

# LOS MILENARIOS DE AMÉRICA LATINA Y LA RENOVACIÓN INSTITUCIONAL DE LA REGIÓN

*Investigador\**  
Andrés Vedova Arias

\*Investigador: Vedova, A. Máster en Administración Pública. Consultor en propuestas y proyectos de la sociedad civil.

Correo electrónico:  
[avedova@gmail.com](mailto:avedova@gmail.com)

Recibido: 19 de agosto del 2016  
Aceptado: 26 de setiembre del 2016

## Resumen

Los milenarios son la generación de personas nacidas entre principios de los 1980 y el año 2000. América Latina es una región donde los milenarios son el segmento de edad más cuantioso de la población total (30% con aproximadamente 176 millones de personas). La rápida proliferación del Internet y la conectividad tecnológica masiva durante su juventud ha acelerado el ritmo en el cual esta generación se desempeña a nivel profesional, académico y personal. En América Latina, las reformas institucionales deben apuntar a una dependencia reducida en un ya debilitado centralismo político, así como el fortalecimiento de mecanismos que identifiquen y castiguen la corrupción. Las políticas públicas también deben reforzar la flexibilización y diversificación de la economía; el impulso de tecnologías que faciliten el emprendimiento y el intercambio de conocimientos; el respeto a las libertades individuales y una confianza renovada en el estado de derecho, particularmente a través de la gestión autónoma de gobiernos sub-nacionales.

## Palabras claves

Milenarios, América Latina, conectividad tecnológica, emprendimiento, innovación, política pública, conocimiento, economía.

## Abstract

The millennials are the generation of people born between early 1980's and the year 2000. Latin America is a region where the millennials are the segment of an age-larger number of the total population (30% with approximately 176 million of people). The rapid proliferation of the Internet and the massive technological connectivity during their youth has accelerated the pace at which this generation is performing at a professional, academic and personal level. In Latin America, institutional reforms should aim for a reduced reliance on already weakened political centralism, as well as the strengthening of mechanisms to identify and punish corruption. Public policies should also enhance the flexibility and diversification of the economy; the promotion of technologies that facilitate entrepreneurship and knowledge sharing; respect for individual freedoms and a renewed confidence in the rule of law, particularly through the autonomy of sub-national governments.

## Key words

Millenials, Latin America, technological connectivity, entrepreneurship, innovation, public policy, knowledge, economy.

## Introducción

En los medios de comunicación de Norteamérica y Europa, la "generación de milenarios" (*millennials*) suele ser el término aplicado a las personas nacidas entre principios de la década de 1980 y el año 2000. Aunque aplicar etiquetas a un segmento de edad es una tarea sumamente relativa, es una práctica a la que no estamos acostumbrados en América Latina. Además de tener que generalizar características que abarcan millones de individuos de distintas edades y niveles de madurez, en muchos casos se simplifican las condiciones de distintas razas, nacionalidades, etnias, religiones y estratos socioeconómicos, lo que inexorablemente resulta en una ciencia inexacta. Sobra decir que el riesgo de incurrir en estereotipos injustos o designaciones infladas es constante. No obstante, el objetivo de estas designaciones es sumar observaciones sobre el contexto histórico en el que nos toca nacer y crecer, así como evaluar contrastes con poblaciones mayores o menores y la relación con el entorno actual.

Por lo tanto, no es una sorpresa que incluso en lugares con mucho más investigación sobre particularidades generacionales sea poco común contar con un consenso concreto respecto al orden cronológico de las generaciones que siguieron a los *baby boomers*, oficialmente catalogados por el censo estadounidense como aquellos nacidos entre 1946 y 1964, donde se dio una explosión poblacional en el mundo industrializado tras la Segunda Guerra Mundial. Dado que cada generación acapara un conjunto de aproximadamente 20 años, sociólogos y demógrafos anglosajones suelen diferir sobre el momento preciso en que terminaron de nacer las personas de la Generación X (finales de los 1970 o principios de los 1980) y cuándo exactamente inicia la generación de milenarios, usualmente también llamada "Generación Y", aunque este término ha perdido vigencia.

No obstante, la teoría más desarrollada sobre los milenarios es la de los investigadores William Strauss y Neil Howe, historiadores y autores sobre varios libros dedicados a cada generación. Su libro *Millennials Rising* ("El Ascenso de los Milenarios") fue publicado en el 2000 y definió el "año de origen" de los milenarios como 1982. En el 2012, Howe precisó que el año final para esta

generación fue el 2004.<sup>1</sup> Como resultado, es una generación moldeada por la convergencia de la masividad virtual del Internet con la realidad posterior a la Guerra Fría, por lo que no es una exageración afirmar que los milenarios provienen de un ciclo histórico que les ha facilitado cantidades colosales de información y los hace adversos a estar desactualizados.

¿Qué diferencia a los milenarios de sus padres *baby boomers* o de sus tíos, hermanos y primos de la Generación X? En el 2003, cuando los primeros milenarios empezaban sus estudios universitarios, Strauss y Howe manifestaron las siguientes observaciones sobre esta población: es una generación que se siente especial e importante, por haber sido niños muy queridos y protegidos por sus padres. Cada hito en sus vidas fue marcado con celebraciones y alabanza, por lo que suelen sentir que "merecen lo mejor", anhelan la atención de otros y tienen una expectativa de retroalimentación positiva frecuente. Como parte de su preparación escolar, han sido inmersos en una cultura de actividades extracurriculares, voluntariado y servicio comunitario. Son motivados, competitivos y al poseer la expectativa de obtener un título universitario, esperan que la universidad ayude a lanzarlos a la grandeza. Strauss y Howe afirman que "prefieren el liderazgo igualitario, en vez de jerarquías" y sienten que están aquí para resolver problemas del mundo que generaciones anteriores no han podido resolver.<sup>2</sup>

## 1. Los milenarios en encuestas, estudios y sondeos

Con el paso del tiempo, las descripciones sobre milenarios se han proliferado, notablemente en cuanto a sus comportamientos interpersonales y profesionales. En Estados Unidos, la encuestadora Pew Research Center publicó un estudio sobre esta población en el 2010,<sup>3</sup> justo cuando las primeras camadas de milenarios se estaban enfrentando a las secuelas de la crisis económica internacional más fuerte desde la Gran Depresión.

1 Bump, P. (2014). Here is when each generation begins and ends, according to facts. *The Atlantic*.

2 Howe, N., & Strauss, W. (2003). *Millennials go to college*. Great Falls, VA: LifeCourse Associates.

3 Taylor, P., & Keeter, S. (2010). Millennials: Confident. Connected. Open to Change. *Pew Research Center*, 24.

El estudio mostró un sobresaliente "excepcionalismo tecnológico" entre los milenarios, no solamente por consumir y poseer más aparatos, sino también por la forma en que fusionan su vida social con ellos. Por ejemplo, tres cuartas partes de los milenarios habían creado un perfil en una red social, en comparación con el 50% de la Generación X, 30% de los *baby boomers* y 6% de ciudadanos de tercera edad. Los milenarios también indicaban que "la tecnología hace la vida más fácil y ayuda al acercamiento de amigos y familia" con mayor frecuencia que las demás generaciones.

Estudios posteriores de Pew, también han señalado que el matrimonio y la formación de una familia siguen siendo una prioridad para los milenarios, algo consistente con generaciones anteriores. La diferencia está en que los milenarios no se apresuran al altar, y se toman mucho más tiempo en evaluar sus opciones u oportunidades: sólo el 26% de esta generación en E.E.U.U. está casada. Cuando tenían la misma edad que los milenarios tienen ahora, el 36% de la Generación X, 48% de los *baby boomers* y el 65% de la generación anterior estaban casados.<sup>4</sup> Los milenarios estadounidenses son en su mayoría solteros (69%) y expresan que les gustaría casarse, pero muchos, especialmente aquellos con menores niveles de ingresos y educación, carecen de lo que consideran ser un requisito previo: una base económica sólida y confiable.

Otro detalle curioso de los estudios de Pew es que a pesar de ser mucho más racialmente diversos, dos tercios de los milenarios encuestados dijeron que "no se puede ser demasiado cuidadoso" cuando se trata de lidiar con otras personas, probablemente un resultado de tener padres protectores, crecer durante la nueva era del terrorismo o experimentar una cultura mediática que se centra en los peligros cotidianos.<sup>5</sup> En términos profesionales, *The Economist* afirma que tal desconfianza significa una "generación de individualistas, no colaboradores", ya que según una encuesta de la consultora CEB en el 2015, 37% de los milenarios estadounidenses dicen que no confían plenamente en el aporte de sus colegas en el trabajo; para otras generaciones,

4 Taylor, P., Doherty, C., Parker, K., & Krishnamurthy, V. (2014). Millennials in adulthood: Detached from institutions, networked with friends. *Pew Research Center, Washington, DC*.

5 Taylor, P., & Keeter, S. (2010). Millennials: Confident. Connected. Open to Change. *Pew Research Center, 24*.

el promedio fue de 26%. Asimismo, 58% admitió comparar su rendimiento con sus pares frecuentemente, frente al 48% de otras generaciones. Consecuentemente, se considera que los milenarios son más competitivos en el ámbito laboral: 59% de ellos, en la última encuesta, dijo que la competencia es "lo que los levanta por la mañana", en comparación con el 50% de los *baby boomers*.<sup>7</sup>

Por consiguiente, una alta desconfianza en la política es otra característica de los milenarios estadounidenses. Al mostrar una marcada ambición académica y profesional durante un momento de recuperación económica y polarización política en ese país, datos recientes sobre las actitudes de los milenarios en Estados Unidos respecto a la labor del gobierno muestran crecientes niveles de apatía y desdén. En general, sólo uno de cada nueve jóvenes universitarios se imaginan en un cargo público.<sup>8</sup> El desprecio de la juventud es aún más aguda cuando se les pregunta sobre el Congreso y el gobierno federal. Pero los gobiernos locales o municipales tampoco son inmunes: al medir su opinión favorable de 20 profesiones posibles, los estudiantes calificados situaron "alcalde de una ciudad o pueblo" en la casilla #17, por encima de "miembro del Congreso", pero por debajo de carreras poco populares en este momento, como el periodismo. *The Economist* también indica que en la década de 1970, casi tres cuartas partes de los estudiantes estadounidenses hablaban regularmente sobre política con sus padres, mientras que ahora las tres cuartas partes rara vez lo hacen. El tema se considera de mal gusto, citando el caso de un estudiante joven que dice que entre los amigos, la política "mata el estado de ánimo".<sup>9</sup>

Es posible que una marcada desilusión hacia la política y la economía tradicional se traduzcan también en que los jóvenes profesionales milenarios se interesen mucho más en trabajos fuera de compañías convencionales, o aquellos que les permitan desarrollar su dinamismo emprendedor. En otras palabras, estamos

6 Myths about millennials (2015, 1ero de agosto). *The Economist*.

7 Idem.

8 Not running, but fleeing (2015, 16 de mayo), *The Economist*.

9 Idem.

experimentando el auge de una generación trabajadora que no necesariamente prefiere las horas laborales tradicionales y busca implementar la tecnología en su productividad, por lo que nuevas modalidades como *flex time* (tiempo flexible) y *home office* (oficina en casa) están obteniendo popularidad, en gran parte para también evitar la congestión vehicular y la saturación del transporte público en horas pico, lo que resulta en más tiempo libre para otras actividades. En un reciente sondeo mundial de milenarios realizado por Deloitte, a un 75% de los milenarios le gustaría comenzar a trabajar con mayor frecuencia desde casa o en otros lugares donde se sientan más productivos. Esto es casi el doble de la proporción que en la actualidad lo hacen (43%).<sup>10</sup> Para aquellos jefes que consideran a los milenarios como distraídos, ingenuos o poco estratégicos en el trabajo, estos resultados merecen atención.

Sería natural concluir que tras vivir la "Gran Recesión" del 2008-2009, muchísimos jóvenes tengan opiniones encontradas sobre grandes corporaciones y bancos, pero el sondeo de Deloitte del 2016 afirma que los milenarios a nivel mundial tienen una opinión positiva de los negocios. Casi tres cuartas partes de los milenarios encuestados (73%) sostienen que los negocios tienen un impacto positivo en la sociedad en general.<sup>11</sup> Sin embargo, los milenarios buscan contribuir a que los negocios tengan un impacto positivo en la sociedad, y al hacerlo, desean seguir siendo fieles a sus valores personales. Existe una fuerte indicación de que los milenarios eligen trabajos que reflejan o respetan sus valores, un concepto reforzado por el hallazgo de que, a nivel mundial, el 56% de los milenarios ha "descartado trabajar para una organización en particular debido a sus valores o normas de conducta".<sup>12</sup>

## 2. Los milenarios en América Latina

Comparado a Estados Unidos, existen menos investigaciones y sondeos sobre milenarios en el contexto latinoamericano, que es indudablemente mucho más complejo y heterogéneo, particularmente al presentar una población de alrededor de 590 millones de personas en países muy distintos entre sí. Sin embargo, en años recientes diversas consultoras han llevado esta tarea a cabo, máxime en una región donde los milenarios son el segmento de edad más cuantioso de la población total.

Según un informe de *Tendencias Digitales* de marzo del 2014, en América Latina los milenarios de entre 13 y 28 años de edad son el mayor segmento de edad de la región (30%).<sup>13</sup> Esto significa que dentro de casi 600 millones de latinoamericanos, hay más de 176 millones de milenarios. Asimismo, esta generación está acompañada por amplias poblaciones de personas de menos de 50 años: según el mismo informe, 27% de la población total tiene entre 29 y 48 años, y 26% tiene menos de 12 años. Apenas un 13% son *baby boomers* (49 a 68 años) y 4% son mayores a los 69 años, por lo que la juventud de la región es mucho más pronunciada que en la mayoría de los países industrializados. Esta es una situación muy distinta a la de Estados Unidos y muchos países de Europa occidental, en donde los *baby boomers* que comienzan a retirarse son más o igual de cuantiosos que los milenarios, y por ende ejercen mucho más presión sobre la población trabajadora en términos de pensiones y programas de salud.

Los milenarios latinoamericanos están tan digitalizados como aquellos en otras partes del mundo, o incluso más. En el 2014, un 78% de los milenarios en América Latina poseía un *smartphone* (móvil inteligente), un 37% tablet y un 70% *laptop*, usando estas combinaciones tanto para socialización como para trabajo y entretenimiento.<sup>14</sup> Además, el 88% poseen un perfil en redes sociales y 45% admite que no podría estar un solo día

10 Deloitte Touche Tohmatsu. (2016). The 2016 Deloitte Millennial Survey: winning over the next generation of leaders. En <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-millennial-survey-2016-exec-summary.pdf>

11 Idem.

12 Idem.

13 Jiménez C. (2014, 6 de marzo). Conecta tu marca con los millennials. *Tendencias Digitales*.

14 Gutiérrez-Rubí, A. (2014). 6 rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores. *Forbes México*.

sin su *smartphone*.<sup>15</sup> Facebook es la red social predilecta utilizada mediante estas herramientas: 90% de los milenarios en México, Argentina y Colombia usan Facebook todos los días, superando aquellos que diariamente utilizan un buscador (87%) o ven televisión (72%).<sup>16</sup>

Uno de los sondeos más exhaustivos de milenarios en la región es uno realizado por la multinacional Telefónica durante los primeros meses del 2013, con las siguientes observaciones: los milenarios de América Latina pasan alrededor de 7 horas de su día en línea, cifra igual a la de Norteamérica, pero una hora más que Asia y dos más que Europa Occidental. El informe indica que los milenarios en la región son más propensos a decir que la tecnología hace más fácil conseguir un trabajo, superar barreras del idioma y crear más oportunidades económicas para la mayoría de las personas. Mientras que en Norteamérica los milenarios sienten que los temas más importantes son la economía y educación, en América Latina las mayores preocupaciones son la inequidad social y la educación. 70% de los milenarios latinoamericanos piensan que el cambio climático es un gran problema, comparado a 36% en Norteamérica y 49% en Europa.<sup>17</sup>

Comparativamente, las percepciones de los milenarios sobre temas económicos varían según la región. Mientras que a nivel mundial, la mitad de los milenarios encuestados dicen que su economía regional va por buen camino, en América Latina esta cifra es del 38% comparado a 43% en Norteamérica y 65% en Asia (los milenarios europeos son aún más pesimistas, con un 34%).<sup>18</sup> Razonablemente, los milenarios latinoamericanos son más enfáticos que los de otras regiones al afirmar que es difícil hacer la transición del estudio al trabajo. La separación entre ámbitos académicos y profesionales todavía suele ser rígida e inflexible a través la región, por lo que no es de extrañar que esto es una queja común entre muchos jóvenes, aunada a la notoria presencia de la informalidad y desigualdad en el continente.

15 Idem.

16 The Mobile Lives of Millennials in Latin America (2015, 28 de mayo). *Facebook Insights*. En <http://insights.fb.com/2015/05/28/millennials-in-latin-america/>

17 Telefónica. (2013). Telefónica Global Millennial Survey: Latin America Results. En [http://survey.telefonica.com/wp-content/uploads/2013/11/TEF-LATAM-PPT\\_11.18.13.pdf](http://survey.telefonica.com/wp-content/uploads/2013/11/TEF-LATAM-PPT_11.18.13.pdf)

18 Idem.

El estudio de Telefónica también destaca un sorpresivo nivel del optimismo entre los milenarios latinoamericanos. A pesar de que el 63% dicen que el gobierno no refleja sus valores y creencias, un sorprendente 71% afirma que los mejores días de su país están por venir, comparado a 47% en Norteamérica y 41% en Europa, siendo la segunda región más optimista después de Asia (79%). Un 82% de milenarios latinoamericanos considera que pueden lograr una diferencia a nivel local, y 62% siente que pueden hacerlo a nivel mundial, la región con la respuesta más positiva del estudio. 58% piensa que la participación individual tiene un impacto en el sistema político.<sup>19</sup>

Las expectativas económicas de los milenarios en América Latina también demuestran actitudes cambiantes, según un estudio del 2013 de Deloitte sobre innovación y negocios.<sup>20</sup> En los países encuestados (Brasil, Argentina, Chile, Colombia y Perú) se manifiesta que liderar la innovación, mejorar la sociedad y facilitar el progreso son los tres propósitos principales de la empresa privada, por encima de generar ganancias o producir bienes y servicios. La "contribución a comunidades locales" también fue una tarea ampliamente mencionada por estos países en comparación al promedio mundial.

Las nuevas realidades de la movilidad laboral representan otro indicador que sobresale en la región latinoamericana. En el sondeo mundial de milenarios de Deloitte del 2016, la mayoría de los milenarios encuestados con trabajo anticipan irse de sus actuales organizaciones antes del año 2020. A nivel regional, América Latina muestra el nivel más alto de esta percepción de movilidad (71%) y Europa Occidental el más bajo (60%).<sup>21</sup> Asimismo, los valores personales también son de gran importancia para los profesionales jóvenes de la región. Casi la mitad (49%) de los encuestados internacionalmente han "elegido no llevar a cabo una tarea en el trabajo, ya que iba en contra de sus valores personales o su ética". Geográficamente, este nivel de "rechazo"

19 Idem.

20 Deloitte Touche Tohmatsu. (2013). Millennial (Generation Y) Innovation Survey: Latin America Findings. En <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/dttl-millennial-innovation-survey-ltam2013.pdf>

21 Deloitte Touche Tohmatsu. (2016). The 2016 Deloitte Millennial Survey: Winning over the next generation of leaders. En <http://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>

oscila entre un 20% en Japón a 71% en Colombia, y es generalmente alto en América Latina.<sup>22</sup> Estos datos resultan llamativos, perfilando una mayor curiosidad y conciencia sobre el impacto del trabajo en la sociedad y en la vida personal.

Adicionalmente, estas tendencias se están dando dentro de un movimiento socioeconómico de gran importancia para las mujeres: En 2020, se estima que 35 millones de personas de bajos ingresos en la región –en su mayoría mujeres– se trasladará a la clase media.<sup>23</sup> Las mujeres milenarias latinoamericanas son cada vez más educadas, activas en el mercado laboral y con un poder adquisitivo considerablemente mayor, por lo que esto será de gran importancia para la economía, demografía, y pluralismo del continente en las próximas décadas.

### 3. Las implicaciones para la gobernabilidad

El mundo de hoy en día hace a los milenarios exigir una mayor confiabilidad y transparencia al relacionarse con otras personas, servicios o entidades. La hiperconectividad ha llegado para quedarse, y acelerado el ritmo en el cual nos desempeñamos a nivel profesional, académico, y particularmente, el personal. La cultura de trabajo y expectativas económicas apuntan a una mayor competitividad, pero también a un énfasis en la calidad de vida, el emprendimiento, la flexibilización de los horarios y la participación remota. La globalización de los *smartphones* ha permitido que millones de personas de bajos recursos accedan a las redes y a la exorbitante cantidad de información y oportunidades generadas, cuando a fines de la década anterior probablemente ni siquiera poseían una computadora.

¿Están los gobiernos equipados apropiadamente para todo lo que conlleva esta coyuntura? ¿O ha llegado una nueva oportunidad –y obligación– de actualizar la gestión institucional como la conocemos?

---

22 Idem.

23 Salazar-Ortegón, L. (2015). Latin America: Low-Income Millennials Present Big Market Opportunities. *Forbes*. En <http://www.forbes.com/sites/skollworldforum/2015/08/04/latin-america-low-income-millennials-present-big-market-opportunities/>

Pese a que más del 80% de los habitantes de la región tienen menos de 50 años, son personas superiores a esta edad las que todavía dominan la política y las principales instituciones en América Latina. A la hora de entregar el poder a las nuevas generaciones, los modelos gubernamentales existentes corren el riesgo de ser no solo disfuncionales, sino obsoletos. El panorama ideológico cuenta con más matices que nunca, mientras que el acelerado desgaste de la política tradicional genera un gran peligro de apatía hacia el sector público y la legitimidad de la participación ciudadana en las democracias del continente.

Es por eso que mediante la creciente descentralización de la gobernabilidad impulsada por la tecnología, estas tendencias requieren de un enfoque estratégico para garantizar un desarrollo efectivo y la participación ciudadana de jóvenes profesionales en miles de comunidades en toda la región. Es claro que cada país debe continuar trabajando para afianzar la educación técnica, la inclusión social y el cuidado del medio ambiente, pero también existe un gran potencial para mejorar las capacidades de los gobiernos sub-nacionales (provinciales, regionales, estatales, municipales o locales) en cada país. Estos gobiernos ahora poseen un papel más importante en el fortalecimiento de la educación, las oportunidades de empleo en sus comunidades, la implementación de la política ambiental y la formalización de las condiciones para emprendedores y pequeñas empresas: en el país en desarrollo promedio, están a cargo de una quinta parte del gasto público.<sup>24</sup>

Sin embargo, una mayor descentralización de la gobernabilidad requiere de reformas drásticas en la gestión fiscal autónoma. Un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo señala que "los ingresos locales cubren sólo un 30% del gasto total de los gobiernos sub-nacionales en América Latina, en comparación con alrededor del 60% en los países de la OCDE y 75% en las economías emergentes de Asia".<sup>25</sup> Por lo tanto, el apoyo para reformas estructurales que reduzcan la dependencia en las transferencias del gobierno central

---

24 Giugale, M. (2015). Has Decentralization Worked? *Hemisphere, Volume 24*. Florida International University.

25 Fretes Cibils, V., Ter-Minassian, T., Scrofina, J.S., Ortega, F., Ríos, G., Rasteletti, A., Ramírez Verdugo, A., Pineda, E., Martínez-Vázquez, J., Sepúlveda, C. & Canavire-Bacarreza, G. (2015). *Decentralizing Revenue in Latin America: Why and How*. Inter-American Development Bank.

(y aumenten la autonomía para recaudar y gestionar ingresos) son de suma importancia para fortalecer la administración descentralizada en América Latina. Esto fomentaría el potencial para asociaciones innovadoras que implementen servicios de educación y salud de calidad, así como la aplicación de la tecnología para una mayor transparencia, responsabilidad y confiabilidad en la prestación de servicios.

Si el marco institucional latinoamericano también desea ampliar la diversificación y formalización económica, se deben redoblar los esfuerzos para el avance del emprendimiento y la pequeña empresa. 60% de los empleados latinoamericanos trabajan para una empresa con cinco empleados o menos,<sup>26</sup> y varios países ya han lanzado programas que fomentan el emprendimiento de alta tecnología, como Startup Chile y Endeavor Colombia. Pero aun teniendo una marcada cultura empresarial, cinco de los diez primeros países del mundo en el que los empleadores tienen más dificultad para cubrir puestos son en América Central y América Latina, particularmente debido al déficit de especialistas en telecomunicaciones e ingeniería de software profesionales.<sup>27</sup> Aunque se prevé que América Latina podría aumentar la conectividad de banda ancha en 32% durante los próximos cinco años, esta proyección es más baja que la media mundial del 43%.<sup>28</sup> Por lo tanto, además de infraestructura de alta tecnología, los países deben trabajar en la atracción y retención de capital humano preparado en el extranjero para robustecer el intercambio de capacidades, así como la reducción de la tramitología y otros obstáculos para iniciar negocios. Si bien estas iniciativas favorecerían al emprendimiento de alta tecnología, serían sumamente propicias para empresas en una multitud de actividades económicas.

Por último, pocos temas son tan imprescindibles para esta generación como la lucha contra la corrupción en todos los niveles de gobierno. Pese a ser un agravante

---

26 Costa, G. (2016, 7 de mayo). The Rise Of The Latin American Entrepreneur. *The Next Web*. En <http://thenextweb.com/la/2016/05/07/rise-latin-american-entrepreneur/#gref>

27 Coleman, G. (2016, 16 de junio). Why Latin American Entrepreneurs Are Ready For The Revolution. *World Economic Forum*. En <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/why-latin-american-entrepreneurs-are-ready-for-the-revolution/>

28 Idem.

histórico para la región, la combinación del acceso a la información, la maduración de la sociedad civil y el crecimiento económico de la clase media en muchos países ha resultado en una demanda sin precedentes por transparencia y la rendición de cuentas en la función pública.<sup>29</sup> La noción de que el político o funcionario que "roba, pero hace" ya no es aceptable para los latinoamericanos jóvenes, conscientes de los costos y los obstáculos al desarrollo ocasionados por la corrupción, el clientelismo y los privilegios desmedidos para grupos de presión. En términos de política pública, entidades autónomas contra la corrupción –como la CICIG en Guatemala y el nuevo Sistema Nacional Anticorrupción (SNA) de México– son desarrollos necesarios en sus respectivos esquemas, con la posibilidad de ser replicados en otros países. Sin embargo, la independencia y probidad del poder judicial, complementados por la libertad de prensa y expresión de la sociedad civil, son elementos esenciales para una valoración constante y permanente de la integridad institucional.

## 4. El camino por delante

La esperanza latinoamericana radica en la innovación e iniciativa de parte de muchísimos de sus emprendedores, educadores, activistas, y líderes profesionales. Asimismo, conforme los milenarios latinoamericanos comienzan a ejercer y participar de lleno en la administración pública, también existe una nueva oportunidad para denunciar y combatir la corrupción institucional, así como reforzar el rendimiento y desempeño de los gobiernos sub-nacionales. Estos esfuerzos administrativos van de la mano con políticas que promuevan la calidad de la educación, la actividad económica inclusiva y el intercambio de conocimientos, particularmente en las zonas más marginadas de la región.

No hay que dejar de lado que las poblaciones actuales todavía están superando el legado de la Guerra Fría, cuando en América Latina se solía pensar de una forma mucho más binaria: capitalismo o comunismo; fascismo o terrorismo; dependencia o soberanía; estatismo o privatización. En los 1990, se logró mayor apertura y liberalización económica, pero una persistente desigualdad acarrió una profunda polarización política, culminando en que medio continente girara hacia el populismo, o en el peor de los casos, la quimera del

---

29 Stop stealing (2016, 7 de mayo). *The Economist*.

neo-socialismo bolivariano del siglo XXI. La Gran Recesión de 2008-2009 sí golpeó a América Latina, pero mucho más suavemente, gracias al ímpetu económico de China y otras grandes economías emergentes, voraces por materias primas y negocios en la región.

Hoy en día, las secuelas de esta agotada trayectoria indican un creciente descontento con la corrupción impune, la inercia burocrática y el clientelismo económico. En México, una serie de escándalos y el controvertido manejo de incidentes violentos (como la desaparición de 43 estudiantes en Iguala en el 2014) han perjudicado la credibilidad del gobierno de Enrique Peña Nieto ante la sociedad civil. En Guatemala, se dio la renuncia del presidente Otto Pérez Molina a fines del 2015 por un grave caso de corrupción, donde las redes sociales y el descontento ciudadano jugaron un papel importante. En Brasil, se desenvuelve una crisis política con la suspensión de la presidenta Dilma Rousseff, precedida por un declive económico y protestas multitudinarias contra la corrupción endémica en el aparato gubernamental. Venezuela está al borde de una crisis humanitaria tras el rotundo fracaso del modelo bolivariano. Y en Argentina, la llegada de Mauricio Macri a la presidencia ha expuesto la dificultad de impulsar reformas tras las divisorias políticas kirchneristas que han dominado el país desde el 2003.

En estos casos y con menor agitación, en el resto del continente— es evidente que las instituciones que velan por el orden social están lidiando con serios aprietos estructurales que se han acumulado durante décadas, sumados a un tremendo desfase respecto a la paulatina influencia de la generación milenaria y su inédita formación tecnológica. Se podría afirmar que en cualquier país latinoamericano en el 2016, los jóvenes no confían en el gobierno central de la misma forma que lo hicieron sus padres o abuelos. Si bien sería ingenuo declarar que los paradigmas tradicionales de América Latina están encaminados a un desastroso final, sus desafíos frente al auge de la generación milenaria vislumbran ajustes sustanciales durante las próximas décadas.

Consecuentemente, las aspiraciones de los milenarios requieren no solo de una dependencia reducida en un ya debilitado centralismo político, sino también de instituciones democráticas renovadas que identifiquen, castiguen y prevengan la corrupción. Las políticas públicas deben apuntar a la flexibilización y diversificación de la economía; el impulso de tecnologías que faciliten el emprendimiento y el intercambio de conocimientos; el respeto a las libertades individuales y una mayor confianza en el estado de derecho. De lo contrario, el cambio institucional podría ser aún más brusco y confuso para aquellas generaciones por venir.

## Bibliografía

- Bump, P. (2014). Here is when each generation begins and ends, according to facts. *The Atlantic*.
- Coleman, G. (2016, 16 de junio). Why Latin American Entrepreneurs Are Ready For The Revolution. *World Economic Forum*. En <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/why-latin-american-entrepreneurs-are-ready-for-the-revolution/>
- Costa, G. (2016, 7 de mayo). The Rise Of The Latin American Entrepreneur. *The Next Web*. En <http://thenextweb.com/la/2016/05/07/rise-latin-american-entrepreneur/#gref>
- Deloitte Touche Tohmatsu. (2013). Millennial (Generation Y) Innovation Survey: Latin America Findings. En <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/dttl-millennial-innovation-survey-ltam2013.pdf>
- Deloitte Touche Tohmatsu. (2016). The 2016 Deloitte Millennial Survey: winning over the next generation of leaders. En <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-millennial-survey-2016-exec-summary.pdf>

- Fretes Cibils, V., Ter-Minassian, T., Scrofina, J.S., Ortega, F., Ríos, G., Rasteletti, A., Ramírez Verdugo, A., Pineda, E., Martínez-Vázquez, J., Sepúlveda, C. & Canavire-Bacarreza, G. (2015). *Decentralizing Revenue in Latin America: Why and How*. Inter-American Development Bank.
- Giugale, M. (2015). Has Decentralization Worked? *Hemisphere, Volume 24*. Florida International University.
- Gutiérrez-Rubí, A. (2014). 6 rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores. *Forbes México*.
- Howe, N., & Strauss, W. (2003). *Millennials go to college*. Great Falls, VA: LifeCourse Associates.
- Jiménez C. (2014, 6 de marzo). Conecta tu marca con los millennials. *Tendencias Digitales*.
- Myths about millennials (2015, 1ero de agosto). *The Economist*.
- Not running, but fleeing (2015, 16 de mayo), *The Economist*.
- Salazar-Ortegón, L. (2015). Latin America: Low-Income Millennials Present Big Market Opportunities. *Forbes*. En <http://www.forbes.com/sites/skollworldforum/2015/08/04/latin-america-low-income-millennials-present-big-market-opportunities/>
- Stop stealing (2016, 7 de mayo). *The Economist*.
- Taylor, P., & Keeter, S. (2010). Millennials: Confident. Connected. Open to Change. *Pew Research Center, 24*.
- Taylor, P., Doherty, C., Parker, K., & Krishnamurthy, V. (2014). Millennials in adulthood: Detached from institutions, networked with friends. *Pew Research Center, Washington, DC*.
- Telefónica. (2013). Telefónica Global Millennial Survey: Latin America Results. En [http://survey.telefonica.com/wp-content/uploads/2013/11/TEF-LATAM-PPT\\_11.18.13.pdf](http://survey.telefonica.com/wp-content/uploads/2013/11/TEF-LATAM-PPT_11.18.13.pdf)
- The Mobile Lives of Millennials in Latin America (2015, 28 de mayo). *Facebook Insights*. En <http://insights.fb.com/2015/05/28/millennials-in-latin-america/>