja o una oportunidad?”) impulsó su proceso de adaptación. A sus clientes, tampoco les fue difícil adaptarse, ya que estaban, y siguen estando, de acuerdo con las medidas preventivas. Ella les agradece que lo hicieran en cada etapa.

## ¿Qué hacer con el estrés?

La *coach* recomienda que, al sentir estrés, como cualquier otra emoción, se debe identificar la información que nos presenta e identificar los siguientes factores:

- *Hecho*: ¿Qué es específicamente lo que te está generando malestar?
- *Sentimiento*: ¿Cuál es, específicamente, la emoción, qué te hace sentir?
- *Solución*: ¿Qué puede ayudar a sentirte mejor?

Para concluir, les compartimos este consejo de Bazant para la mujer profesional que realiza trabajo remoto:

“No se desesperen, que sí se puede. Tengan paciencia. Hagan todo desde un lugar de amor. Por último, y lo más importante, nunca teman pedir ayuda; hacerlo no es señal de debilidad. Está bien no estar bien; ¡es humano! Permite recuperarte dejando salir todas tus emociones hasta que puedas ganar el control de tu serenidad nuevamente. Enfócate en crear estructura en tu entorno, pero también para y dentro de ti misma. Toma tiempo; se necesita paciencia. El equilibrio llegará. No dejes de intentar hasta alcanzarlo”.



# Top de mujeres influencers en El Salvador



Lissette Canales  
Facultad de Ciencias Empresariales Utec



Evelyn Betzaida Rodríguez  
Coordinadora de Promotores Nuevo Ingreso

La palabra influencer parece indicar una tendencia que seguirá creciendo, tomando en cuenta que, cada vez más, las marcas deciden que sean parte de sus campañas de marketing.

Para responder a la pregunta ¿cuántos seguidores debe de tener un *influencer* para considerarse como tal? *Upfluence*, hace una clasificación para entender los números y poder categorizarlos. También, muestra tasas de participación para los *influencers* más pequeños. Las categorías que se mencionan, según el número de seguidores, son las siguientes:

- *Microinfluencer*: Menos de 15.000
- *Influencer habitual*: Entre 15.000 y 50.000
- *Influencer en ascenso*: Entre 50.000 y 100.000
- *Influencer medio*: Entre 100.000 y 500.000
- *Macroinfluencer*: Entre 500.000 y un millón
- *Megainfluencer*: Más de un millón

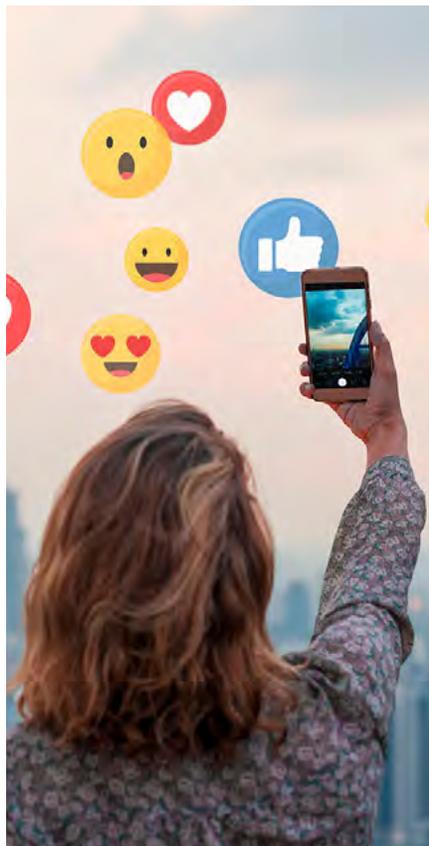
Tomando en cuenta los datos numéricos y pensando en lo que hace un *influencer*, la definición será: “Un *influencer* es una persona que cuenta con un cierto grado de credibilidad sobre un tema en específico; y, por su proyección e influencia en redes sociales, puede llegar a convertirse en una opción interesante para una marca”.

Si hablamos sobre dónde puede encontrarse a los *influencers*, en sus inicios tomaron protagonismo en YouTube (*youtubers*). Sin embargo, según un estudio del año 2019 de *Influencer Marketing Hub*, el 89 % de los responsables de *marketing* creen que Instagram es la plataforma más poderosa para campañas de *influencers*, pero solo el 67 % de los encuestados usa Instagram para el *marketing* de *influencers*. Debe destacarse que en el último año ha habido un aumento colosal en el *marketing* de *influencers* en la aplicación TikTok.

Las marcas, en la actualidad, se ven en la necesidad de comunicarse y tratar de conectar con sus potenciales clientes a través de las diferentes redes sociales disponibles. En El Salvador destacan, en su uso, Facebook, Instagram, Tik Tok y también WhatsApp. Aunque esta última es una plataforma para llamadas telefónicas, está siendo fuertemente utilizada como una herramienta de publicidad entre la micro y pequeña empresa, así como canal de servicio al cliente por la mediana y gran empresa.

Cada red social aglutina a diferentes segmentos potenciales de clientes. En el caso de Facebook, se cree que es la red que aglutina a personas de los diferentes rangos de edad; y en el de Instagram y Tik tok, aunque cuentan con seguidores adultos contemporáneos (*millennials*, nacidos desde 1980), en su mayoría son jóvenes categorizados como *centennials* (nacidos desde el 2000).

Basados en los estadísticos y conociendo métricas con las cuales los *influencers* pueden ser definidos, se puede hacer una aproximación



sobre esta industria, a la que muchos jóvenes y también mujeres de todas las edades, en el país, le están apostando. Lo interesante de esta industria es que parece ser una herramienta muy accesible para cualquier persona que decida iniciarse como *influencer*. Se pueden encontrar perfiles desde personas que son altamente reconocidas por su trabajo en los medios de comunicación, reinas de concursos de belleza, atletas y hasta jóvenes que, por el solo hecho de ser carismáticos, logran crear una comunidad leal a la que pueden “influenciar” con sus ocurrencias, enseñanzas, mensajes y otros. Existen *influencers* de todos los géneros, pero en esta ocasión nos limitaremos a hablar del género femenino.

En el caso salvadoreño, las *influencers* identificadas con mayor número de seguidores son las que se muestran en la siguiente tabla.

## Top ten de *influencers* mujeres en El Salvador

No.	Influencer				Total seguidores
1	Nicolle Figueroa	566.000		2.900.000	3.466.000
2	Zully Rodríguez	753.000	725.000		1.478.000
3	Lorena Menjívar	391.000	431.000	110.000	932.000
4	Andrea Hasbún	89.000		750.000	839.000
5	Rosy Alberto	366.000	136.000	275.000	777.000
6	Elena Villatoro	354.000	129.000	286.000	769.000
7	Brenda Contreras	402.000	150.000	114.000	666.000
8	María José Alger	386.000	193.000	52.000	631.000
9	Raquel Vargas	522.000	32.000	46.000	600.000
10	Caro Sandoval	461.000		20.000	481.000

Fuente: Perfiles de Redes Sociales al 09/03/2021, 15:01 p.m.



A medida que el *marketing* de *influencers* ha madurado como industria a escala mundial, resulta ser muy atractivo para las empresas, para llegar al potencial consumidor.

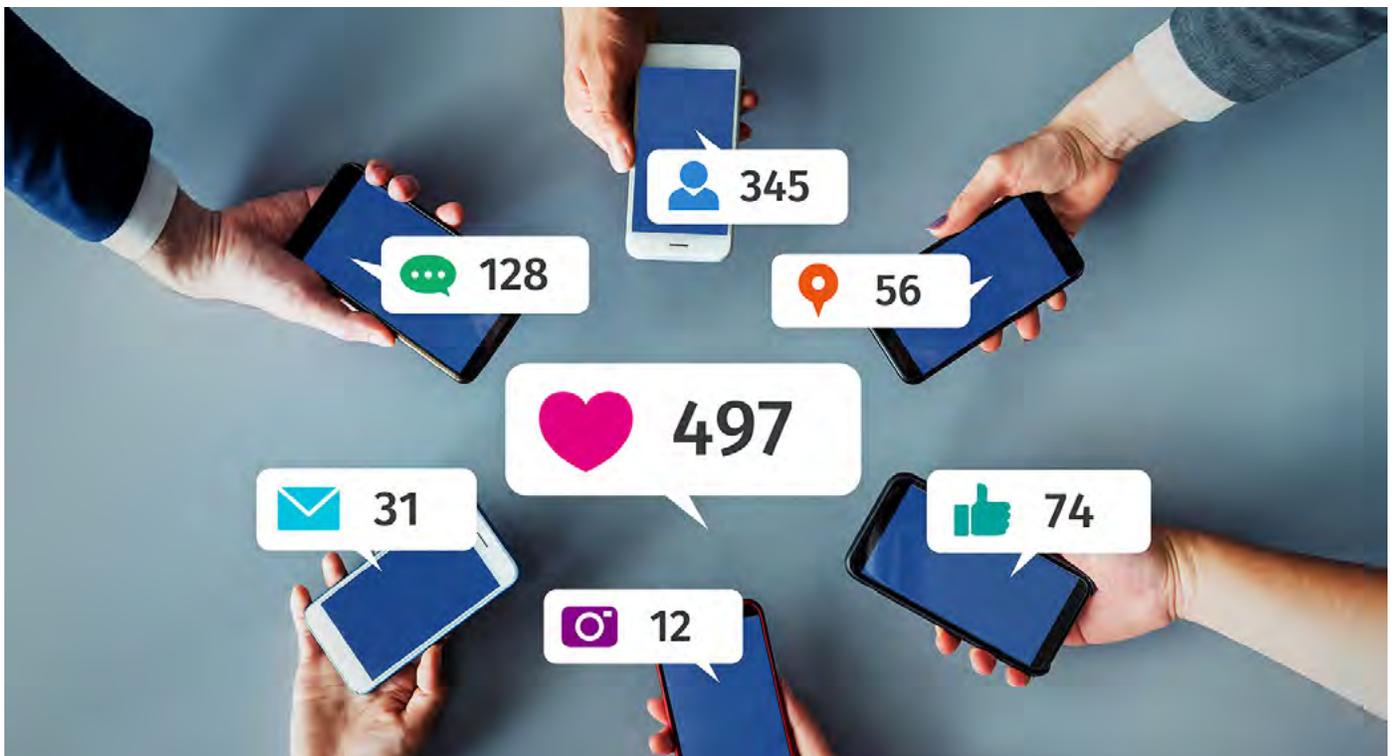
Lo anterior considerando que llegar a un cliente potencial a través del *marketing* orgánico<sup>1</sup> puede, en algunos casos, ser un proceso lento y tedioso. La incorporación de *influencers* a la estrategia de *marketing* puede hacer este proceso más rápido y con mejores resultados. Convertirse en un medio de comunicación atractivo y altamente reconocido es uno de los objetivos de

los *influencers* en general. Y, aunque algunas personas comienzan a generar su comunidad por el simple hecho de que gustan de comunicar, la mayoría lo hace con fines empresariales, es decir, para generar ingresos a través del uso de su imagen y posicionamiento en las diferentes redes sociales.

La actividad de *influencer* está tomando gran relevancia en la industria del mercadeo. Según el *Influencer Marketing Benchmark Report: 2020*, elaborado por *Influencer Marketing Hub* y *CreatorIQ*, 380 nuevas plataformas y agencias enfocadas en *marketing* de *influencers* ingresaron al mercado durante los últimos doce meses. En

2015, solo había 190 plataformas y agencias de *influencers*. Esto creció a 335 en 2016, a 420 en 2017, a 740 en 2018 y a 1,120 en 2019, casi tres veces más que el número que existía solo dos años antes.

Para seleccionar el *influencer* apropiado, la empresa debe considerar no solo el número de seguidores (K o M),<sup>2</sup> sino también el segmento de personas al que se dirigirá la publicidad, la imagen que proyecta,<sup>3</sup> los valores, mensajes que este transmite y el tipo de producto que se espera promover o publicitar con su apoyo. De igual manera, debe monitorearse el nivel de ventas que se genera con uno u otro *influencer* a fin de identificar cuál es el más apropiado para la compañía.



1. Los esfuerzos orgánicos son aquellas estrategias de publicación de contenido original por medios naturales no pagados, con una intención de servir para objetivos de mercadotecnia, y que permiten ser encontrados de manera natural y ser accedidos voluntariamente por una persona. No tienen un costo explícito. Un ejemplo de estrategias orgánicas es el uso de artículos en tu blog empresarial, videos en YouTube, etc. Fuente: <https://mkt.impactum.mx/>.

2. En la jerga de mercadeo, se mide a los influencers por el número de seguidores que tienen en miles o millones, por lo que, en lugar de decir las cifras, se suele pronunciar la letra K o la M, respectivamente.

3. No se está hablando de características físicas per se, sino de la actitud que esta proyecta a través de su lenguaje corporal.

# Sondeo sobre prestaciones salariales a mujeres en El Salvador



Facultad de Ciencias Empresariales

La discusión sobre si existe brecha o no en cuanto a los salarios percibidos entre hombres y mujeres es un tema que aún despierta interés no solo entre los analistas de temas de género, sino también entre la población en general. Con base en lo anterior, nos dimos a la tarea de hacer un sondeo entre la comunidad de lectores de la revista *enlaces* y entre la comunidad de la Universidad Tecnológica de El Salvador. Para lo anterior, se alojó el *link* del instrumento en la aplicación Forms, de Microsoft Office, y se envió por correo electrónico al segmento meta.

La muestra participante del estudio estuvo constituida por 160 mujeres con edades entre los 18 y 65 años, encontrándose un 35 % de edad entre los 26-33 años, 34 % entre los 18-25 y 16,5 % entre los 33 y 40 años, el 14 % de 40 años a más. El 67,5% manifestó ser soltera, 19,10 % casada, 8,9 % encontrarse en una unión libre y el 4,4 % divorciada o separada.

En cuanto al lugar de trabajo el 78,98 % manifestó hacerlo en la ciudad capital, 15,28 % en el departamento de La Libertad, 4,45 % en La Paz, y 1,29 % manifestó hacerlo en los departamentos de Cuscatlán y Santa Ana. El 55,62 % de las participantes contaba con una carrera universitaria finalizada entre carreras técnicas, licenciaturas, maestrías y estudios de postgrados, y únicamente con bachillerato un 43,12 %, el resto no contestó.

El 18,12 % manifestó tener un cargo de jefatura o alta gerencia, 5,00 % un cargo operativo, 18,75 % un cargo técnico y 53,75 % laborar como asistente, 1,87 % manifestó ser empresaria, el resto no contestó a la pregunta. El 80 % manifestó trabajar en el sector privado, 16,25 % en el público y un 3,12 % en una organización sin fines de lucro. En cuanto a los sectores económicos predominantes resultaron destacar: el comercio con 21,25 % seguido del financiero con 20,62 %, en tercer lugar, la industria con un 10%, turismo con un 6,87 %, educación con un 6,25 % y otros sectores con 34,37 %.

La jornada laboral predominante de la muestra fue la del horario de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. con un 29,37 %, seguido de la de 8:00 a.m. a 6:00 p.m. con un 16,25 %.

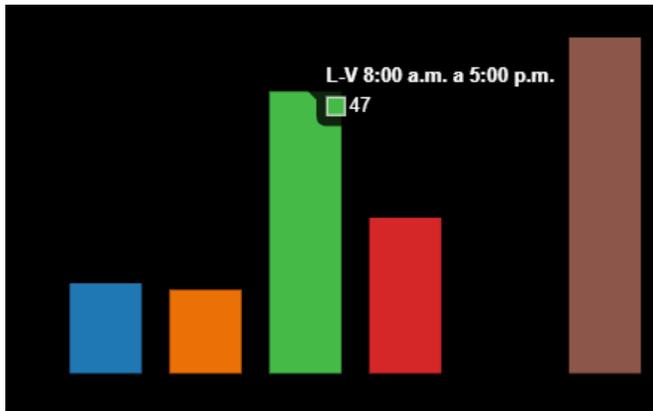


Ilustración 1.

Horario predominante entre la muestra participante.

En cuanto al nivel de ingresos percibido el 91,87% de las participantes manifestó contar con ingresos salariales entre los \$305 y \$1.500; de éstas el 58,75 % cuenta con ingresos inferiores a los \$500, ver ilustración 2. Un bajo porcentaje del 3,75 % manifestó contar con ingresos superiores a los \$2.000.

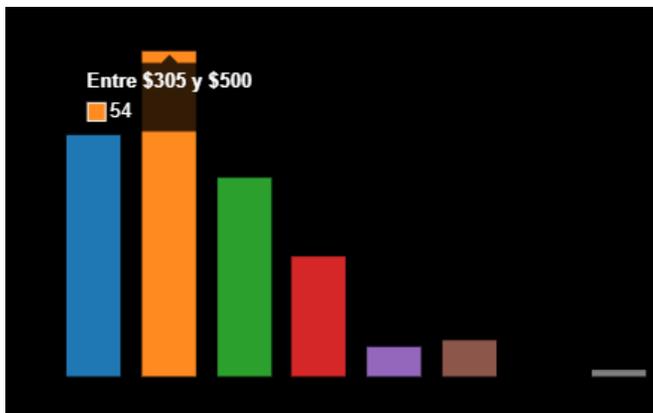


Ilustración 2.

Rango de salario percibido por la mayoría que participó en el sondeo.

En promedio les llevó esperar entre 1 y 2 años por un ascenso en su categoría salarial al 50 % de las participantes, lo cual es congruente con los datos de cargo ocupado e ingresos percibidos. Lo anterior en el sentido que los cargos operativos y con menor nivel de ingresos son los que generalmente tienen mayores posibilidades de crecer en una organización, que aquellos cargos con mayor nivel de responsabilidad que se encuentran en la parte más alta de la escala salarial. El 16,87 % de la muestra manifestó haber esperado más de 5 años para lograr un ascenso de categoría salarial; y un 24,37 % haberlo hecho entre 2 y 5 años.

En términos generales la última nivelación salarial recibida de las que contestaron a esta pregunta en este sondeo, en

su mayoría, es de un año significando el 49 % de las que contestaron la pregunta, como puede apreciarse en la Ilustración 3. La minoría de las que contestaron representa el 5 %, que corresponde a haber recibido su última nivelación salarial hace más de 10 años. Ver ilustración 3.

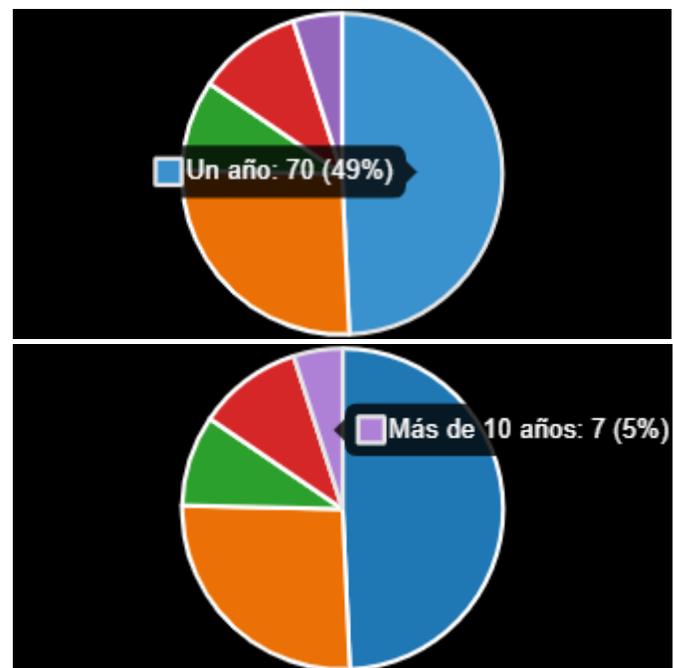


Ilustración 3.

Tiempo promedio esperado para una nivelación salarial.

Abordando el tema de la maternidad, el 61,87 % manifestó no tener hijos aún, el 31,2 % tiene 1 o 2 hijos y el 4,38 % tres o más hijos. Respecto a si está pensando tener más hijos en los próximos años el 65,6 % indicó que no. La etapa de embarazo y maternidad es una de las más importantes en la mayoría de mujeres, cuando se les consultó sobre si el estado de embarazo les había afectado en algún momento en su vida laboral el 35,62 % manifestó no haber sido afectadas, un 21 % indicó que sí le había afectado; y dentro de las afectaciones se menciona que durante el embarazo no fueron sujetas de beneficio de ascenso salarial, así como que su contrato de trabajo fue congelado.

También consultamos sobre el impacto que había tenido en aquellas mujeres que tienen salarios superiores al techo de cobertura del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS) la compensación por licencia por maternidad; en el

sentido que el ISSS no cubre el 100 % del salario en el caso de aquellas mujeres que tienen salarios superiores al techo cubierto por la institución. A lo que el 15,38 % manifestó haberse ajustado al presupuesto de su pareja, un 13,84 % haber cubierto sus obligaciones con sus ahorros, el 6,15 % solo pudo cubrir sus compromisos prioritarios, un 4,61 % dejó pendiente parte de sus compromisos y un 7,7 % manifestó que su patrono cubrió el salario total durante la incapacidad por maternidad. El Salvador ha dado avances importantes en este punto, ya que en 2015 se modificó el Código de Trabajo; a partir de ese año las madres pueden gozar de 16 semanas de licencia materna y el 100 % de su salario (hasta el techo máximo de cobertura del ISSS) siendo el Seguro Social quien tiene la responsabilidad de hacer efectivo la remuneración acordada en el referido código. Ese mismo año se modificó el techo de cotización de \$685.71 a \$1.000, techo que si bien ha aumentado considerablemente continúa siendo bajo y una afectación negativa para las mujeres profesionales que tienen ingresos superiores a ese techo.

Traduciéndose lo anterior, una mujer profesional cuyos ingresos excedan los \$1.000 debe prepararse con un fondo de ahorro para hacer frente a sus compromisos de egresos durante su licencia de maternidad de 16 semanas, porque el ISSS no le da cobertura sobre el excedente. Si bien la medida anterior es un freno para la natalidad, es una afectación negativa para las mujeres profesionales.

Se les consultó sobre qué tipo de prestaciones adicionales a las de la Ley les gustaría recibir; la prestación más mencionada es la del seguro médico privado y la del seguro de vida, seguidas de beneficio de transporte y ayuda para pago de guardería.

El tema de igualdad de género, se quiso abordar al consultarles sobre la situación para ascender, en comparación con sus compañeros del sexo masculino. El 53 % manifestó haber estado en condiciones de igualdad, un 29 % que fue más tardado el proceso y un 18% que había sido más rápido. Lo que es un resultado positivo ya que más del 70 % de las participantes podría, inferirse, vivió una situación de igualdad de competencia e incluso períodos más cortos para ascender en comparación con sus compañeros del sexo masculino, ver ilustración 4.

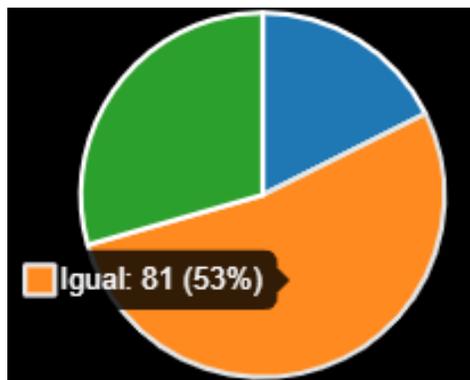


Ilustración 4.

Percepción de la situación para ascender en comparación con sus compañeros del sexo masculino.

Cinco de cada diez mujeres manifestaron preferir trabajar con un jefe del sexo masculino que uno del sexo femenino.

En cuanto a haber sufrido algún tipo de discriminación en su entorno laboral el 26,87 % manifestó haberlo sufrido, se manifestó con frecuencia el acoso sexual y el hecho de designar asignaciones específicas por ser mujeres. Es decir, actividades y cargos particulares a los que no pudieron acceder porque eran designados exclusivamente a hombres, o a los que se tuvieron que conformar porque eran los disponibles para mujeres.

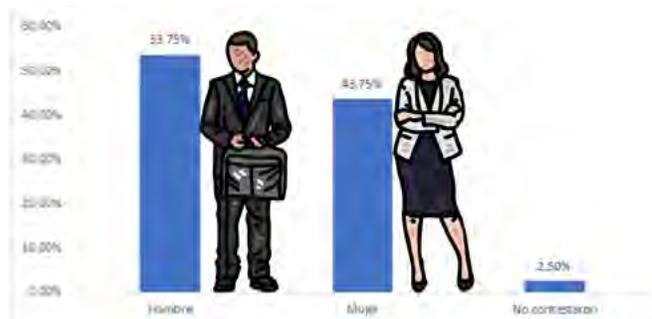


Ilustración 5

¿Prefiere tener un jefe hombre o mujer?





Por otra parte, quisimos consultarles sobre el tiempo que invierten en trasladarse hacia su lugar de trabajo y fue así como el 12 % de las personas que contestaron la pregunta manifestaron hacerlo en más de 2 horas, el 43 % entre 1 y 2 horas y un 45 % en menos de una hora. En cuanto a las mayores dificultades enfrentadas en su vida laboral las participantes mencionaron predominantemente el machismo y lograr buenas prestaciones, ver ilustración 6.

**Mayores dificultades enfrentadas a lo largo de la vida laboral**



Ilustración 6.

Dificultades enfrentadas a lo largo de la vida laboral de las participantes.

La cuarentena obligatoria vino a modificar la metodología de trabajo y un buen porcentaje de la población debió trabajar desde su casa. Al consultarle a las mujeres si su trabajo podía desempeñarse en su totalidad desde casa, el 54 % manifestó que sí en contraposición con el 46 % que se manifestó que no se podía. Seguidamente se les consultó sobre si aceptarían quedarse trabajando de manera definitiva desde casa, en el caso que su empleador lo solicitara, a lo que el 64 % manifestó afirmativamente y el resto negativamente.

Cuando se revisa la forma en la que las mujeres distribuyen sus ingresos se identifica que los rubros más importantes

a los que son destinados son canasta básica, al que se le destina entre 20 y 40 % del presupuesto mensual; préstamos personales (20 y 40 %); educación propia (10 y 40 %); educación para los hijos (10 y 30 %). Los rubros a los que se le destina entre un 10 y 20 % son alimentación en oficina, transporte público, gasolina, vestuario propio y para los hijos, telefonía móvil y entretenimiento.

**Distribución de ingresos**



Ilustración 7.

Forma de distribuir los ingresos como porcentaje del total percibido



# Mujer y medio ambiente

*“Medio ambiente es el sistema formado por elementos naturales y artificiales que están interrelacionados y que son modificados por la acción humana. Se trata del entorno que condiciona la forma de vida de la sociedad y que incluye valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y momento determinado” (ONU).*

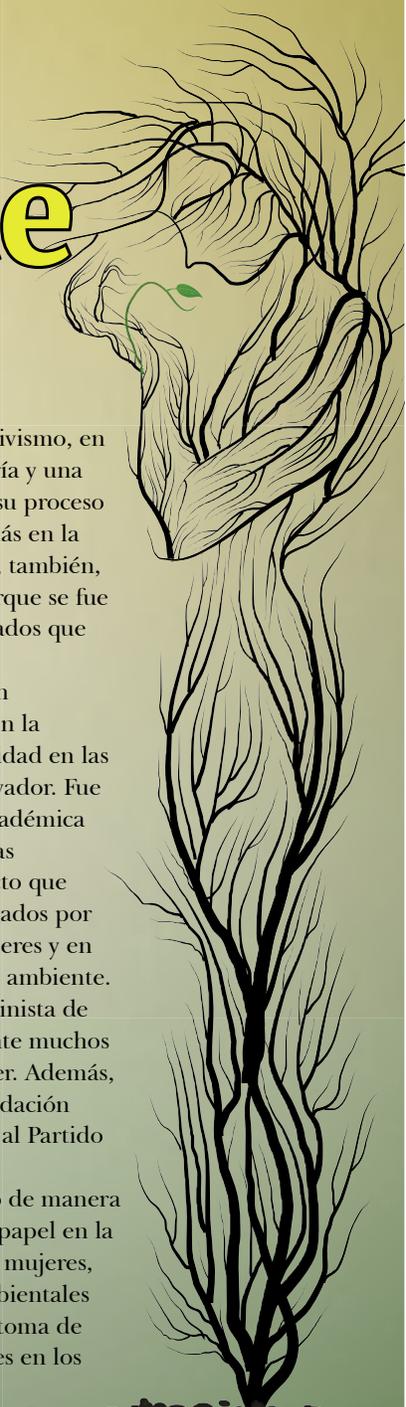
Zuleyma Rochac  
Redacción enlaces

Ingrid Hausinger, desde joven, se involucró en el activismo, en la protección del ecosistema; por ello, estudió ecología y una maestría en modelaje hídrico. Fue hasta después de su proceso de formación académica que se empezó a integrar más en la participación de las mujeres en los espacios públicos; también, en defensa de los territorios y de los ecosistemas, porque se fue dando cuenta de los impactos tan fuertes y diferenciados que viven las mujeres.

Precisamente fue cuando empezó a trabajar más en consultorías sobre gestión hídrica que se encontró con la realidad y le impacta fuertemente, sobre todo la realidad en las mujeres indígenas en Guatemala, Honduras y El Salvador. Fue entonces que se dio cuenta de que toda su carrera académica había sido muy técnica, en áreas científicas de ciencias naturales; y de que no se había enfocado en el impacto que sufren las mujeres a raíz de los mismos papeles asignados por la sociedad. Así, se involucró en movimientos de mujeres y en organizaciones que trabajan en el cuidado del medio ambiente.

Actualmente, forma parte del Movimiento Ecofeminista de El Salvador, fundado por quienes han luchado durante muchos años en la defensa del agua y los derechos de la mujer. Además, es coordinadora del Componente Ecología de la Fundación Heinrich Böll, fundación política alemana vinculada al Partido Verde.

Su recorrido ha estado marcado por retos, pero no de manera personal; sus retos son colectivos. Al desempeñar su papel en la Heinrich Böll, se encuentra con el desafío de que las mujeres, en la mayoría de organizaciones que ella trabaja, ambientales y de participación política, no tienen un papel en la toma de decisiones. En general, la participación de las mujeres en los



espacios públicos y privados vendría siendo bastante limitado.

Es ahí donde se plantea cómo lograr aumentar “la participación, en las áreas de la toma de poder, de las mujeres, sobre todo porque, nuevamente, son las más afectadas en temas como el cambio climático”. Referente a esto, explica que la mujer se enfrenta a: 1) vulneración externa y objetiva, acceso a la tierra; tener menos tierra la hace más vulnerable ante los efectos del cambio climático; 2) vulneración interna y subjetiva; el hecho que muchas mujeres no participan en la toma de decisión por cómo se ha construido la sociedad, donde la mujer siente que no debe participar tanto como el hombre.

De acuerdo con lo anterior, para Ingrid, erradicarlo es un proceso “largoísimo”. Pero ella (de la mano con sus aliados) está trabajando en democracia de género, igualdad y equidad. ¿Cómo? Visibilizando el trabajo que hacen las mujeres, cambiando toda una postura social de manera amplia, sumando conciencia, resaltando aportes, reconociendo el potencial ellas.

Y, a propósito, es que la mujer ha desarrollado estrategias en el cambio climático, en la resiliencia de las comunidades; porque ellas usan la estrategia de adaptación muy diferente. “Entonces, las mujeres son la base de la soberanía alimentaria; y eso también hay que reconocerlo. Necesitamos partir de ese reconocimiento, de esa nueva revalorización del trabajo” —enfatisa Ingrid.

Entre las oportunidades que le ha otorgado su trayectoria, Hausinger destaca que la mayor ha sido conocer un abanico tan amplio de personas, desde mujeres en la ruralidad (conocerlas no solo con una visita, sino teniendo una relación horizontal en los procesos en que participa, donde todas tienen las mismas oportunidades de opinar, aportar e incidir.); conocer cómo funciona los procesos de gobernanza multilaterales en temas ambientales, clima y biodiversidad; dar seguimiento a procesos multilaterales; conocer a

quienes defienden dichos procesos y aprender más en participación con las mujeres en estos espacios.

Por otra parte, si a participación de la mujer en el medio ambiente se refiere, Hausinger es clara en decir que la mujer siempre ha estado participando, lo que sucede es que se ha “invisibilizado” (por ejemplo, en la lucha contra la minería en El Salvador); y explica: “Las mujeres siempre estuvieron ahí, solo que se invisibilizan. Donde no están es en los espacios de toma de poder; pero son dos cosas diferentes”. Aunque en este último, así como se ven aumentos, se ven retrocesos.

A las mujeres que continúan con la lucha en pro del medio ambiente y de visibilizar su trabajo, Ingrid les dice: “Las estamos viendo; las reconocemos y las acuerpamos; las respetamos y las acompañamos”. Y hace el llamado “a las organizaciones especializadas en movimientos ecologistas, instituciones ecologistas, que den espacio a las mujeres en la toma de decisión no solo en la participación en movilizaciones o para la organización en la comunidad, sino también para la toma de decisión”; al Estado, a abrir espacios para la participación equitativa; y a las empresas, al uso de cuotas de participación de la mujer.

Ingrid Hausinger continuará apostándole a la construcción de un objeto político, una organización de mujeres que busca incidir y fortalecer la contraloría ciudadana mediante legislaciones nacionales; porque, si la sociedad civil no tiene una contraloría ciudadana, aunque se tenga ley de medio ambiente, esta no se respeta, pero, si se crea un sujeto político (sociedad civil), se llegará a posicionar estos temas en las agendas nacionales.

## A propósito, para cuidar al medio ambiente

Ingrid nos invita a comenzar desde nosotros mismos y a hacer una lista (en un día) de todo lo que usamos, desechamos y consumimos.

(“El champú que usaste; la comida que preparaste, de dónde vino, el proceso que debió pasar; saca la huella hídrica, cuánta agua necesitas, no cuánta estás tomando; compra de ropa nueva [en su gran mayoría ahora es plástico]”).

Después, hacer el análisis y preguntarse en qué cosas se pueden empezar a mejorar.

(Optar por jabón de barra, en vez del líquido que viene en botella plástica, utilizar cepillo de pelo de madera, qué se hace con la basura orgánica; utilizar bolsas de tela, de dónde viene la ropa comprada, etcétera; porque todo está vinculado con el estado de crisis climático y ambiental).

“Es interpelarse a sí mismo y a sí misma sobre qué comes, qué utilizas y cuánto desecho generas.” “Desde mi parte, con un esfuerzo mínimo y con cambios pequeños, que al final se van a ir sumando.” —Ingrid Hausinger

# Una cuestión de género

## On the Basis of Sex

La diferencia entre un hombre y una mujer es que la mujer ha tenido que ganarse un lugar en una sociedad plagada de desigualdad y renuente a cambiar paradigmas; en cambio, el hombre antes de nacer ya tiene donde gobernar, sin importar si es merecedor de ello. Esa trama es la que se desarrolla en este film, que cuenta un suceso ejemplar en la vida de Ruth Bader Ginsburg.

Juan Carlos Gamero  
Redacción enlaces

Si hay algo que debemos reclamarle al desarrollo de la historia de la humanidad es el hecho de colocar en segundo plano a la mujer desde las diversas aristas sociales que se han creado: la religión, las leyes y la familia, entre otras.

Muchos pensadores se cuestionan qué hubiera pasado si nuestros antepasados hubieran idealizado a su Dios con el cuerpo de una mujer. Seguramente el que hubiera tenido que ganar su "derecho de piso" en la historia tendría que haber sido el hombre, algo curioso de analizar.

Ficha técnica  
Fuente: [imdb.com](https://www.imdb.com)

*Una cuestión de género*  
(*On the Basis of Sex*)

- **Directora:** Mimi Leder
- **Guion:** Daniel Stiepleman
- **Elenco:** Felicity Jones, Armie Hammer, Justin Theroux
- **Nacionalidad:** USA | China | Canadá
- **Año:** 2018
- **Género:** Biografía | Drama
- **Duración:** 120 min.
- **Idioma:** Inglés



El cine no ha ignorado este tópico y se ha valido de él para contar historias que inspiren a las mujeres de una nueva generación a continuar el legado que otras han iniciado, dejando sus vidas, incluso, para alzar su voz ante un mundo abundado de hombres no dispuestos a ser liderados por el sexo opuesto.

### Sobre el *film*

En esta ocasión, la cineasta Mimi Leder se embarca en una aventura para llevar a la pantalla grande un acontecimiento en la vida de Ruth Bader Ginsburg, una jueza y jurista estadounidense que dedicó su carrera profesional a luchar por la igualdad jurídica entre hombres y mujeres, homosexuales y minorías. Su trabajo la convirtió en un símbolo de lucha y resistencia.

Acá no vemos una película biográfica de Ginsburg, sino una exposición de las motivaciones que la impulsaron a promover un cambio en una estructura que, a simple vista, parecía inamovible. La cineasta nos muestra a una mujer que no está dispuesta a aceptar las concesiones paternalistas y sumisas que los hombres han abrazado durante generaciones, proyectando la importancia del feminismo en los tiempos modernos.

El film comienza con Ginsburg alistándose para parecer un “hombre de Harvard” en su primer día como estudiante de la Facultad de Derecho. Se muestra la mujer que debe lidiar con diversos de papeles al mismo tiempo: estudiante, madre, docente, esposa y precavida en un mundo no diseñado para ella.

Sin embargo, la trama se centra en un caso de reducción de impuestos en 1970, que sentaría las bases para iniciar el desconocido camino, hasta ese momento, de la igualdad de derechos, que notablemente solo pudo empezar cuando la discriminación por cuestión de género afectó a un hombre.

El papel de Felicity Jones (como Ruth) es muy convincente, reflejando la ambición y determinación del personaje con su frustración e ira, y, a



pesar de ello, cada plano de su rostro presenta las características opuestas. La actriz crece frente a la cámara como lo hace Ginsburg en su primer juicio, pasando de la inseguridad y el miedo a la confianza y el coraje para saber que estaba luchando contra el abuso institucional.

A lo largo de su carrera, Ginsburg tuvo dificultades para encontrar trabajo como abogada por el simple hecho de ser mujer, madre y mil cosas a la vez. No obstante, contó con el apoyo incondicional de Martin, su esposo (interpretado por Armie Hammer), quien representa a una gran parte de los hombres que tampoco celebran las desigualdades que afectan a las mujeres y abren el camino para que ellas brillen con su luz propia. Aunque estos no sean la mayoría, sí existen.

### Finalmente

Compartir una historia como esta es magnífico, y más aún si viene de ser dirigida por una mujer, que en la

industria cinematográfica también están librando una batalla contra la desigualdad y la abolición de la mujer como símbolo sexual. Muestra de este esfuerzo es la cineasta china Chloe Zhao, que recientemente se convirtió en la segunda mujer en triunfar en la categoría de dirección, en los Globos de Oro, después de que lo hiciera Barbra Streisand con *Yentl* en 1984.

Estamos en pleno 2021 y aún se ve largo el camino que les falta recorrer a las mujeres para lograr una igualdad de género, legítimo y respetable, ante la ley y la práctica social, porque muchas cosas están escritas en papel, pero pocas se ven materializadas. Evidentemente, ellas aún no están donde ellas quisieran, pero algo es seguro: ya no están donde empezaron.

Relax

# TOP 15

## lugares para disfrutar de la belleza de El Salvador

*El Salvador ofrece una variedad de lugares para hacer turismo en cualquier época del año. Ya sea que quiera disfrutar del mar, de la montaña, pueblos, lagos, etc. Le invitamos a que haga turismo local y que conozca algunos de los sitios emblemáticos del país.*

---

**Lago de Coatepeque:** A 64 kilómetros de San Salvador, se encuentran las azules aguas del lago de Coatepeque. Este lugar, del departamento de Santa Ana, ofrece un contraste en su agua: cálida en la superficie y fría en el fondo. Se puede disfrutar de paseos en lancha y gozar de una excelente vista para las imprescindibles fotografías.

**Volcán de Izalco:** En el departamento de Sonsonate, se encuentra el atractivo turístico más popular de El Salvador: “El Faro del Pacífico”, como es conocido. Este volcán cuenta con senderos para subir (en unos 120 minutos) hasta la cima. ¿El resultado?: gozar de una vista espectacular del océano Pacífico.

**Sitio arqueológico Tazumal:** Si lo suyo es disfrutar de la cultura, a 80 kilómetros de la capital le espera el Tazumal, un asentamiento maya con la pirámide más grande del país; que cuenta con un museo de la historia de pueblos nativos de El Salvador.



**Suchitoto:** Este municipio, del departamento de Cuscatlán, muestra a sus visitantes pintorescas fachadas de casas y calles bien empedradas; además, puede disfrutar de festivales de arte, teatro, cine, plazas y del atractivo lago Suchitlán y visitar su iglesia. Ofrece, también, una variada y sabrosa gastronomía para el gusto de todo paladar.

**Cerro Verde:** Valdrá la pena viajar 68 kilómetros, desde San Salvador, y llegar al departamento de Santa Ana para recorrer senderos rodeados de vegetación natural y disfrutar de las vistas panorámicas desde varios miradores en el lugar. Si usted es aficionado a las caminatas, este lugar no debe faltar en su lista.

**El Pital:** Chalatenango cuenta con un increíble espacio natural, donde, a diferencia del clima cálido que caracteriza al país, se puede disfrutar de temperaturas de hasta 3 °C. En este sitio puede pasear en el bosque, alquilar tiendas y acampar, disfrutar de los platillos de los restaurantes e incluso hacer fogatas.

**Ruta de las Flores:** Entre los mejores destinos turísticos se encuentra esta ruta, que involucra seis ciudades: Nahuizalco, Salcoatitán, Juayua, Apaneca, Ataco y Ahuachapán. Allí puede hospedarse, en cada localidad, para disfrutar de la riqueza de cada zona y visitar varias iglesias; además, podrá saborear ricos platillos.

**Costa del Sol:** Si prefiere visitar la costa, a 60 kilómetros de San Salvador encontrará el fuerte oleaje azul de las aguas del Pacífico. Mientras deleita su vista ante la inmensidad del mar, disfrute de un exquisito platillo de mariscos o de una refrescante agua de coco.

**Puerto de La Libertad:** En el departamento de su mismo nombre, a 32 km kilómetros de la capital, se encuentra esta majestuosa playa, donde le servirán los mejores platillos de mar. ¡No se resistirá a tomarse una *selfie* en el muelle!

**Playa El Espino:** Se dice que esta playa, ubicada en el departamento de Usulután, es un destino romántico salvadoreño. Por la belleza y extensión de sus costas, permite practicar deportes mientras se disfruta de la brisa marina.

**Estero de Jaltepeque:** Entre La Paz y San Vicente, a 60 minutos de la ciudad de San Salvador, puede disfrutar de *tours* por los canales del estero en compañía de los melódicos cantos de las aves marinas.

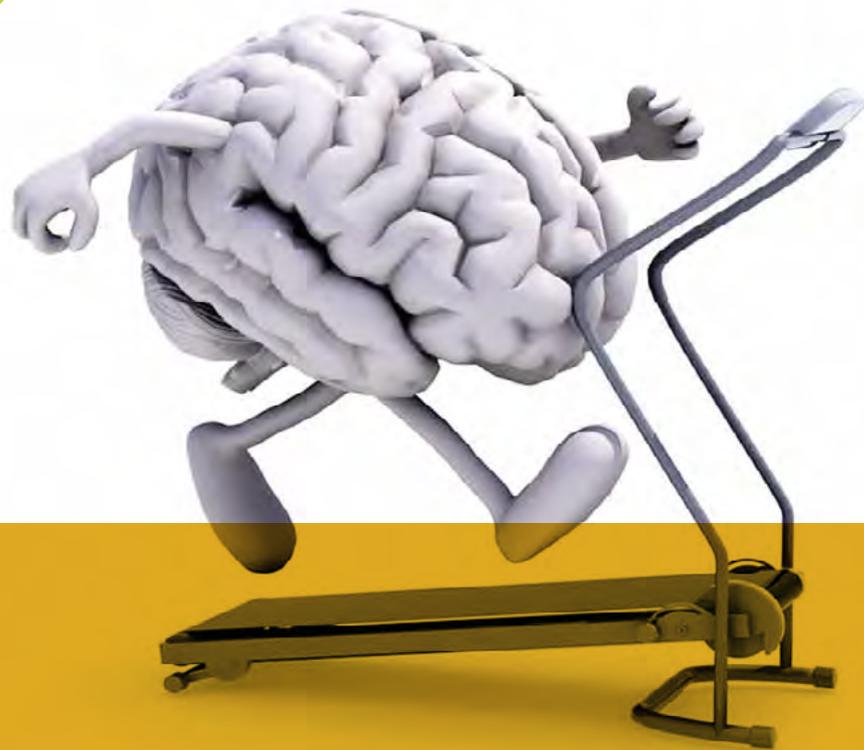
**Laguna de Alegría:** A 1300 metros sobre el nivel del mar, se encuentra este referente turístico del departamento de Usulután; es un lugar con clima fresco y tranquilidad, ideal para toda la familia lo disfrute.

**Museo Marte:** También, para los amantes de sitios culturales, en la avenida Revolución de la colonia San Benito, en la capital, se encuentra el Museo de Arte, conocido como *el MARTE*. Este lugar conserva y expone una gama de obras de artistas salvadoreños.

**Jardín Botánico:** Perfecto para disfrutar en familia (ubicado en Antiguo Cuscatlán, La Libertad), ofrece un espacio con senderos, flora y fauna, zona de juegos y vivero; además de cafetería, para el deleite de su paladar y del de sus acompañantes.

**Centro histórico de San Salvador:** Si quisiera hacer un recorrido urbano y apreciar infraestructura, le recomendamos visitar el centro histórico capitalino; allí encontrará ofertas de paquetes turísticos, comercio, restaurantes; podrá visitar el Palacio Nacional, la catedral metropolitana, el Teatro Nacional, la Biblioteca Nacional, así como las plazas Libertad, Gerardo Barrios y Morazán. Si quiere deleitarse visualmente y cerrar con broche de oro el recorrido, visite la iglesia El Rosario (a un costado de la plaza Libertad); su belleza interior se destaca por los cristales multicolores que la decoran y por la luz que entra a través de estos, que ilumina el lugar.

Desde Ahuachapán hasta La Unión, desde el norte del país hasta la costa, El Salvador alberga en cada rincón una belleza turística única, para el deleite de personas de todas las edades. Disfrute conociendo estos lugares, pero siempre acatando las medidas de bioseguridad para su bienestar y el de los demás.



De acuerdo con el diario español ABC, se ha demostrado que dedicando de 25 a 30 minutos al día a la resolución de este tipo de juegos mejoran aptitudes como la atención.

*¡Comencemos!*

## ***Acertijo***

1.  
¿Qué hace que el número 542.986.731  
sea único?

## SOPA DE LETRAS

Encuentra las 8 palabras ocultas tomadas de los diferentes artículos de nuestro especial.

M	U	J	B	Z	Q	Z	G	O	L	K	G	U	J
A	I	M	M	I	Q	P	V	I	F	M	L	P	A
R	N	M	U	N	V	Z	S	A	F	P	R	F	N
K	N	O	J	F	R	E	X	V	I	K	K	L	T
E	O	L	E	L	T	T	F	L	Z	W	H	U	B
T	V	Í	R	U	I	R	F	U	E	R	T	E	S
I	A	D	E	E	G	F	U	V	P	Q	Z	N	B
N	C	E	S	N	U	W	F	I	O	N	I	C	Y
G	I	R	P	C	A	X	M	L	S	C	H	E	P
U	Ó	E	B	E	L	U	V	A	W	C	P	R	C
I	N	S	A	R	D	E	V	O	S	H	O	K	K
A	N	C	Y	E	A	Z	I	W	C	O	E	F	J
V	D	R	O	L	D	N	R	C	S	V	M	G	T
B	Z	H	I	H	K	F	Y	T	W	O	C	W	F

## RESPUESTAS DE LA EDICIÓN ANTERIOR (diciembre 2020)



### Acertijo

Ponme de lado y soy todo.  
Córtame por la mitad y no soy nada. ¿Qué soy?

**R/ El número 8. De lado,  
el número 8 es el símbolo infinito.**

**Cortado por la mitad,  
se convierte en dos ceros.**

### SOPA DE LETRAS

C	C	A	N	V	A	P	U	F	H	T
A	J	C	C	H	G	Q	T	I	E	D
F	G	M	M	M	F	U	G	N	R	I
R	R	Á	A	A	A	V	D	S	R	N
L	O	N	R	R	C	Q	D	T	A	O
D	C	A	T	K	E	C	A	A	M	T
G	X	L	E	E	B	N	W	G	I	I
B	W	I	C	T	O	K	W	R	E	O
I	W	S	H	I	O	V	P	A	N	N
G	J	I	K	N	K	H	M	M	T	F
Q	V	S	J	G	L	B	K	A	A	F

## 1. Principales indicadores económicos de El Salvador

Indicador	Fecha o período disponible	Valor	Unidad de medida	Crecimiento punto a punto anual o variación acumulada
Tasa de crecimiento económico	2018	2.60%		
	2019	2.30%		
	2020	-10.24%		
Exportaciones (FOB)	A marzo 2021	\$1,601.02	En millones de dólares	10.11%
Importaciones (CIF)	A marzo 2021	\$3,354.56	En millones de dólares	22.55%
Balanza Comercial (Déficit comercial)	A marzo 2021	\$(1,753.54)	En millones de dólares	36.64%
Remesas Familiares (acumulado)	A febrero 2021	\$1,022.65	En millones de dólares	17.23%
Deuda pública total (punto a punto)	A febrero 2021	\$22,721.96	En millones de dólares	14.49%
Inflación anual (punto a punto)	A diciembre 2020	1.80%		0.88
<b>Canasta básica</b>				
Urbana	feb-21	\$200.41		0.46%
Rural	feb-21	\$143.67		-1.16%

Fuentes: BCR y Digestyc

## 2. Principales indicadores sociales

Indicador	EHPM, 2017	EHPM, 2018	Variación	Unidad de medida	Fuente
Índice de Desarrollo Humano (IDH)* (2014)	0.67	0.67	0.00	Porcentaje	Informe de Desarrollo Humano, PNUD
Índice de Desigualdad de Gini	0.34	0.35	0.01		
Hogares en condición de pobreza extrema	6.20%	5.73%	-0.005	Porcentaje	
Nivel de escolaridad promedio a nivel nacional	7.2	7	-0.200	Años	
Cantidad de jóvenes matriculados en educación media	197,468			Cada uno	
Población entre 15 y 64 años	65.60%	66.10%	0.005		
Población entre 15 y 24 años que no estudia ni trabaja	26.66%	25.50%	-0.012	Porcentaje	
Población Total (Último dato oficial)	6,581,860	6,642,767	60907	Miles de habitantes	
Población Económicamente Activa (PEA)	2020	3,078,037		Miles de personas	Estadísticas ISSS
Densidad poblacional en la ciudad capital	27.10%	27.10%	0.000	Porcentaje	
Tasa de analfabetismo promedio a nivel nacional	10.50%	10.08%	-0.004	Porcentaje	
Tasa de desempleo	7.00%	6.35%	-0.007	Porcentaje	
Tasa de acceso a internet	16.59%	21.20%	0.046	Porcentaje	
Tasa de acceso a teléfono celular	92.63%	93.51%	0.009	Porcentaje	
Salario Mínimo	A abril/2018	\$304.17		Mensual sector comercio, industrias y servicios.	
Total de trabajadores reportados en planilla al ISSS	En Julio/2020	843,287	-0.02	Planillas presentadas	Estadísticas ISSS
Total de trabajadores que cotizaron en el ISSS	En Julio/2020	817,964	-0.05	Planillas pagadas	Estadísticas ISSS
Total de personas pensionadas de acuerdo a registros del ISSS (incluye ISSS, AFP, IPSFA, Decreto 787 e INPEP)	En Julio/2020	175,411			Estadísticas ISSS

\*Mide el rendimiento promedio en tres dimensiones: salud, educación e ingresos.

## 3. Resumen de tipo de cambio del dólar

País	Moneda	Código	Moneda local por USD Enero/2020	Moneda local por USD Marzo/2021
Canadá	Dólar canadiense	CAD	1.2733	1.2475
Costa Rica	Colón costarricense	CRC	612.02	609.85
Guatemala	Quetzal	GTQ	7.77936	7.72675
Honduras	Lempira	HNL	24.198	34.975
Nicaragua	Córdoba	NIO	34.975	35.0175
México	Peso mexicano	MXN	19.9745	20.6931
Unión Europea	Euro	EUR	0.8216252	0.8366101
Inglaterra (Reino Unido)	Libra esterlina	GBP	0.7306737	0.7181844

Fuente: BCR Cotizaciones al 12/03/2021

## 4. Tasas de interés mensual en porcentaje

	26-feb-21	12-mar-21	19-mar-21	26-mar-21
1 Tasas de Depósitos				
1.1 30 días	3.08	3.3	3.3	2.99
1.2 60 días	3.12	2.99	3.33	3.09
1.3 90 días	3.68	3.41	3.5	3.52
1.4 120 días	3.48	3.51	3.41	3.47
1.5 150 días	3.02	3.61	2.97	2.99
1.6 180 días	4	3.95	3.9	3.81
1.7 360 días	4.16	4.11	4.19	4.14
2 Tasas de préstamos				
2.1 Préstamos Hasta 1 Año Plazo	6.4	6.47	6.21	5.92
2.1.1 A Particulares	11.25	8.68	9.45	9.82
2.1.2 A Empresas	6.41	6.37	6.18	5.92
2.2 Préstamos a más de 1 Año Plazo	9.1	9.17	8.62	8.37
2.2.1 A Particulares	9.93	9.93	10.02	9.69
2.2.2 A Empresas	8.12	8.01	7.64	7.21
2.2.3 Para Adquisición de Vivienda	7.29	7.17	7.24	7.15
3 Préstamos interbancarios - Hasta 7 días plazo	N.T.	N.T.	N.T.	N.T.
4 Rendimiento de Reportos				
4.1 Rendimiento de Reportos - Hasta 7 días plazo	1.2	1.15	1.22	1.09

Fuente: BCR



Foto cortesía de Glasswing International

# Estudiantes Utec crean diseño táctico en calle Arce

La Universidad Tecnológica del El Salvador (Utec) contribuye en proyecto de mejoramiento en calle Arce.

La Utec, junto con USAID, la Alcaldía Municipal de San Salvador y Glasswing International inauguraron el proyecto **Urbanismo táctico en la calle Arce**, el cual consta de la instalación de mobiliario urbano, la creación de un mural y un colorido diseño sobre una cuadra de la calle Arce.

El vistoso diseño sobre esta vía fue elaborado por Andrea Monge y Rossemberg Leiva, estudiantes de Arquitectura de la Utec, quienes fueron seleccionados de entre 45 propuestas de proyectos de urbanismo táctico. El objetivo de esta iniciativa es ejecutar una intervención del espacio público que dé prioridad al peatón en un espacio donde su papel no es el protagónico y así contribuir con el mejoramiento de su calidad de vida.

En la ejecución participaron 120 personas, entre estudiantes Utec y voluntarios de Glasswing.



En la fotografía: la vicerrectora de Investigación y Proyección Social de la Utec, Noris Isabel López Guevara; el alcalde de San Salvador, Ernesto Muyschondt; los responsables del diseño, Andrea Monge y Rossemberg Leiva; el subdirector de USAID, Matt Rees y la directora de país de Glasswing, Natalia Salcedo.

Soy Utec  
y sigo adelante



Universidad Tecnológica  
de El Salvador



# Nuevos planes de estudio de 4 años

Más proceso de preespecialización

Cursa tu carrera universitaria en **menor tiempo**

**INSCRÍBETE HOY · CICLO 02-2021**

- Licenciatura en Administración de Empresas
- Licenciatura en Comunicaciones
- Ingeniería Industrial

- *Acceso remoto desde tu casa a laboratorios dentro del campus*
- *Reducción de tu inversión económica*

## MÁS INFORMACIÓN

OFICINAS CENTRALES  
☎ 2275-8888 ☎ 6173-7831

METROCENTRO  
☎ 2261-0270

MAESTRÍAS Y POSTGRADO  
☎ 2275-2700 ☎ 6420-4295

Facebook: NuevoIngresoUtec  
Twitter: @nvoingresoutec  
Instagram: nuevoingresoutec

Sitio web: [utec.edu.sv](http://utec.edu.sv)  
Correo electrónico: [contactanos@utec.edu.sv](mailto:contactanos@utec.edu.sv)

**Soy Utec**  
y sigo adelante



**Universidad Tecnológica**  
de El Salvador

