



# La voz de los jóvenes en el contexto electoral

A group of five young professionals (three women and two men) are sitting on a wooden table in a modern office setting. They are dressed in business-casual attire. The man on the far left is wearing a tan blazer and jeans. The woman next to him is wearing a white shirt, a red cardigan, and grey trousers. The woman in the center is wearing a light blue suit. The woman on the far right is wearing a grey sweater and light blue jeans. The man on the far right is wearing a dark blue blazer and jeans. They are all smiling and looking towards the camera. The background shows a modern office with large windows and a white tiled floor.

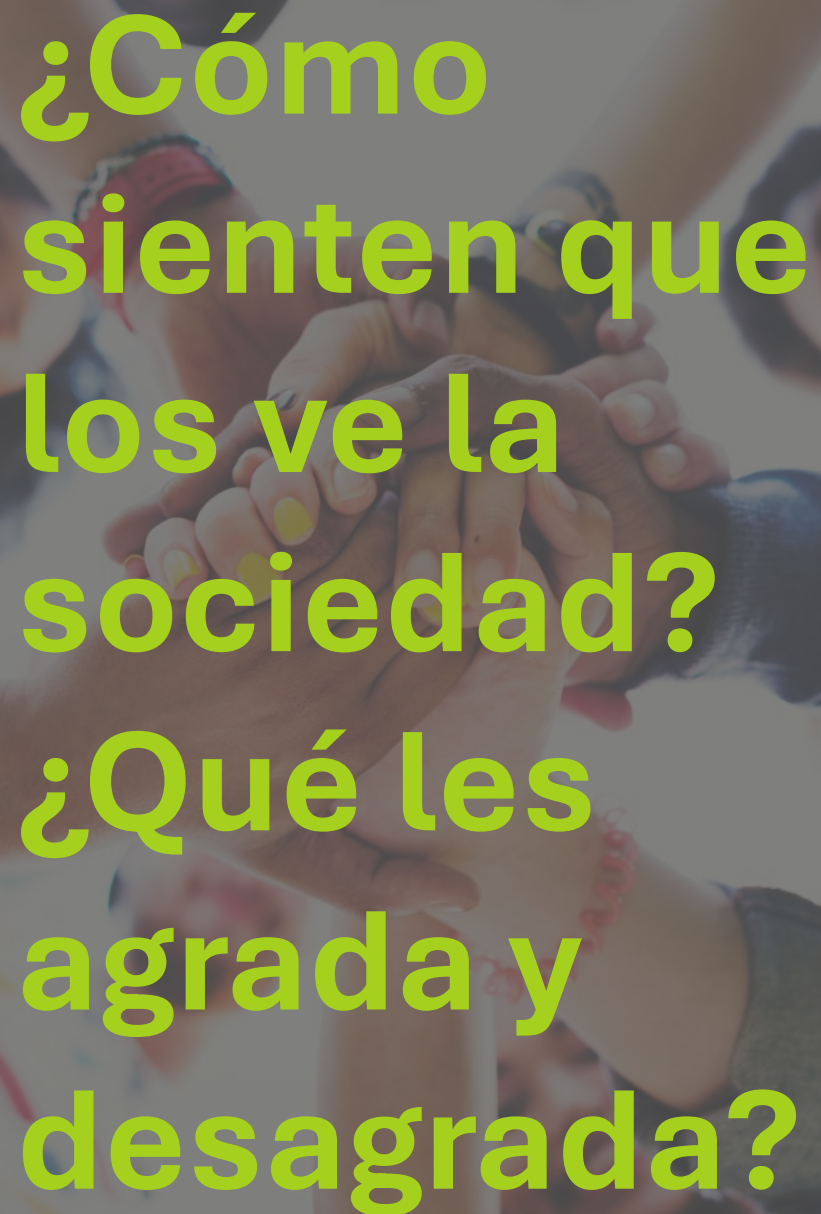
# Apreciaciones de la juventud como sector social

# ¿Qué significa ser joven?

La juventud es comprendida de forma generalizada como un grupo etario con potencial, beneficioso para la sociedad: enérgico y generador de nuevas ideas. Jóvenes de MTY señalaron el potencial, ímpetu e innovación que puede aportar como grupo social y como fuerza económica.

En las sesiones de CDMX y MED enfatizaron que son una generación con perspectivas más abiertas/progresistas en comparación con generaciones previas.

Los tres grupos coinciden en que no suelen participar colectivamente, aunque refirieron casos puntuales de organización escolar y vecinal para resolución de problemáticas prácticas. Se mencionaron: a) escolares (mediaciones entre profesorado y alumnado en CDMX y situaciones de representación escolar y promoción de la salud (MID); b) organización entre compañeros para la gestión de las instalaciones escolares y participación en grupos vecinales en plataformas digitales (MTY).



¿Cómo  
sienten que  
los ve la  
sociedad?  
¿Qué les  
agrada y  
desagrada?

### **Agrado:**

Por un lado, reconocen que se les atribuye la responsabilidad y esperanza de alcanzar un “mejor futuro” para México en sociedad. Constituyen un cambio generacional y una oportunidad de hacer de mejor manera el trabajo de generaciones anteriores.

### **Desagrado:**

Los consideran “difíciles” e involucrados excesivamente en el uso de plataformas digitales.

No les agrada los estereotipos, en particular la denominación “generación de cristal”. Contrarrestan la idea de su incapacidad para resistir el estrés o la adversidad como hacían generaciones anteriores con ser una generación que alza la voz ante las injusticias, expresa sus inconformidades, las hacen virales aprovechando su libertad de expresión, en particular en temas de género, destacando sobre este punto la región centro.

# ¿Qué les causa orgullo de México?

- Las tradiciones
- La historia
- La gastronomía
- El turismo
- Riqueza en recursos naturales
- La calidez humana
- La unión de los ciudadanos ante adversidades
- Los deportistas destacados
- El emprendimiento
- La capacidad de resolver problemas

# ¿Qué ofrece México a los jóvenes?

Elementos altamente valorados son aquellos relacionados con la cultura y tradiciones.

Enfatizan en las oportunidades educativas: tener una educación más accesible y destacan la importancia de los apoyos (becas) para continuar con su formación académica.

Los jóvenes aprecian que hoy gozan de libertad de expresión (MED) y ven avances –aunque ligeros– en igualdad de género (MTY)

# ¿Qué ofrecen los jóvenes a México?

Se perciben como agentes de cambio, como grupo con la responsabilidad del futuro del país. Ofrecen al país su potencial, su capacidad de innovación, energía, voluntad, ánimo para salir adelante y para emprender.

*Ser un ejemplo para nuevas generaciones (CDMX)*

*Mayor apertura a temas sociales (MED)*

*Innovación y talento (MTY, MED, CDMX)*

*Energía (MTY)*

*Deseo de salir adelante (MTY, MED)*

*Conseguir justicia alternativa: voz para manifestar inconformidades haciendo que se viralicen los casos y obtener de alguna forma u otra justicia (MED)*

*Mayor interés por el medio ambiente y cuidado animal (CDMX)*

# Oportunidades para los jóvenes.

La percepción sobre las oportunidades que tienen como grupo está fincada en la individualidad, en la educación como detonante de oportunidades y el contexto nacional.

a) Ellos mismos son los generadores de oportunidades.

b) Valoran las becas pues les permite continuar con sus estudios. Saben que la educación es un diferenciador, educarse significa movilidad social.

c) Es difícil visualizar oportunidades alentadoras debido a un contexto nacional complejo. Destacan las miradas de un país con oportunidades laborales insuficientes, empleos con baja remuneración y sin prestaciones.

Aunque el grupo de Mérida enfatiza sobre la importancia de las becas y su beneficio, también recalca que han mermado los estímulos para becas de posgrado.

# Principales problemáticas para los jóvenes.

Reiteradamente los jóvenes mencionan **educación y empleo**. La educación bajo tres ámbitos: a) acceso a ella; b) deserción (si no cuentan con apoyo abandonarían sus estudios), y c) carreras que respondan a las necesidades del mercado, esto último con énfasis en Monterrey.

**Empleabilidad**. Ven un panorama difícil, no hay opciones atractivas ni condiciones favorables (ingresos, prestaciones, estabilidad).

También están preocupados por el clima de **inseguridad** en el país.

**Violencia de género** es mencionada, principalmente por mujeres en Ciudad de México, acoso hacia las mujeres)

Falta de **espacios** y **actividades recreativas y deportivas**.

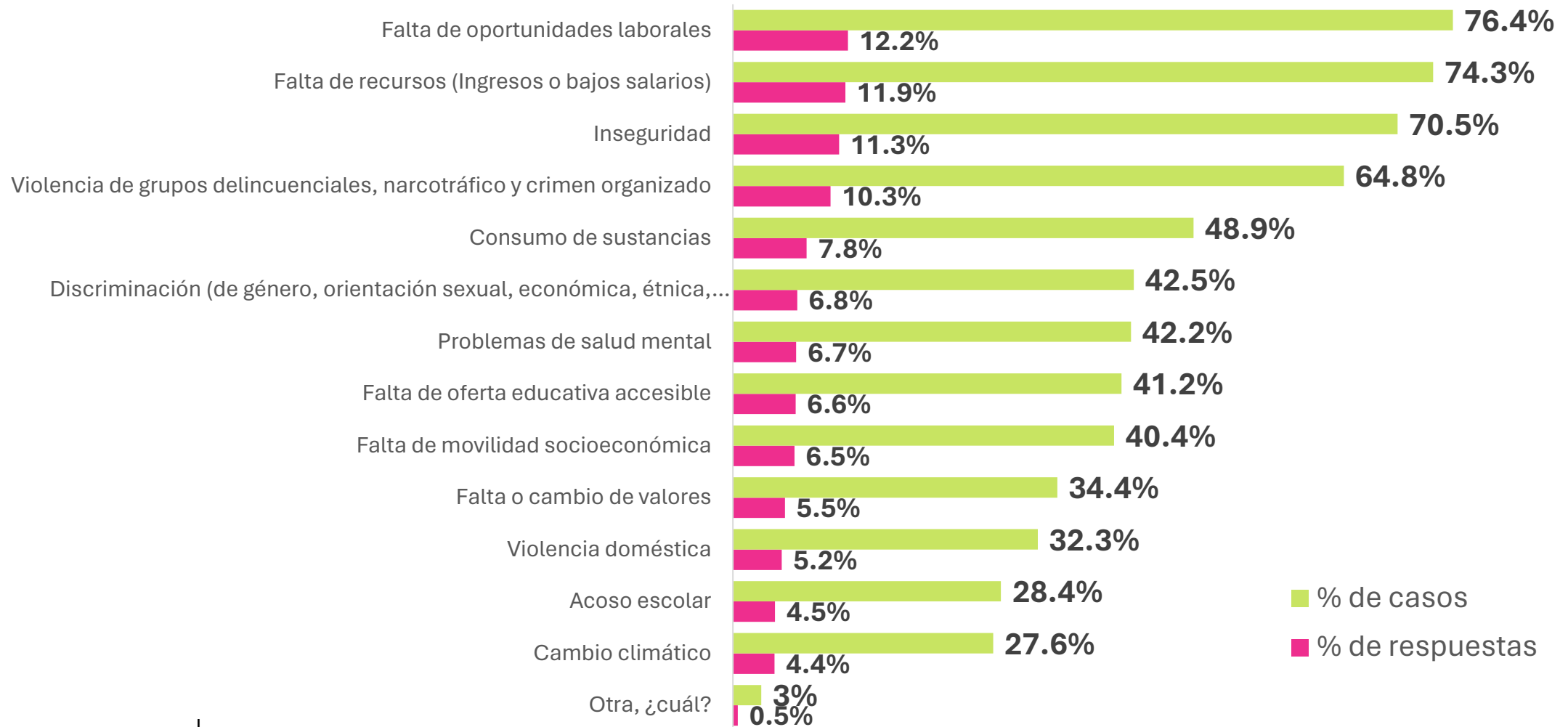
*“muchas personas se han graduado de buenas escuelas con licenciatura y maestría y aun así no consiguen empleo.”  
(CDMX)*

*“Muchos de los que se están graduando tienen problemas serios de encontrar trabajos o más que encontrar trabajos encontrar trabajos de que les den lo que estudiaron” (MED)*

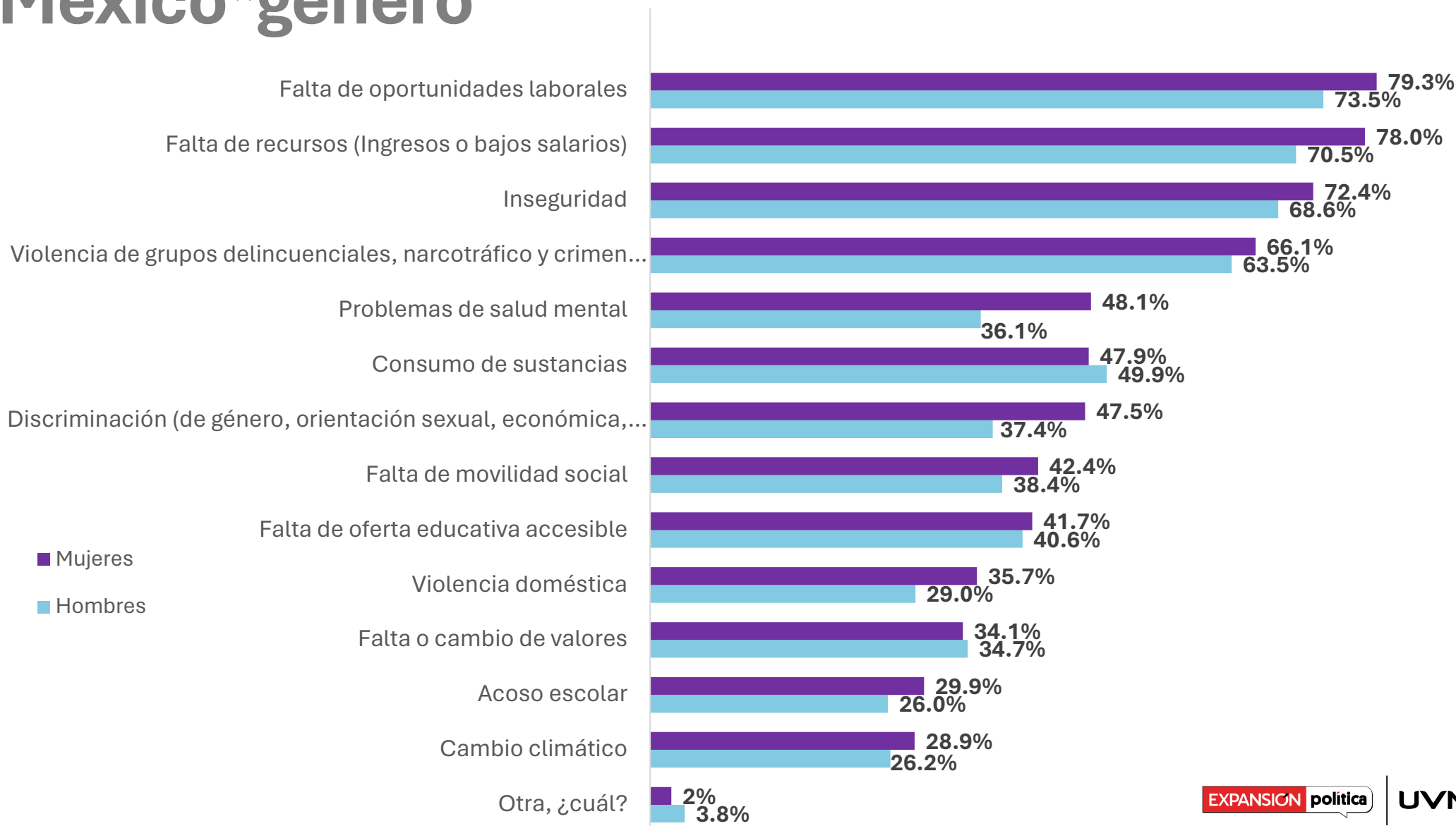
*“Creo más que nada los limitantes, muchas veces la economía, por ejemplo, en el ámbito académico ahorita siento que hay un poquito más de oportunidades de estudiar y todo eso, pero muchas veces aun así ni siquiera una familia puede solventar el apoyo para que sigan estudiando.”*



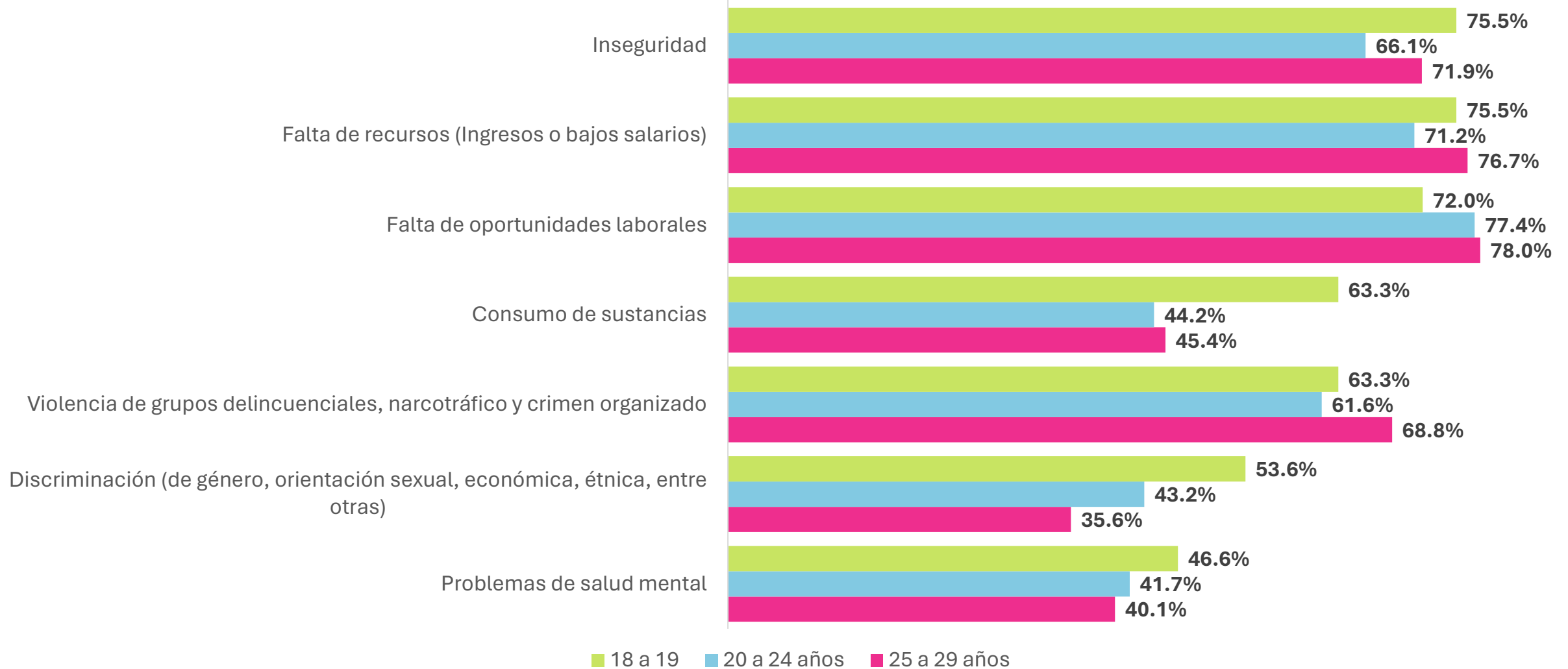
# ¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan los jóvenes en México?



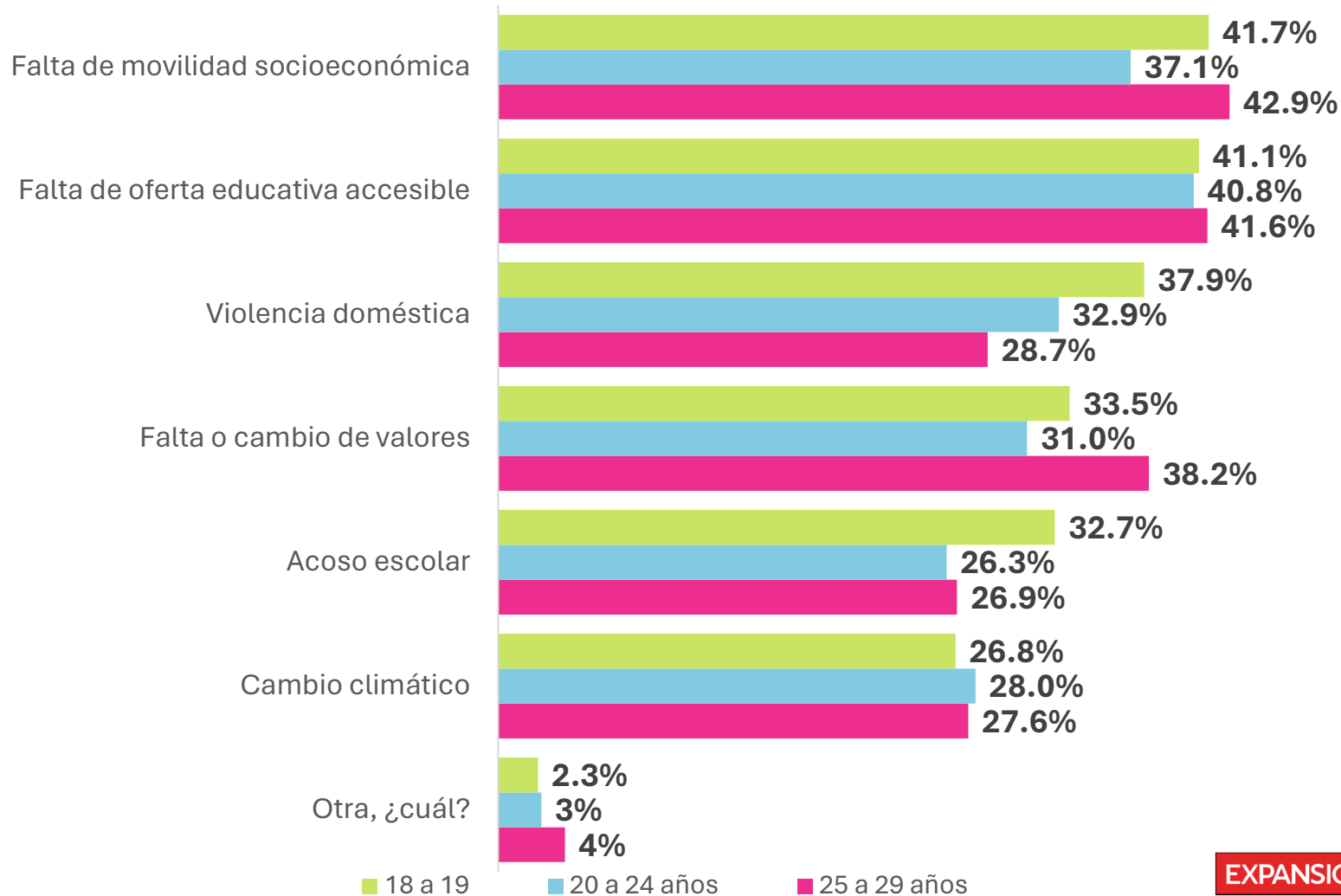
# Principales problemas que enfrentan los jóvenes en México\*género



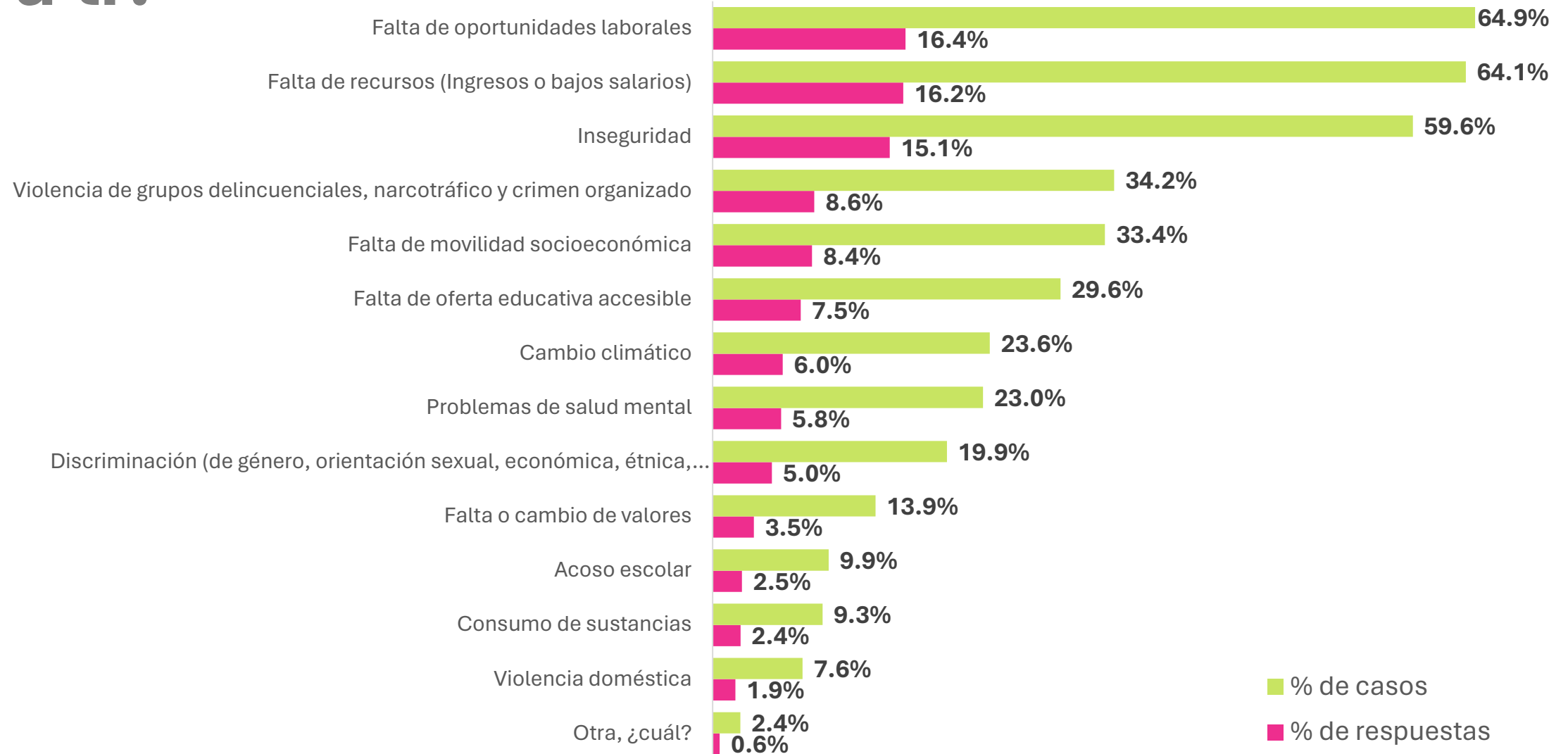
# Principales problemas que enfrentan los jóvenes en México\*edad (1/2)



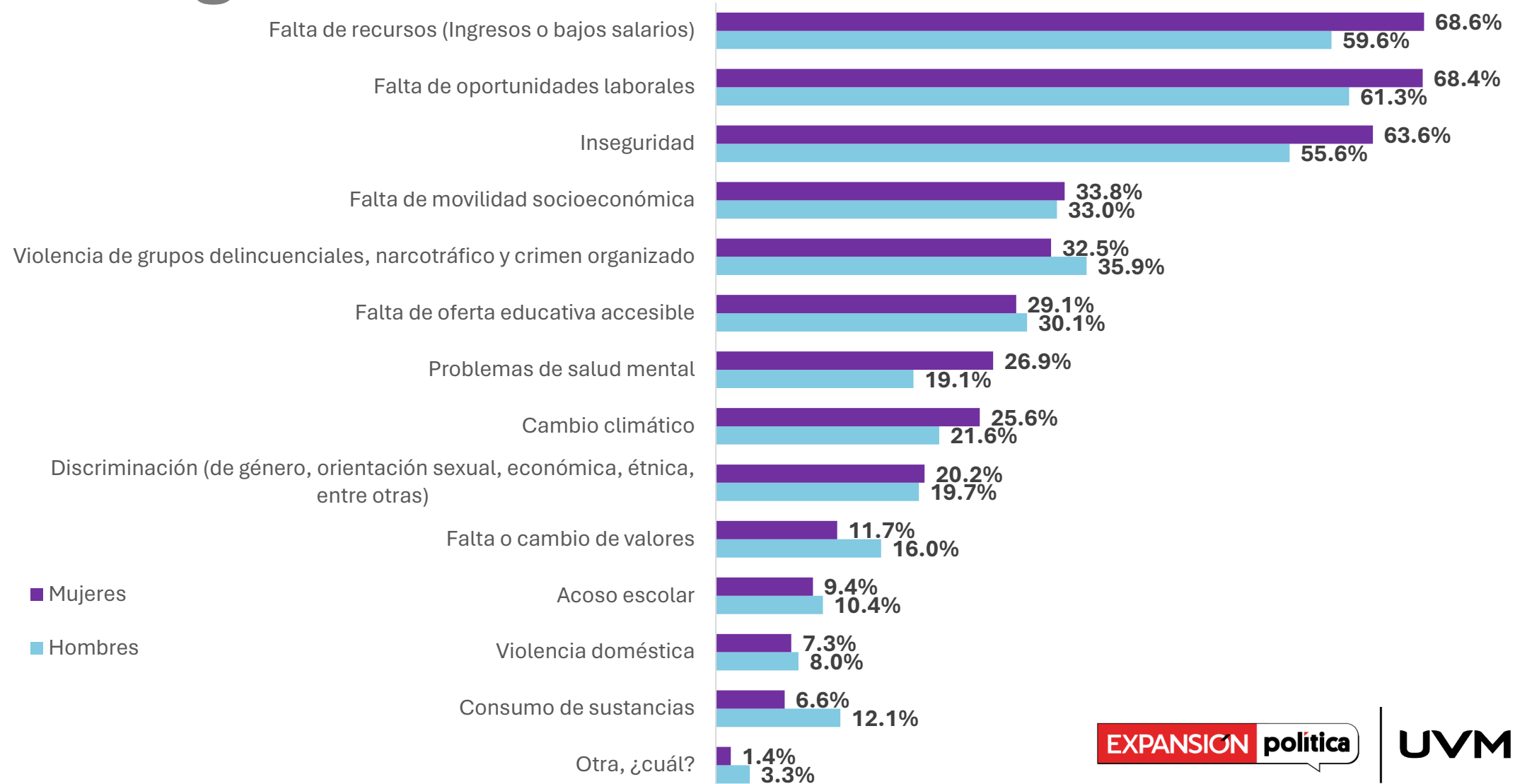
# Principales problemas que enfrentan los jóvenes en México\*edad (2/2)



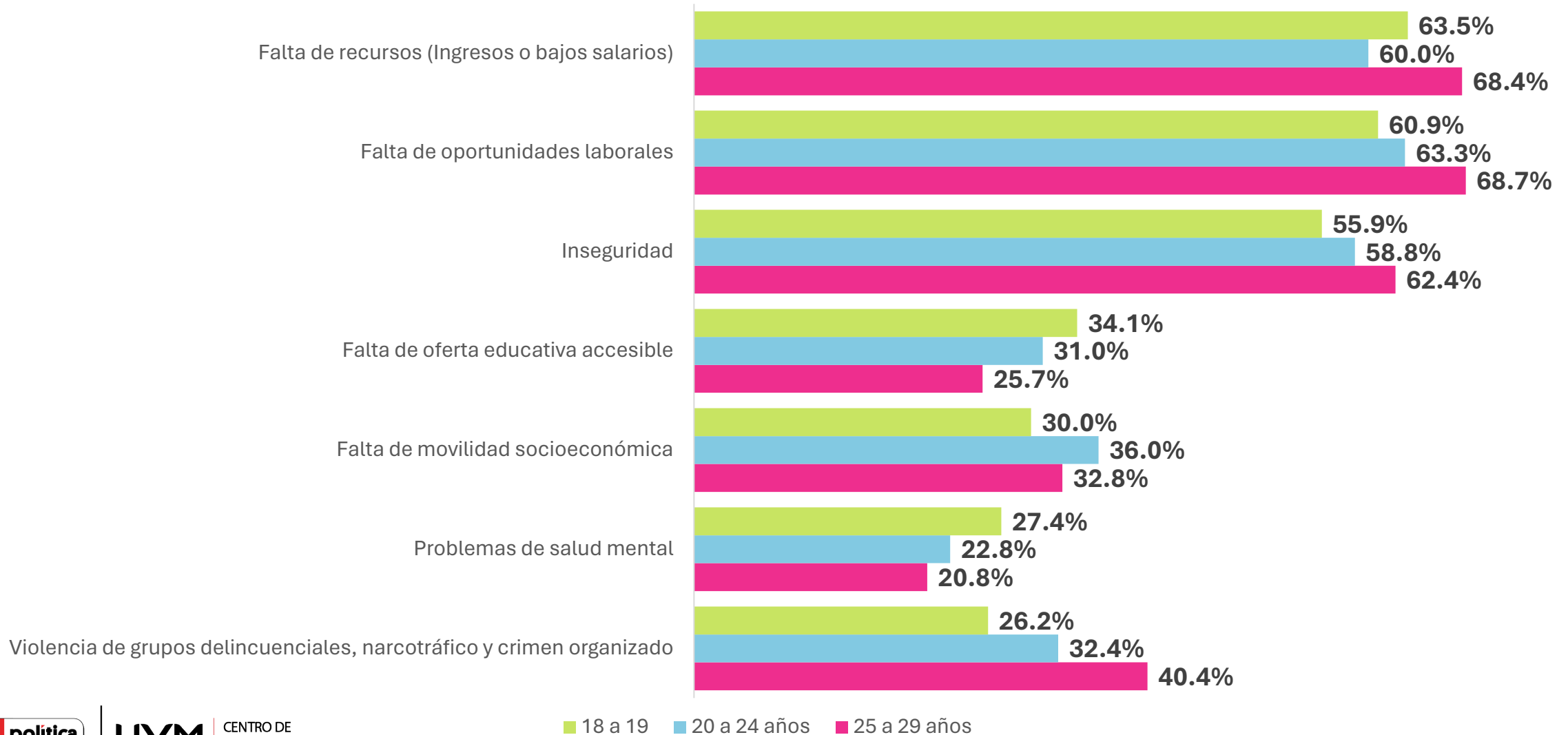
# Y, ¿cuáles son los problemas que te afectan a ti?



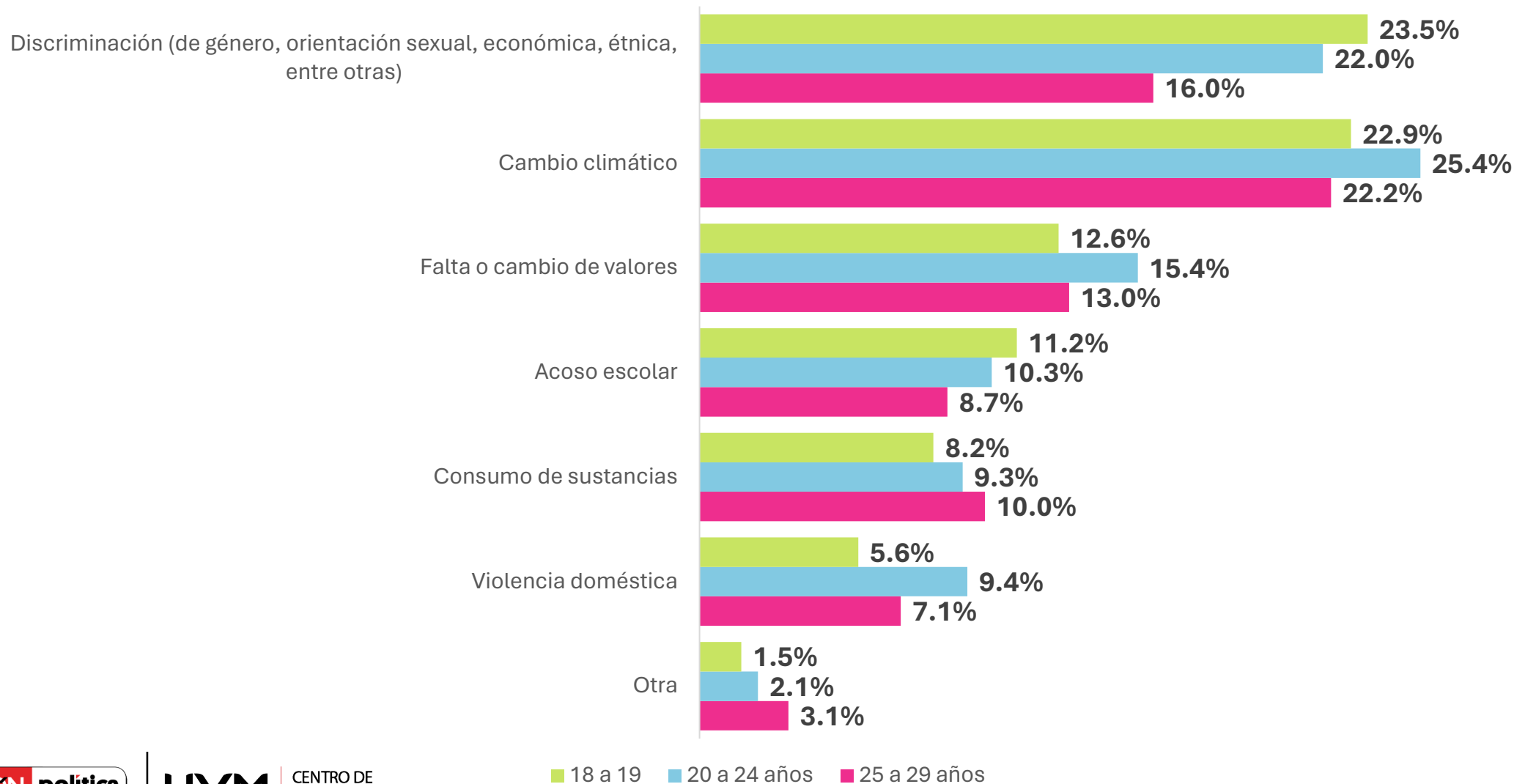
# Y, ¿cuáles son los problemas que te afectan a ti?\*género



# Y, ¿cuáles son los problemas que te afectan a ti?\*edad (1/2)



# Y, ¿cuáles son los problemas que te afectan a ti?\*edad (2/2)





# Y, ¿cuáles son los problemas que te afectan a ti?

Estado	Falta de oportunidades laborales		Falta de recursos (Ingresos o bajos salarios)		Falta de oferta educativa accesible		Falta de movilidad socioeconómica		Violencia de grupos delincuenciales, narcotráfico y crimen organizado		Violencia doméstica	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
AGS.	28.6%	75.0%	57.1%	50.0%	28.6%	16.7%	28.6%	25.0%	42.9%	16.7%	0.0%	8.3%
BCN.	61.5%	61.1%	53.8%	72.2%	7.7%	16.7%	15.4%	44.4%	46.2%	41.7%	7.7%	5.6%
BCS.	66.7%	100.0%	50.0%	100.0%	16.7%	33.3%	50.0%	66.7%	66.7%	66.7%	0.0%	66.7%
CAMP.	100.0%	50.0%	66.7%	33.3%	16.7%	33.3%	33.3%	0.0%	50.0%	33.3%	16.7%	0.0%
CHIS.	75.7%	67.7%	54.1%	67.7%	45.9%	32.3%	37.8%	32.3%	37.8%	41.9%	10.8%	3.2%
CHIH.	54.5%	64.0%	40.9%	64.0%	27.3%	44.0%	13.6%	40.0%	27.3%	40.0%	13.6%	16.0%
COAH.	81.3%	77.3%	75.0%	77.3%	43.8%	40.9%	56.3%	31.8%	31.3%	31.8%	12.5%	4.5%
COL.	33.3%	44.4%	66.7%	77.8%	33.3%	33.3%	66.7%	22.2%	33.3%	66.7%	66.7%	22.2%
CDMX.	56.5%	63.9%	67.4%	60.7%	21.7%	14.8%	37.0%	27.9%	41.3%	26.2%	13.0%	3.3%
DGO.	85.7%	80.0%	71.4%	60.0%	28.6%	20.0%	28.6%	6.7%	28.6%	40.0%	14.3%	13.3%
GTO.	56.3%	80.0%	50.0%	63.3%	31.3%	26.7%	18.8%	36.7%	35.4%	33.3%	6.3%	3.3%
GRO.	42.9%	57.9%	57.1%	57.9%	23.8%	42.1%	23.8%	21.1%	38.1%	47.4%	4.8%	0.0%
HGO.	73.7%	76.5%	63.2%	58.8%	36.8%	41.2%	31.6%	23.5%	47.4%	35.3%	15.8%	5.9%
JAL.	52.9%	72.2%	64.7%	74.1%	23.5%	35.2%	31.4%	37.0%	31.4%	44.4%	3.9%	13.0%
MEX.	70.0%	72.4%	66.7%	74.7%	38.3%	39.1%	36.7%	43.7%	37.5%	28.7%	10.0%	6.9%
MICH.	71.0%	69.6%	67.7%	78.3%	19.4%	34.8%	41.9%	34.8%	29.0%	26.1%	9.7%	4.3%
MOR.	85.7%	84.6%	57.1%	69.2%	0.0%	15.4%	28.6%	7.7%	28.6%	53.8%	0.0%	15.4%
NAY.	50.0%	66.7%	100.0%	83.3%	50.0%	0.0%	100.0%	16.7%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
N.L.	42.5%	44.7%	50.0%	48.9%	35.0%	21.3%	32.5%	38.3%	30.0%	23.4%	10.0%	10.6%
OAX.	60.7%	65.0%	71.4%	70.0%	35.7%	30.0%	39.3%	45.0%	28.6%	15.0%	7.1%	5.0%
PUE.	69.6%	73.0%	54.3%	73.0%	21.7%	21.6%	41.3%	24.3%	37.0%	13.5%	4.3%	5.4%
QRO.	45.5%	61.9%	63.6%	81.0%	9.1%	38.1%	27.3%	28.6%	72.7%	23.8%	18.2%	0.0%
Q.ROO.	50.0%	52.9%	50.0%	47.1%	0.0%	17.6%	25.0%	35.3%	0.0%	23.5%	12.5%	17.6%
SLP.	66.7%	79.2%	91.7%	79.2%	8.3%	37.5%	25.0%	37.5%	33.3%	33.3%	0.0%	12.5%
SIN.	41.7%	62.5%	75.0%	87.5%	33.3%	16.7%	16.7%	33.3%	33.3%	16.7%	0.0%	4.2%
SON.	82.4%	84.2%	64.7%	78.9%	17.6%	26.3%	23.5%	36.8%	35.3%	21.1%	5.9%	10.5%
TAB.	40.0%	91.7%	53.3%	66.7%	40.0%	41.7%	26.7%	41.7%	46.7%	41.7%	6.7%	8.3%
TAMPS.	52.0%	86.7%	44.0%	80.0%	40.0%	20.0%	36.0%	20.0%	32.0%	60.0%	4.0%	0.0%
TLAX.	33.3%	100.0%	66.7%	77.8%	100.0%	55.6%	33.3%	55.6%	33.3%	55.6%	0.0%	11.1%
VER.	61.7%	56.7%	51.7%	60.0%	33.3%	30.0%	31.7%	36.7%	38.3%	40.0%	3.3%	3.3%
YUC.	60.0%	53.8%	46.7%	69.2%	26.7%	38.5%	40.0%	38.5%	26.7%	15.4%	0.0%	0.0%
ZAC.	44.4%	80.0%	44.4%	70.0%	44.4%	10.0%	33.3%	30.0%	33.3%	30.0%	11.1%	10.0%

# Y, ¿cuáles son los problemas que te afectan a ti?

Estado	Inseguridad		Discriminación (de género, orientación sexual, económica, étnica, entre otras)		Acoso escolar		Consumo de sustancias		Problemas de salud mental		Cambio climático		Falta o cambio de valores	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
AGS.	71.4%	66.7%	14.3%	58.3%	0.0%	16.7%	14.3%	16.7%	0.0%	25.0%	57.1%	8.3%	14.3%	0.0%
BCN.	38.5%	58.3%	23.1%	25.0%	7.7%	5.6%	7.7%	5.6%	15.4%	22.2%	30.8%	27.8%	7.7%	13.9%
BCS.	50.0%	100.0%	16.7%	33.3%	33.3%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%	33.3%	0.0%	0.0%
CAMP.	50.0%	16.7%	33.3%	33.3%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%	33.3%	0.0%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%
CHIS.	54.1%	61.3%	21.6%	19.4%	10.8%	6.5%	18.9%	0.0%	8.1%	22.6%	13.5%	9.7%	18.9%	12.9%
CHIH.	27.3%	56.0%	27.3%	12.0%	22.7%	12.0%	9.1%	24.0%	22.7%	32.0%	22.7%	20.0%	18.2%	8.0%
COAH.	68.8%	59.1%	37.5%	31.8%	37.5%	22.7%	25.0%	9.1%	12.5%	31.8%	31.3%	13.6%	37.5%	22.7%
COL.	66.7%	77.8%	33.3%	33.3%	0.0%	11.1%	33.3%	11.1%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	11.1%
CDMX.	65.2%	65.6%	19.6%	26.2%	10.9%	13.1%	17.4%	4.9%	23.9%	29.5%	19.6%	37.7%	13.0%	16.4%
DGO.	42.9%	66.7%	14.3%	20.0%	14.3%	0.0%	14.3%	13.3%	42.9%	26.7%	14.3%	26.7%	14.3%	13.3%
GTO.	60.4%	73.3%	14.6%	16.7%	12.5%	6.7%	6.3%	0.0%	20.8%	26.7%	27.1%	23.3%	6.3%	10.0%
GRO.	76.2%	73.7%	9.5%	10.5%	9.5%	5.3%	4.8%	5.3%	19.0%	5.3%	23.8%	5.3%	14.3%	5.3%
HGO.	36.8%	58.8%	15.8%	17.6%	5.3%	0.0%	15.8%	0.0%	36.8%	29.4%	26.3%	11.8%	10.5%	5.9%
JAL.	54.9%	64.8%	19.6%	24.1%	3.9%	13.0%	7.8%	14.8%	15.7%	42.6%	17.6%	42.6%	9.8%	13.0%
MEX.	59.2%	69.0%	22.5%	18.4%	11.7%	10.3%	17.5%	4.6%	27.5%	28.7%	29.2%	25.3%	25.0%	10.3%
MICH.	64.5%	60.9%	25.8%	17.4%	6.5%	0.0%	3.2%	4.3%	12.9%	21.7%	22.6%	26.1%	19.4%	17.4%
MOR.	71.4%	69.2%	0.0%	7.7%	0.0%	7.7%	0.0%	0.0%	0.0%	23.1%	0.0%	30.8%	0.0%	23.1%
NAY.	50.0%	83.3%	50.0%	16.7%	0.0%	33.3%	0.0%	16.7%	50.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	16.7%
N.L.	45.0%	66.0%	20.0%	19.1%	10.0%	14.9%	20.0%	8.5%	20.0%	25.5%	20.0%	40.4%	10.0%	12.8%
OAX.	60.7%	65.0%	21.4%	20.0%	7.1%	0.0%	10.7%	5.0%	21.4%	10.0%	14.3%	30.0%	21.4%	15.0%
PUE.	50.0%	48.6%	19.6%	16.2%	4.3%	10.8%	15.2%	5.4%	4.3%	21.6%	21.7%	32.4%	13.0%	13.5%
QRO.	72.7%	42.9%	27.3%	23.8%	9.1%	0.0%	9.1%	0.0%	18.2%	33.3%	36.4%	28.6%	18.2%	0.0%
Q.ROO.	25.0%	70.6%	0.0%	23.5%	0.0%	5.9%	0.0%	5.9%	0.0%	17.6%	12.5%	11.8%	12.5%	17.6%
SLP.	66.7%	70.8%	25.0%	12.5%	8.3%	4.2%	0.0%	0.0%	33.3%	29.2%	16.7%	12.5%	0.0%	0.0%
SIN.	41.7%	54.2%	0.0%	12.5%	0.0%	4.2%	16.7%	0.0%	25.0%	16.7%	25.0%	12.5%	41.7%	0.0%
SON.	47.1%	57.9%	11.8%	21.1%	11.8%	10.5%	5.9%	5.3%	23.5%	42.1%	11.8%	26.3%	5.9%	21.1%
TAB.	66.7%	75.0%	20.0%	16.7%	6.7%	25.0%	6.7%	8.3%	26.7%	25.0%	46.7%	41.7%	6.7%	25.0%
TAMPS.	56.0%	66.7%	8.0%	6.7%	8.0%	6.7%	4.0%	0.0%	12.0%	46.7%	16.0%	13.3%	16.0%	6.7%
TLAX.	66.7%	55.6%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	11.1%	0.0%	22.2%	33.3%	11.1%
VER.	53.3%	73.3%	20.0%	26.7%	13.3%	10.0%	13.3%	13.3%	11.7%	13.3%	8.3%	20.0%	11.7%	13.3%
YUC.	40.0%	46.2%	20.0%	15.4%	6.7%	15.4%	0.0%	15.4%	26.7%	30.8%	26.7%	15.4%	26.7%	7.7%
ZAC.	66.7%	70.0%	33.3%	10.0%	33.3%	10.0%	0.0%	10.0%	33.3%	30.0%	11.1%	40.0%	44.4%	10.0%

# Y, ¿cuáles son los problemas que te afectan a ti?\* región

	Norte		Norte-occidente		Centro-norte		Centro		Sur		Península	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Falta de oportunidades laborales	57.9%	64.0%	55.6%	72.4%	57.7%	71.3%	65.0%	72.4%	60.2%	65.2%	65.5%	52.8%
Falta de recursos (Ingresos o bajos salarios)	52.6%	66.5%	63.9%	77.6%	68.3%	73.8%	61.7%	69.5%	56.5%	64.3%	51.7%	52.8%
Falta de oferta educativa accesible	30.8%	26.8%	33.3%	15.5%	21.2%	33.6%	30.7%	29.5%	36.0%	33.9%	17.2%	27.8%
Falta de movilidad socioeconómica	30.1%	37.2%	33.3%	25.9%	34.6%	34.4%	33.7%	33.1%	32.9%	34.8%	34.5%	30.6%
Violencia de grupos delincuenciales, narcotráfico y crimen organizado	32.3%	34.1%	36.1%	31.0%	31.7%	37.7%	39.3%	28.7%	37.3%	37.5%	24.1%	22.2%
Violencia doméstica	9.0%	8.5%	5.6%	10.3%	6.7%	11.5%	9.3%	5.5%	6.2%	3.6%	6.9%	8.3%
Inseguridad	46.6%	61.0%	50.0%	65.5%	60.6%	66.4%	58.3%	62.9%	59.0%	68.8%	37.9%	52.8%
Discriminación (de género, orientación sexual, económica, étnica, entre otras)	20.3%	20.1%	16.7%	15.5%	22.1%	24.6%	19.3%	19.3%	19.3%	19.6%	17.2%	22.2%
Acoso escolar	15.0%	12.2%	16.7%	6.9%	4.8%	9.0%	9.7%	8.7%	10.6%	8.0%	6.9%	11.1%
Consumo de sustancias	2.2%	9.1%	0.5%	6.9%	0.9%	9.8%	5.6%	3.6%	2.6%	6.3%	0.1%	8.3%
Problemas de salud mental	3.1%	30.5%	1.4%	27.6%	2.1%	33.6%	8.5%	27.3%	3.1%	15.2%	0.8%	19.4%
Cambio climático	3.7%	26.8%	0.8%	25.9%	3.0%	27.0%	10.0%	28.4%	3.4%	18.8%	0.8%	13.9%
Falta o cambio de valores	2.6%	14.0%	1.3%	6.9%	1.6%	9.8%	6.6%	11.6%	3.1%	13.4%	0.8%	11.1%

# Y, ¿cuáles son los problemas que te afectan a ti?\*entidad.

\*\*% por arriba del promedio nacional

	AGS.	BCN.	BCS.	CAMP.	CHIS.	CHIH.	COAH.	COL.	CDMX.	DGO.	GTO.	GRO.	HGO.	JAL.	MEX.	MICH.
Falta de oportunidades laborales	57.9%	61.2%	77.8%	75.0%	72.1%	59.6%	78.9%	41.7%	60.7%	81.8%	65.4%	50.0%	75.0%	62.9%	71.0%	70.4%
Falta de recursos (Ingresos o bajos salarios)	52.6%	67.3%	66.7%	50.0%	60.3%	53.2%	76.3%	75.0%	63.6%	63.6%	55.1%	57.5%	61.1%	69.5%	70.0%	72.2%
Falta de oferta educativa accesible	21.1%	14.3%	22.2%	25.0%	39.7%	36.2%	42.1%	33.3%	17.8%	22.7%	29.5%	32.5%	38.9%	29.5%	38.6%	25.9%
Falta de movilidad socioeconómica	26.3%	36.7%	55.6%	16.7%	35.3%	27.7%	42.1%	33.3%	31.8%	13.6%	25.6%	22.5%	27.8%	34.3%	39.6%	38.9%
Violencia de grupos delincuenciales, narcotráfico y crimen organizado	26.3%	42.9%	66.7%	41.7%	39.7%	34.0%	31.6%	58.3%	32.7%	36.4%	34.6%	42.5%	41.7%	38.1%	33.8%	27.8%
Violencia doméstica	5.3%	6.1%	22.2%	8.3%	7.4%	14.9%	7.9%	33.3%	7.5%	13.6%	5.1%	2.5%	11.1%	8.6%	8.7%	7.4%
Inseguridad	68.4%	53.1%	66.7%	33.3%	57.4%	42.6%	63.2%	75.0%	65.4%	59.1%	65.4%	75.0%	47.2%	60.0%	63.3%	63.0%
Discriminación (de género, orientación sexual, económica, étnica, entre otras)	42.1%	24.5%	22.2%	33.3%	20.6%	19.1%	34.2%	33.3%	23.4%	18.2%	15.4%	10.0%	16.7%	21.9%	20.8%	22.2%
Acoso escolar	10.5%	6.1%	22.2%	16.7%	8.8%	17.0%	28.9%	8.3%	12.1%	4.5%	10.3%	7.5%	2.8%	8.6%	11.1%	3.7%
Consumo de sustancias	15.8%	6.1%	11.1%	8.3%	10.3%	17.0%	15.8%	16.7%	10.3%	13.6%	3.8%	5.0%	8.3%	11.4%	12.1%	3.7%
Problemas de salud mental	15.8%	20.4%	33.3%	16.7%	14.7%	27.7%	23.7%	25.0%	27.1%	31.8%	23.1%	12.5%	33.3%	29.5%	28.0%	16.7%
Cambio climático	26.3%	28.6%	22.2%	16.7%	11.8%	21.3%	21.1%	8.3%	29.9%	22.7%	25.6%	15.0%	19.4%	30.5%	27.5%	24.1%
Falta o cambio de valores	5.3%	12.2%	0.0%	8.3%	16.2%	12.8%	28.9%	8.3%	15.0%	13.6%	7.7%	10.0%	8.3%	11.4%	18.8%	18.5%

# Y, ¿cuáles son los problemas que te afectan a ti?\*entidad.

\*\*% por arriba del promedio nacional

	MOR.	NAY.	N.L.	OAX.	PUE.	QRO.	Q.ROO.	SLP.	SIN.	SON.	TAB.	TAMPS	TLAX.	VER.	YUC.	ZAC.
Falta de oportunidades laborales	85.0%	62.5%	43.7%	62.5%	71.1%	56.3%	52.0%	75.0%	55.6%	83.3%	63.0%	65.0%	83.3%	60.0%	57.1%	63.2%
Falta de recursos (Ingresos o bajos salarios)	65.0%	87.5%	49.4%	70.8%	62.7%	75.0%	48.0%	83.3%	83.3%	72.2%	59.3%	57.5%	75.0%	54.4%	57.1%	57.9%
Falta de oferta educativa accesible	10.0%	12.5%	27.6%	33.3%	21.7%	28.1%	12.0%	27.8%	22.2%	22.2%	40.7%	32.5%	66.7%	32.2%	32.1%	26.3%
Falta de movilidad socioeconómica	15.0%	37.5%	35.6%	41.7%	33.7%	28.1%	32.0%	33.3%	27.8%	30.6%	33.3%	30.0%	50.0%	33.3%	39.3%	31.6%
Violencia de grupos delincuenciales, narcotráfico y crimen organizado	45.0%	37.5%	26.4%	22.9%	26.5%	40.6%	16.0%	33.3%	22.2%	27.8%	44.4%	42.5%	50.0%	38.9%	21.4%	31.6%
Violencia doméstica	10.0%	0.0%	10.3%	6.3%	4.8%	6.3%	16.0%	8.3%	2.8%	8.3%	7.4%	2.5%	8.3%	3.3%	0.0%	10.5%
Inseguridad	70.0%	75.0%	56.3%	62.5%	49.4%	53.1%	56.0%	69.4%	50.0%	52.8%	70.4%	60.0%	58.3%	60.0%	42.9%	68.4%
Discriminación (de género, orientación sexual, económica, étnica, entre otras)	5.0%	25.0%	19.5%	20.8%	18.1%	25.0%	16.0%	16.7%	8.3%	16.7%	18.5%	7.5%	8.3%	22.2%	17.9%	21.1%
Acoso escolar	5.0%	25.0%	12.6%	4.2%	7.2%	3.1%	4.0%	5.6%	2.8%	11.1%	14.8%	7.5%	0.0%	12.2%	10.7%	21.1%
Consumo de sustancias	0.0%	12.5%	13.8%	8.3%	10.8%	3.1%	4.0%	0.0%	5.6%	5.6%	7.4%	2.5%	8.3%	13.3%	7.1%	5.3%
Problemas de salud mental	15.0%	50.0%	23.0%	16.7%	12.0%	28.1%	12.0%	30.6%	19.4%	33.3%	25.9%	25.0%	8.3%	12.2%	28.6%	31.6%
Cambio climático	20.0%	37.5%	31.0%	20.8%	26.5%	31.3%	12.0%	13.9%	16.7%	19.4%	44.4%	15.0%	16.7%	12.2%	21.4%	26.3%
Falta o cambio de valores	15.0%	12.5%	11.5%	18.8%	13.3%	6.3%	16.0%	0.0%	13.9%	13.9%	14.8%	12.5%	16.7%	12.2%	17.9%	26.3%

# Movilidad social y éxito.

La educación superior es valorada como un agente de movilidad social, por ende, el acceso a la educación superior constituye una prioridad para potencializar las oportunidades futuras.

Reconocen que viven en un país donde mejores condiciones de vida exigen esfuerzo mayúsculo y acción individual.

En Monterrey destacan la importancia de estudiar carreras con alta demanda laboral para asegurar un mejor trabajo y éxito profesional y personal.

Los jóvenes asocian el éxito con: estudios de posgrado, patrimonio, crecimiento profesional, empleo y sueldo estable que brinde tranquilidad.

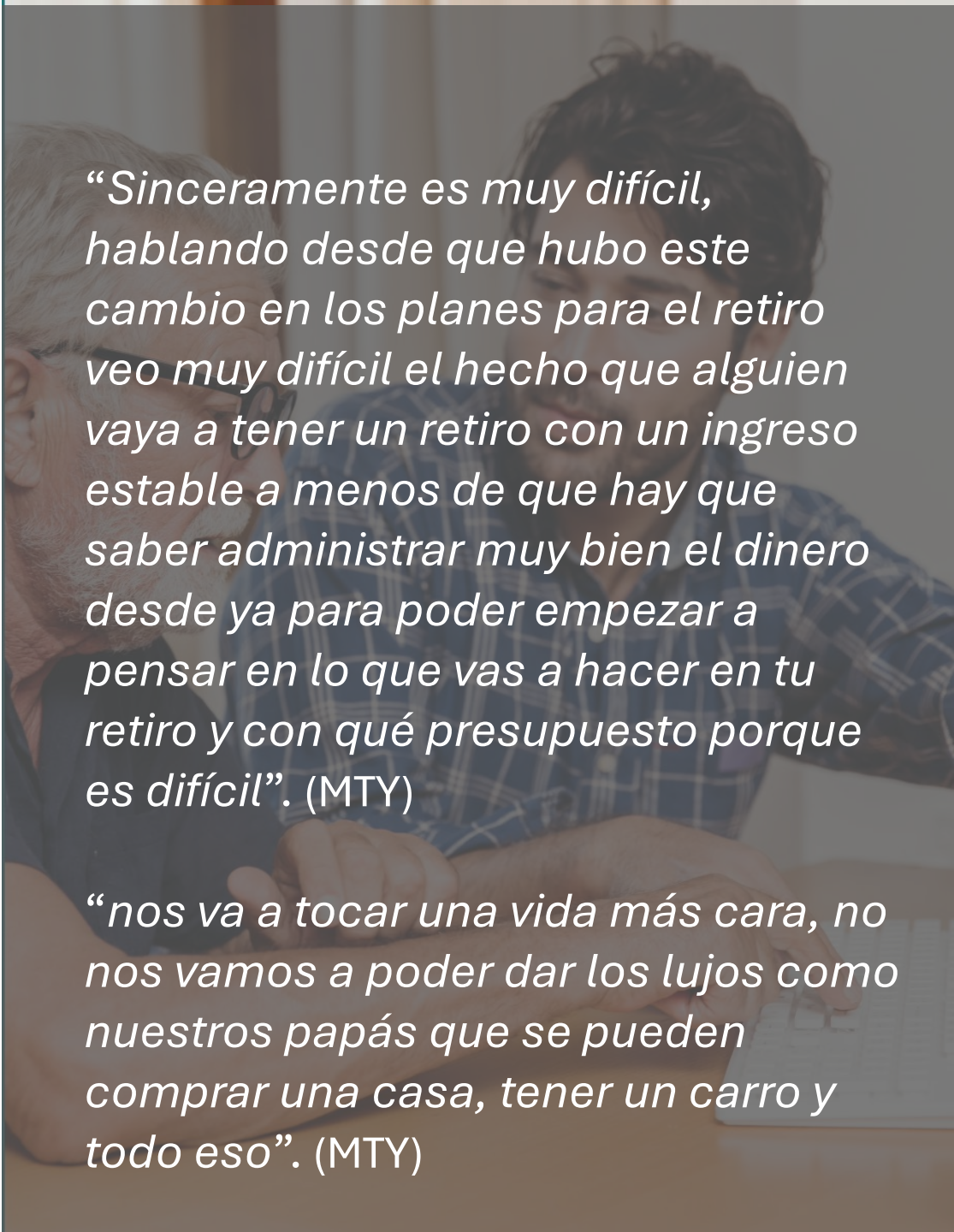
Sus expectativas salariales a los treinta años comprenden un rango amplio desde \$30,000, \$50,000 hasta \$80,000 pesos.

En Mérida mencionaron que el éxito no solo es individual, también lo es colectivo; de ahí la importancia de ser un ser humano exitoso en un país exitoso, boyante, donde la población también lo sea.

# Jóvenes y retiro.

La idea del retiro no es ajena ni lejana a los jóvenes; en su juventud prevalece la incertidumbre y la preocupación sobre esa etapa debido a que no tendrán pensión, por lo tanto, el retiro depende únicamente de su capacidad de ahorro.

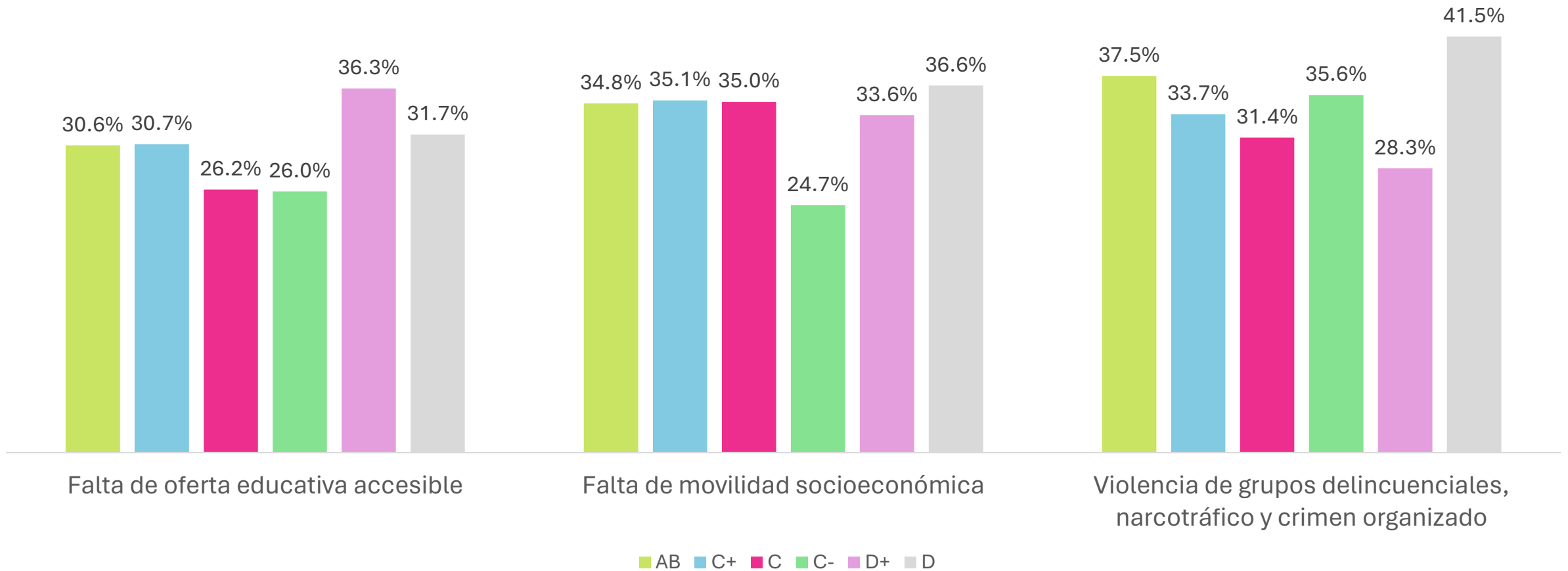
El futuro lo imaginan complicado al considerar que serán responsables no solamente de su ellos, también de sus padres, una generación que tampoco tendrá pensión, pero sí tendrá necesidades, dando como resultado un nivel de vida será costoso.



*“Sinceramente es muy difícil, hablando desde que hubo este cambio en los planes para el retiro veo muy difícil el hecho que alguien vaya a tener un retiro con un ingreso estable a menos de que hay que saber administrar muy bien el dinero desde ya para poder empezar a pensar en lo que vas a hacer en tu retiro y con qué presupuesto porque es difícil”. (MTY)*

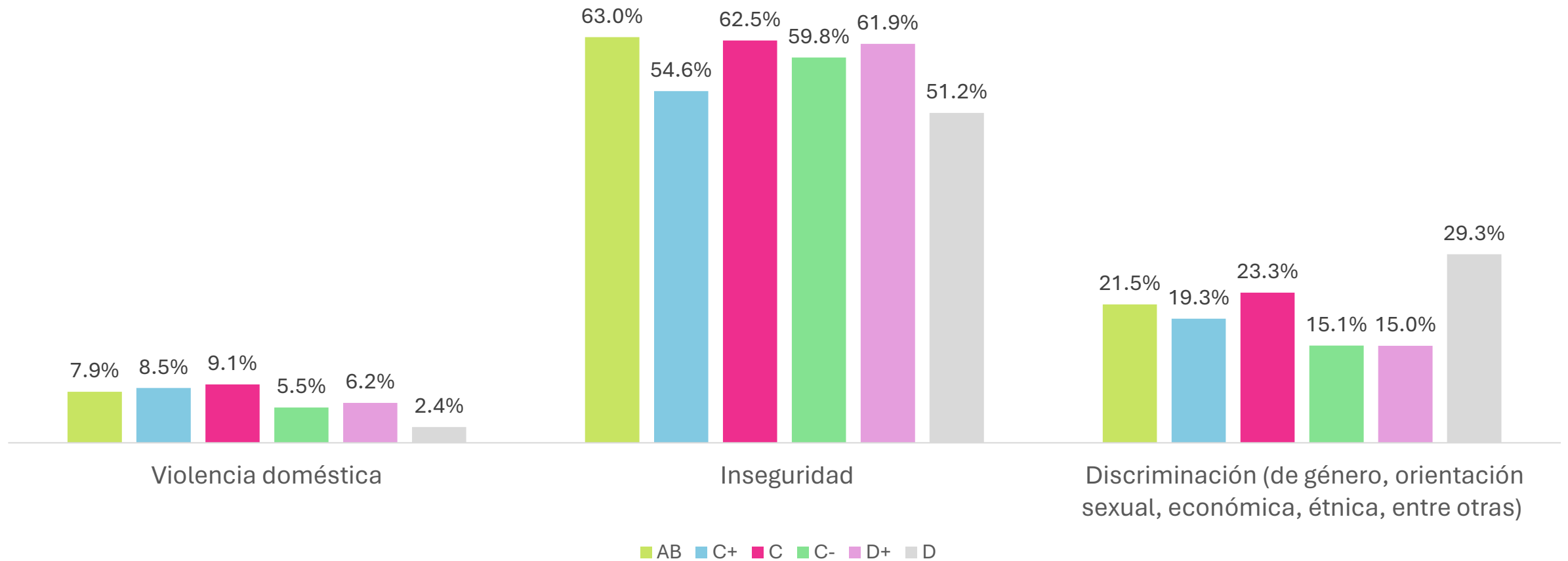
*“nos va a tocar una vida más cara, no nos vamos a poder dar los lujos como nuestros papás que se pueden comprar una casa, tener un carro y todo eso”. (MTY)*

# Y, ¿cuáles son los problemas que te afectan a ti?\*NSE

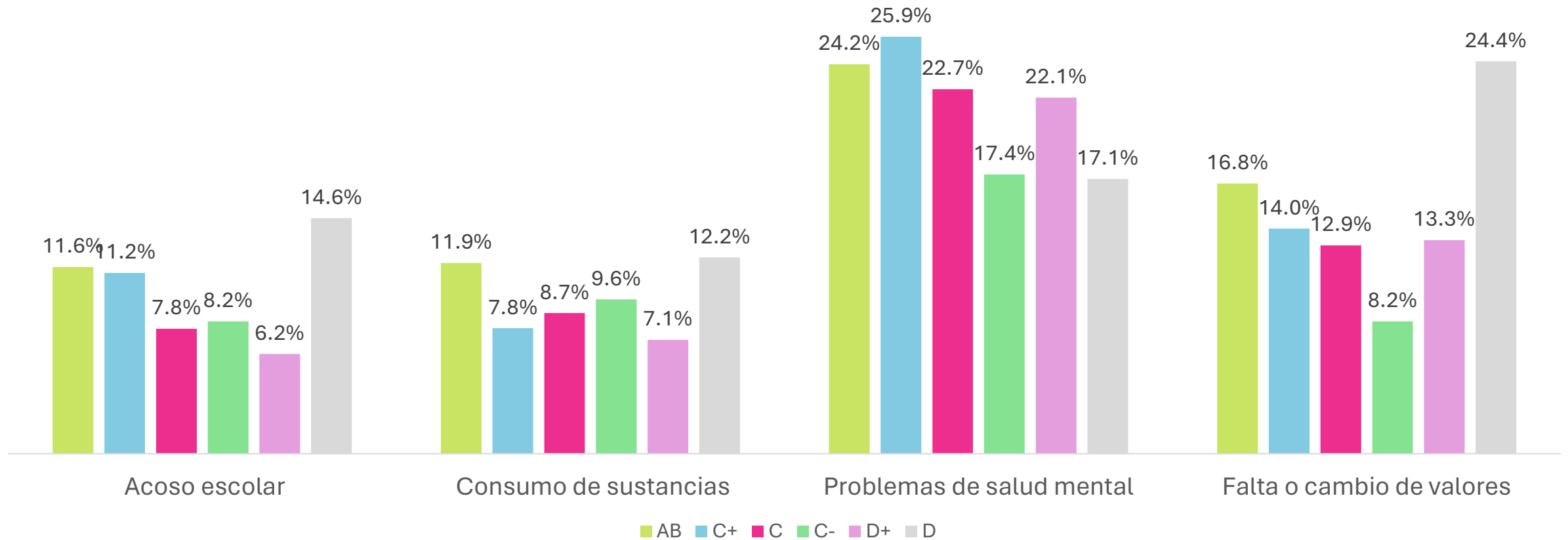




# Y, ¿cuáles son los problemas que te afectan a ti?\*NSE



# Y, ¿cuáles son los problemas que te afectan a ti?\*NSE



# El espectro emocional de la política

# Política: entre las motivaciones y el desaliento

El desencanto por lo que ven y conocen de la política es unísono, no obstante, el grupo de Monterrey tiene posturas más críticas en comparación con sus pares de Ciudad de México y Mérida.

El desaliento por la política está fincado en distintos elementos: a) es un ámbito del que desconocen; b) consideran que política no les impacta directamente; c) discursos enfrascados en el pasado; d) no ven cambios; e) los temas o grupos de atención son ajenos a ellos; f) corrupción; g) personajes carentes de vínculo o comunicación con el sector más joven (personajes perpetuos); h) ámbito con nulo o bajo nivel de compromiso, trabajo y profesionalismo; i) no hay estrategia, todo parece improvisado en acciones y actores.

"a mi lo que me desmotiva ahora es que le dan un enfoque a que siempre...la vieja política, y la corrupción, y son cosas que ya pasó un sexenio y eso siempre nos lo dijeron, entonces es algo que todos estamos conscientes, siento que en lugar de enfocarse en el pasado deberían enfocarse en el presente y las situaciones que están actuales... entonces haz algo diferente y así te distingas de los demás como el dar cosas nuevas, cosas de tecnología, cosas para educación, que la juventud se interese en el seguir estudiando... no que se sigan basando en el discurso de la vieja política y corrupción". (MTY)

[La política] “Se me hace un tema que no impacta en mi vida” (MTY).

Los jóvenes señalan disposición en participar en política, sobre todo en áreas de interés, pero no conocen canales ni espacios para incursionar en la política. La inclusión de los jóvenes en este ámbito tendría la mirada fresca de alguien que entiende las necesidades de este sector poblacional.

Entre los temas de mayor interés están: medio ambiente, derechos de los animales, salud, educación, deporte, temas de género y movilidad (estos últimos con énfasis en Ciudad de México).



**Política:  
entre las motivaciones  
y el desaliento**

# ¿Qué sensaciones u opiniones te provoca la política en el país?



■ Aburrimiento ■ Entretenimiento



■ Bien común ■ Bien personal o individual



■ Algo que entiendo ■ Algo que no entiendo



■ Confianza ■ Desconfianza



■ Me siento incluido ■ Me siento excluido



■ Entusiasmo ■ Molestia

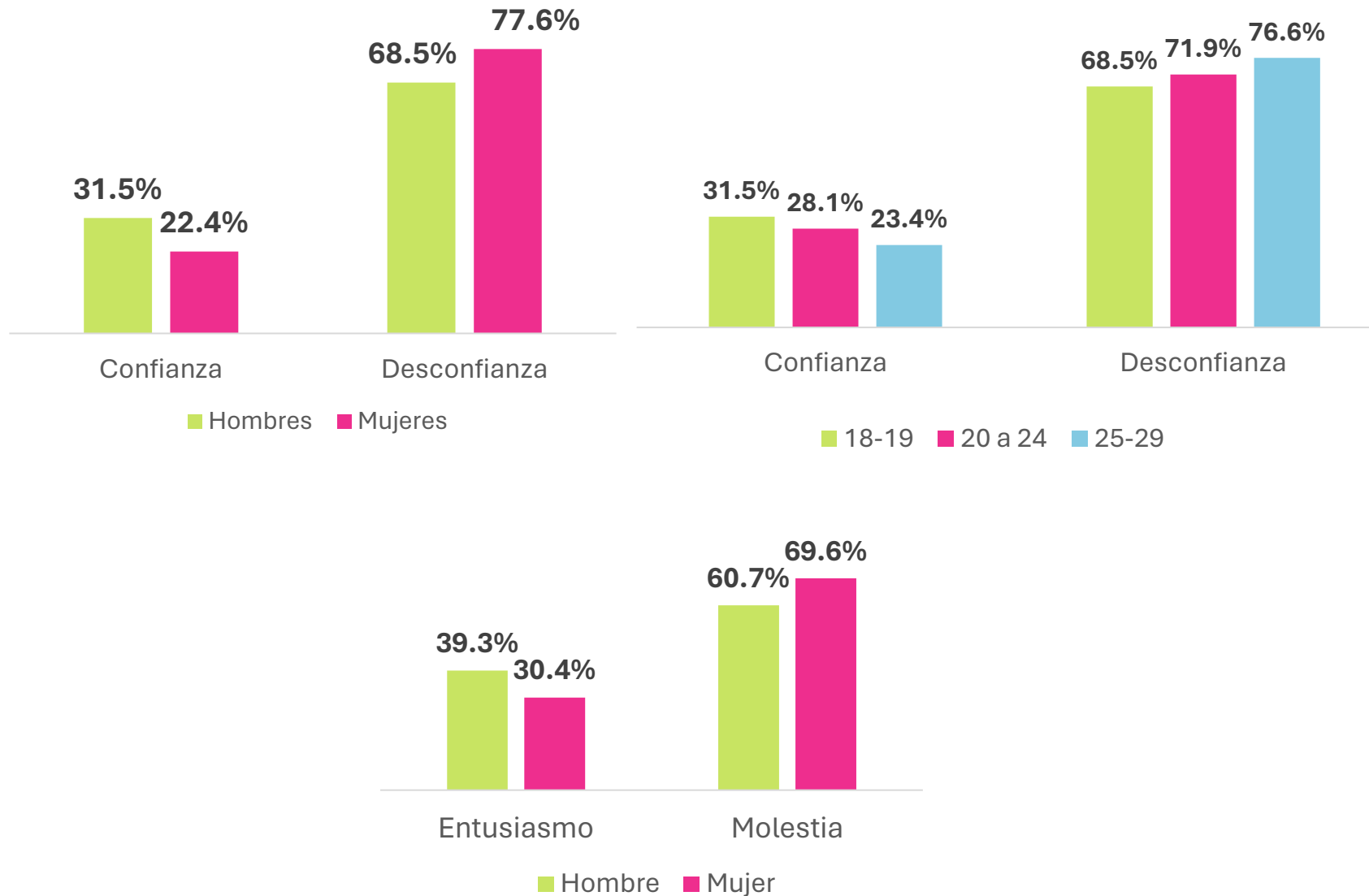


■ Ilusión ■ Desánimo



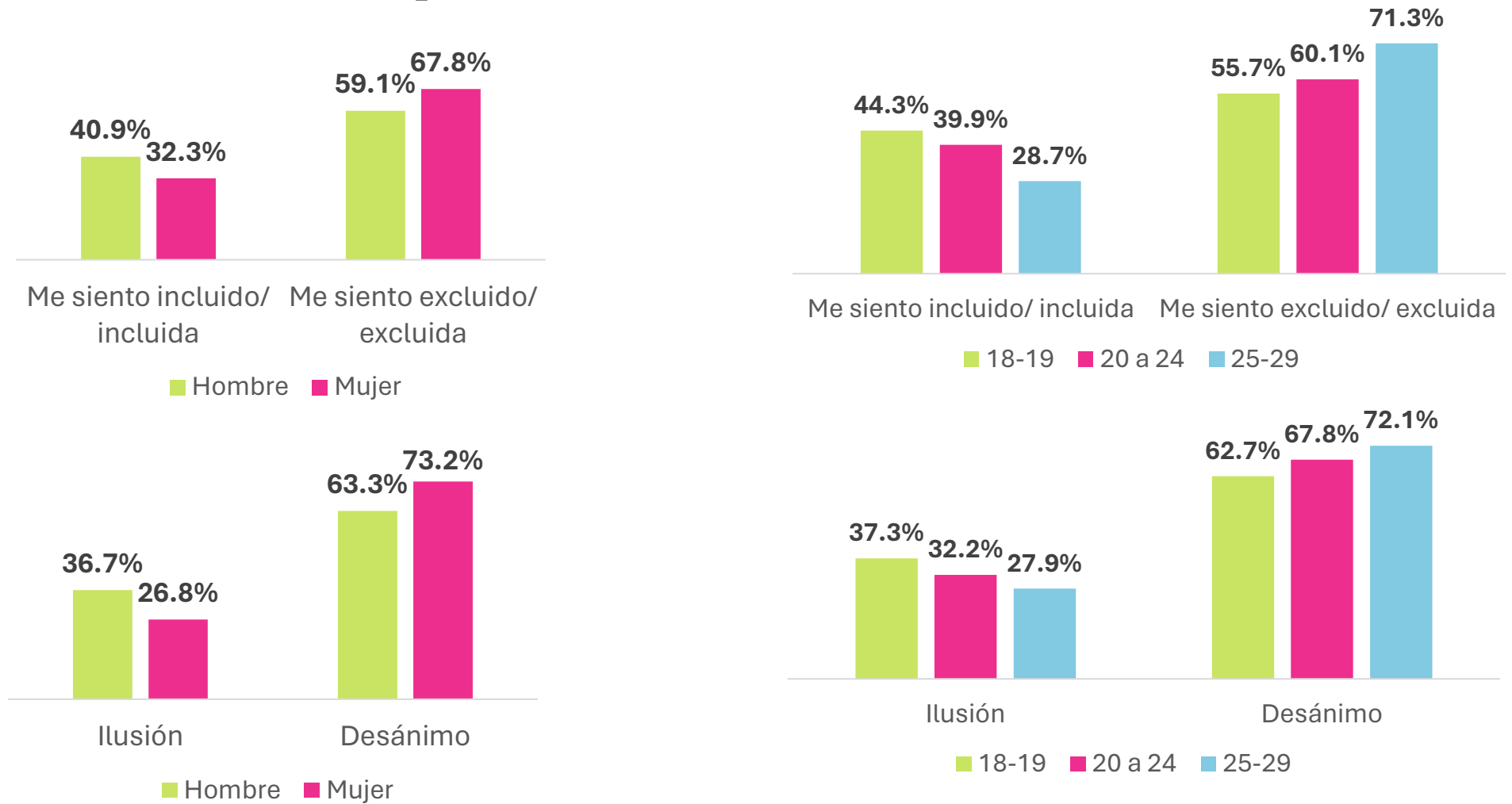
■ Optimismo ■ Frustración

# Sensaciones u opiniones que provoca la política en el país.



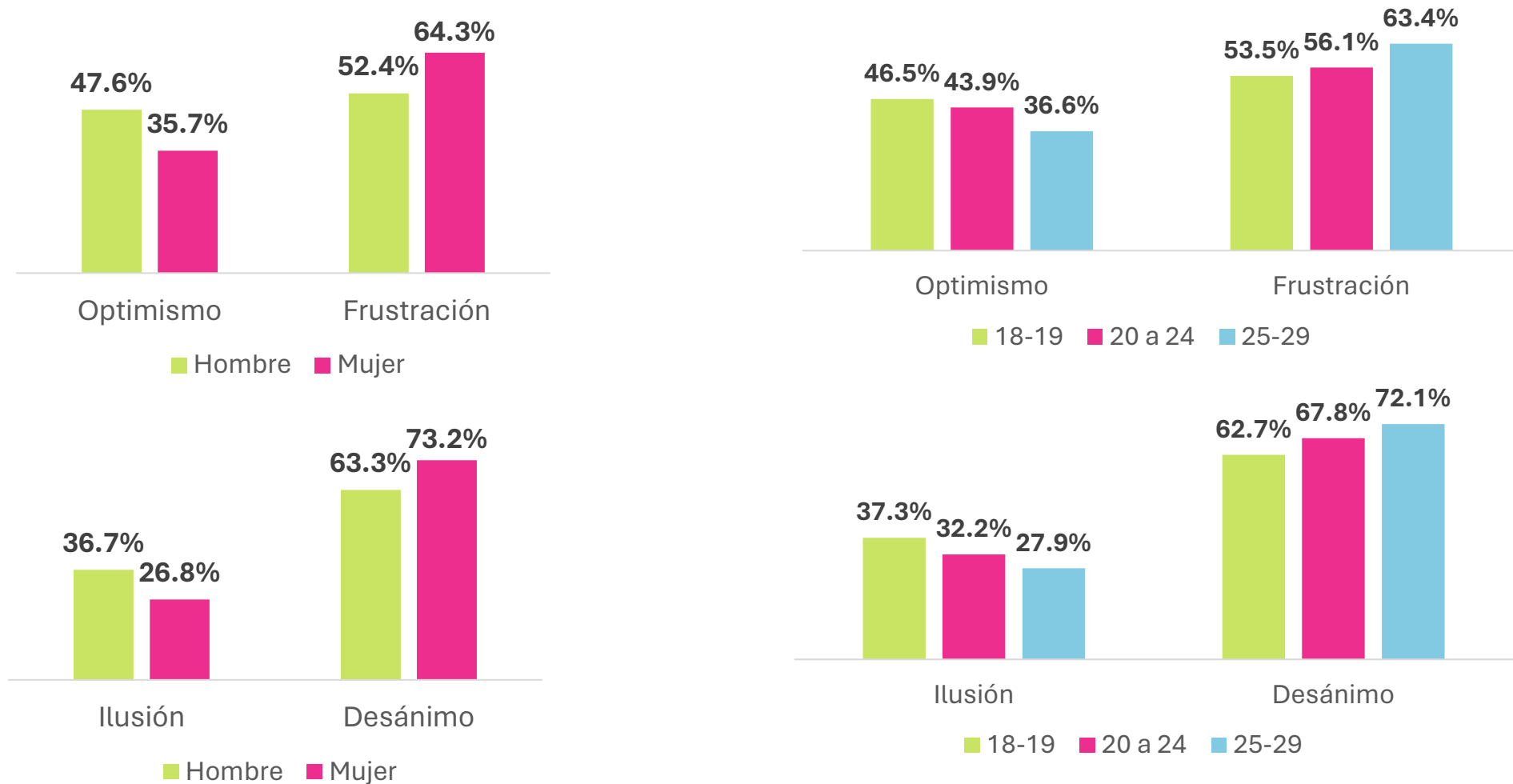
Entidades + Confianza	Entidades + Desconfianza
Quintana Roo	Nayarit
Nuevo León	BCS
Morelos	Michoacán
Aguascalientes	Colima
Tamaulipas	CDMX
Tlaxcala	Chihuahua
Tabasco	Querétaro

# Sensaciones u opiniones que provoca la política en el país.





# Sensaciones u opiniones que provoca la política en el país.



\*Se reportan las entidades con porcentaje arriba del promedio nacional.

## ¿Las opiniones de los jóvenes son tomadas en cuenta?

Si se quiere trabajar por y para los jóvenes resultaría evidente acercarse directamente a ellos, escucharlos, preguntar sus problemas, sueños y preocupaciones. Sin embargo, en la esfera política no hay interlocutores genuinamente interesados por lo jóvenes.

Coexisten valoraciones opuestas entre quienes consideran no ser tomados en cuenta y quienes sí lo creen. Está la apreciación de una brecha generacional entre los políticos (adultos, de años, con prácticas añejas) ajenos, distantes de los jóvenes y desinteresados en incluir a este sector por considerarlos indiferentes a la política y estigmatizarlos.

*“En general, nuestra opinión es la que menos les importa porque creen que no pensamos como maduramente o que como todo tuvimos muy fácil la vida en cuestión de las herramientas, el acceso a información, el acceso a todo ha sido muy fácil para nosotros nos creen como unos inútiles”. (MTY)*

*“quieren como que disfrazar que sí importamos por ser el futuro de México, pero al final del día no les importa la opinión de nadie más que el beneficio de ellos”. (MTY)*

# ¿Las opiniones de los jóvenes son tomadas en cuenta?

Hay quienes se sienten tomados en cuenta e incluidos, en particular en el tema de becas. El ambiente electoral ha sido favorable para incorporar a los jóvenes, como ofrecer empleo en las campañas y escucharlos.

También está el matiz de sentir interés por este grupo únicamente para ganar su voto en la coyuntura electoral.

Los jóvenes consideran que temas prioritarios para ellos como educación, trabajo o medio ambiente, no son abordados cabalmente por los políticos y gobernantes.

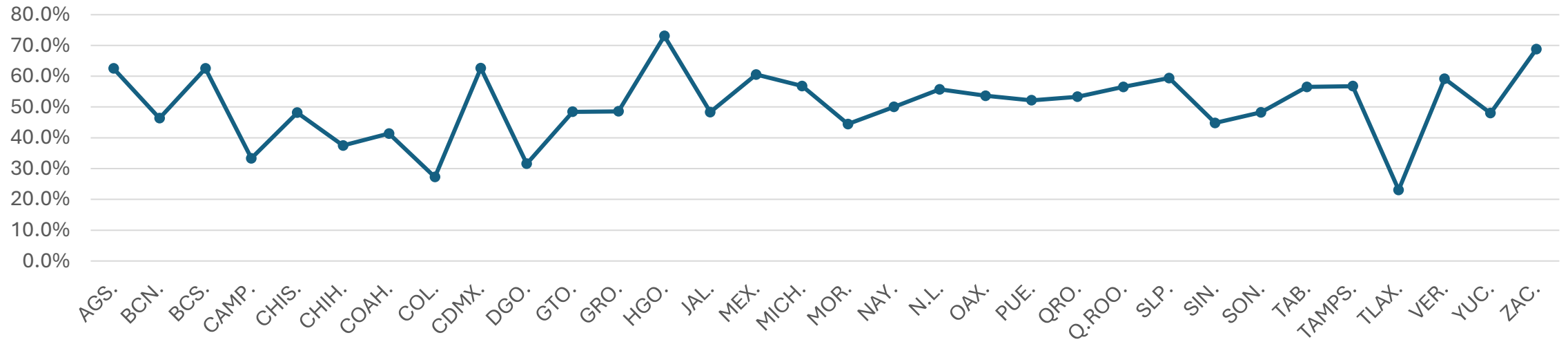
*“no piensan tanto en nosotros, hoy en día siento que no hay tantas posibilidades para que nos brinden esa posibilidad para poder seguir estudiando o mejorando” (MED)*

*“Últimamente sí nos están tomando en cuenta como jóvenes para innovar las ideas más que nada y para salir del ideal político” (MED)*

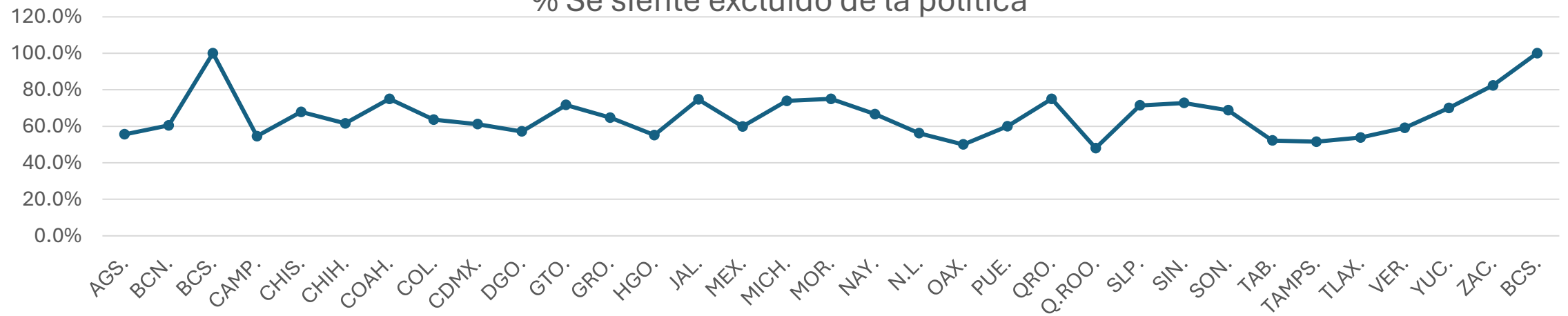
# Sensaciones u opiniones que provoca la política

## \*estado

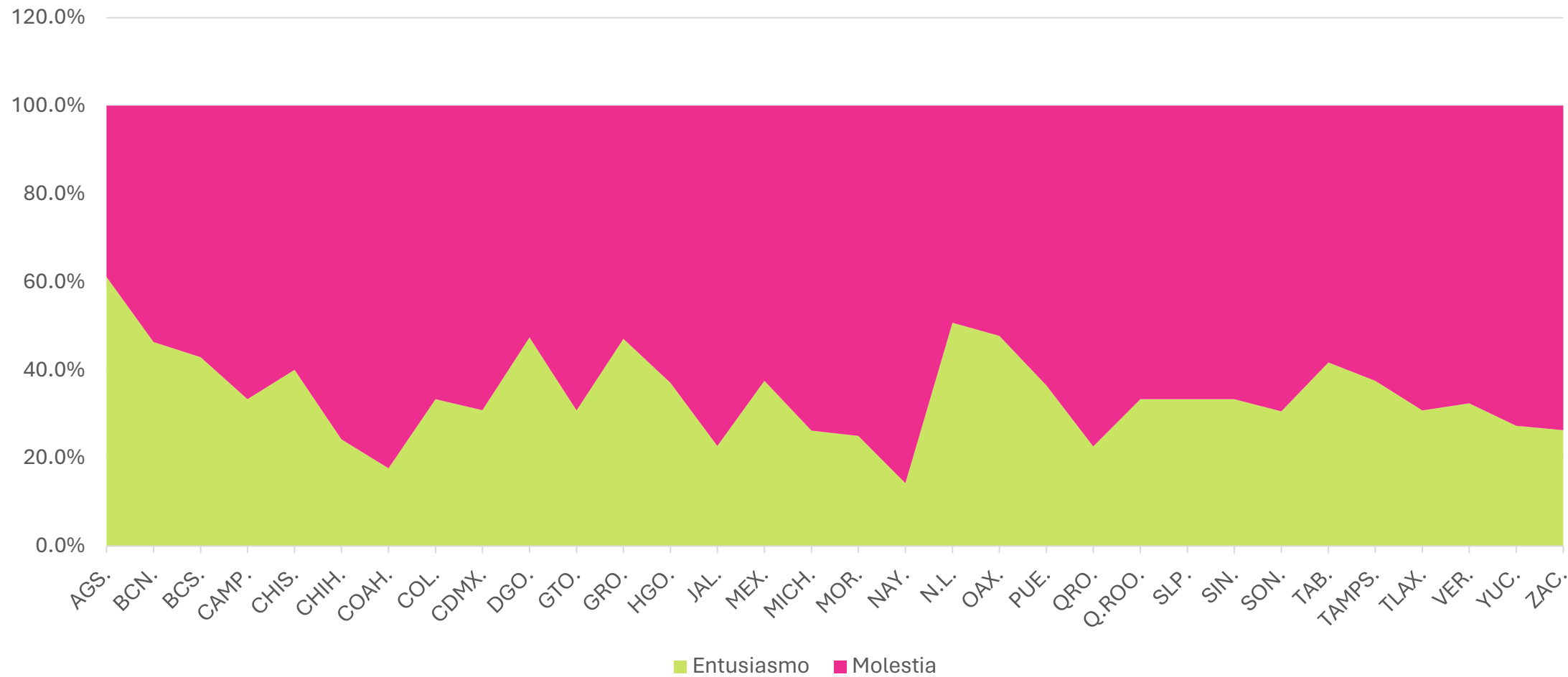
% "Entiendo la política"



% Se siente excluido de la política



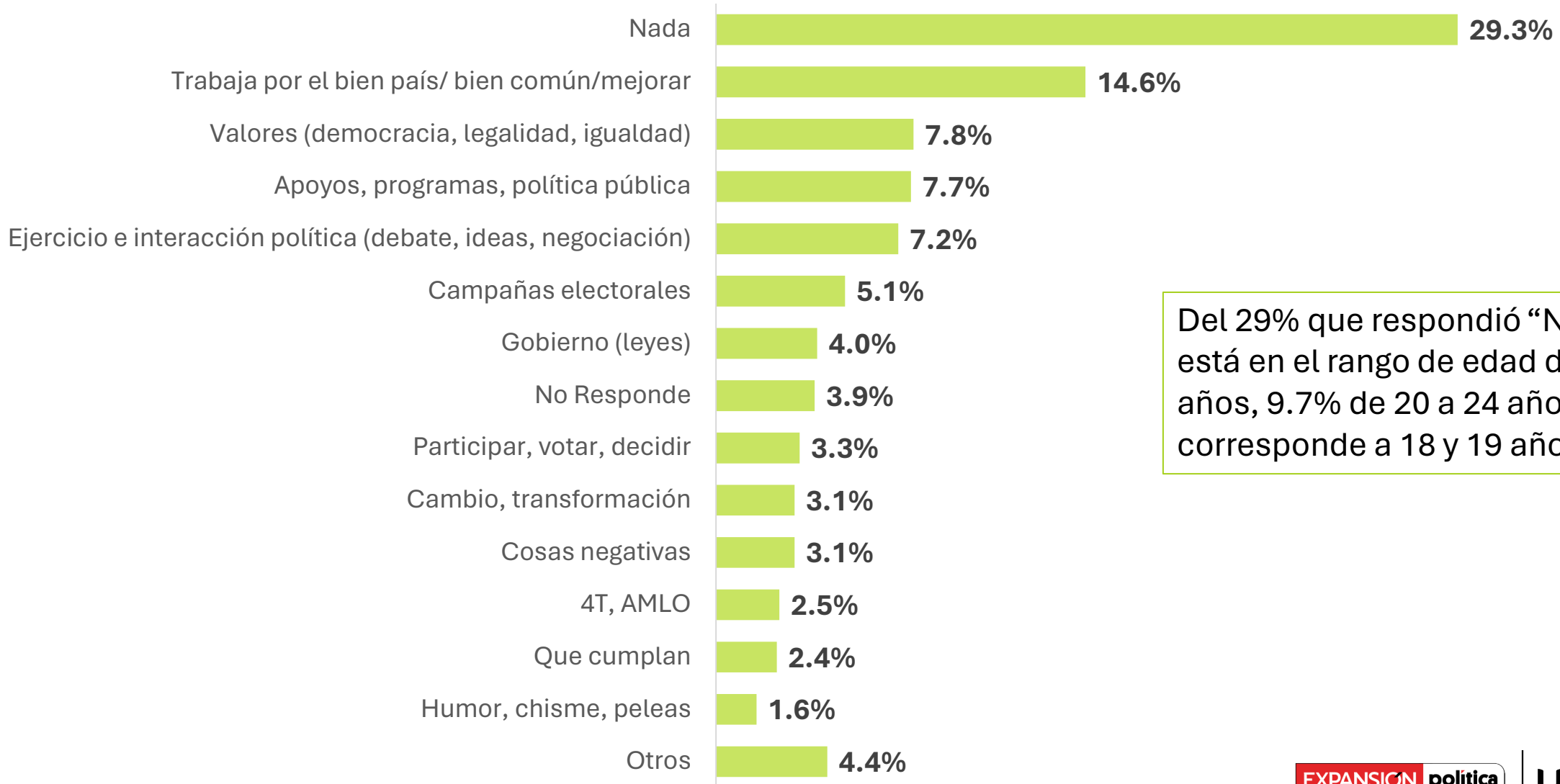
# Sensaciones u opiniones que provoca la política \*estado



# Sensaciones u opiniones que provoca la política en el país.

- 53.6% de los hombres y 46.4% de las mujeres señalan que la política es “algo que entienden”. Jóvenes de 25 a 29 años son quienes indican en mayor medida entendimiento de este ámbito (56.8%).
- 44.8% de jóvenes en la región norte del país considera que la política ve por el bien común; en el sur asciende al 54.2% y en la zona centro-norte es mayor el porcentaje que la vincula con el bien individual 57.7%.
- Mientras que 51.6% de los jóvenes de la región sur del país indica que la política le resulta aburrida en la zona norte y norte occidente el porcentaje es de 62.1% y 63.9%, respectivamente.

# ¿Qué es lo que MÁS te GUSTA de la política?



Del 29% que respondió “Nada” 13.9% está en el rango de edad de 25 a 29 años, 9.7% de 20 a 24 años y 5.8% corresponde a 18 y 19 años.

Pregunta abierta, respuestas codificadas.

# ¿Qué es lo que MENOS te GUSTA de la política?



Mientras que los hombres respondieron en mayor medida disgusto porque no hay cumplimiento, malas prácticas y los ataques, las mujeres mencionan más la corrupción, deshonestidad, el beneficio propio y antivalores. Del 4.6% de respuestas Otros, 1.1% mencionó que la política le disgusta porque es aburrida o complicada.

Pregunta abierta, respuestas codificadas.



# ¿Qué es lo que más te gusta de la política? Citas textuales

“Que podemos dar nuestra opinión para un mejor país”

“Cuando las juventudes hacen política”

“Que pienso que yo podría ser participe”

“Hablar en familia sobre lo que pasa en las votaciones”

“Cuando acaban las elecciones”

“Cuando un partido político no alcanza el porcentaje necesario para continuar”

“Me gusta que es diversa”

“No me gusta, pero se necesita”

“Que por medio de sus leyes busca el orden y el bien común para el país”

“Capacidad de poder hacer un cambio en el país”

“El progreso que puede lograrse por medio del diálogo y la democracia”

“La diversidad de opiniones es necesaria para el bien común”

“Que metan a la cárcel a los políticos o los maten”

“Que no forma parte de mi vida”

# ¿Qué es lo que más te disgusta de la política? Citas textuales

“No tener tanta oportunidad de opinar en que quiero que mejoren el país”

“Nos excluyen a los demás, no podemos opinar”

” Los conflictos por querer ganar“

“Que se insultan unos con otros”

“Personas no aptas para los puestos”

“la negligencia e ignorancia de ciertos funcionarios”

“Que al final termina siendo siempre lo mismo, políticos deficientes. “

“Los políticos viven en una burbuja alejada de la realidad”

“Que atiborran a la gente con spots y comerciales “

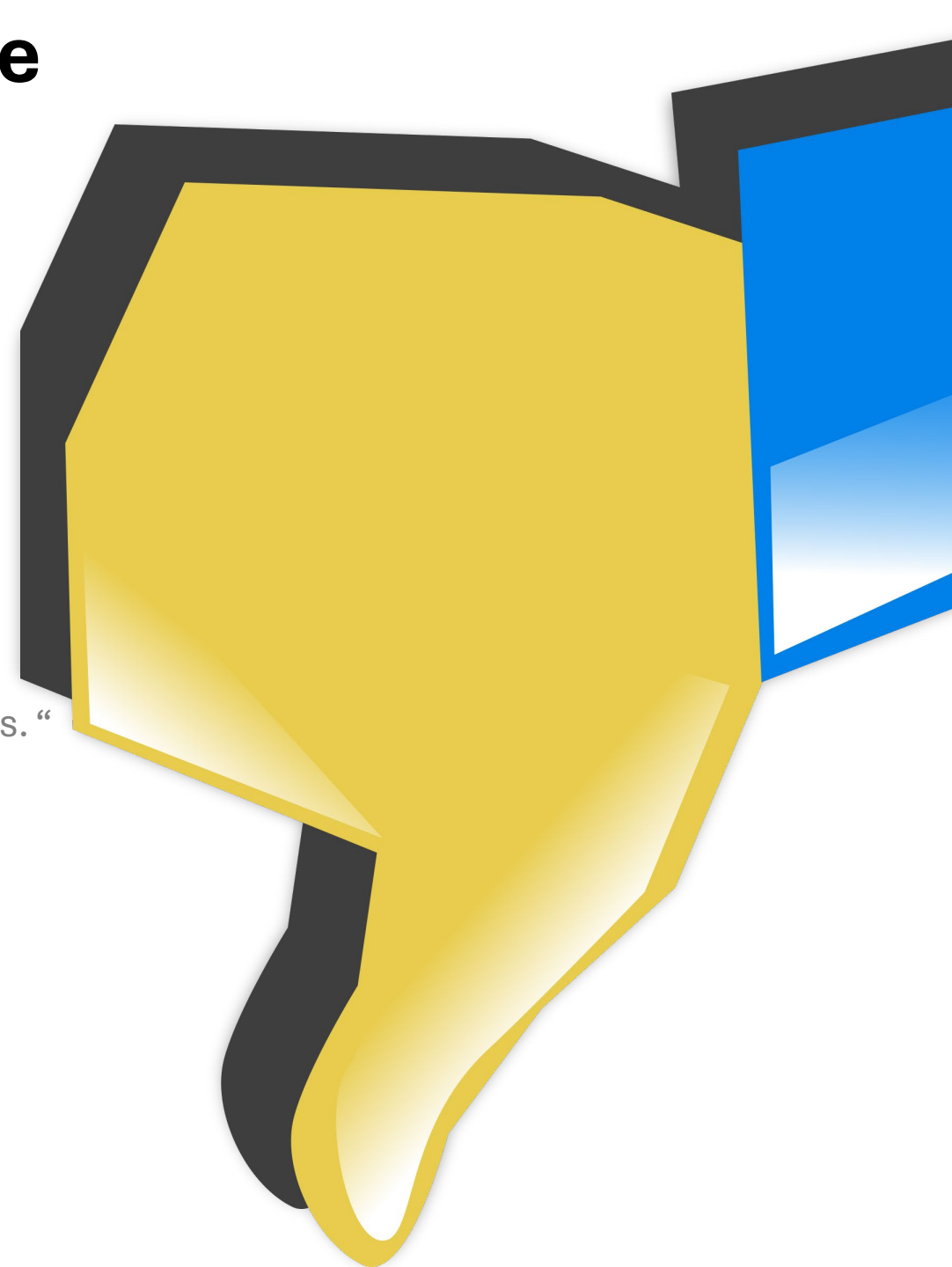
“Que gastes demasiado dinero en su campaña “

“La excesiva cantidad de anuncios llenos de información falsa“

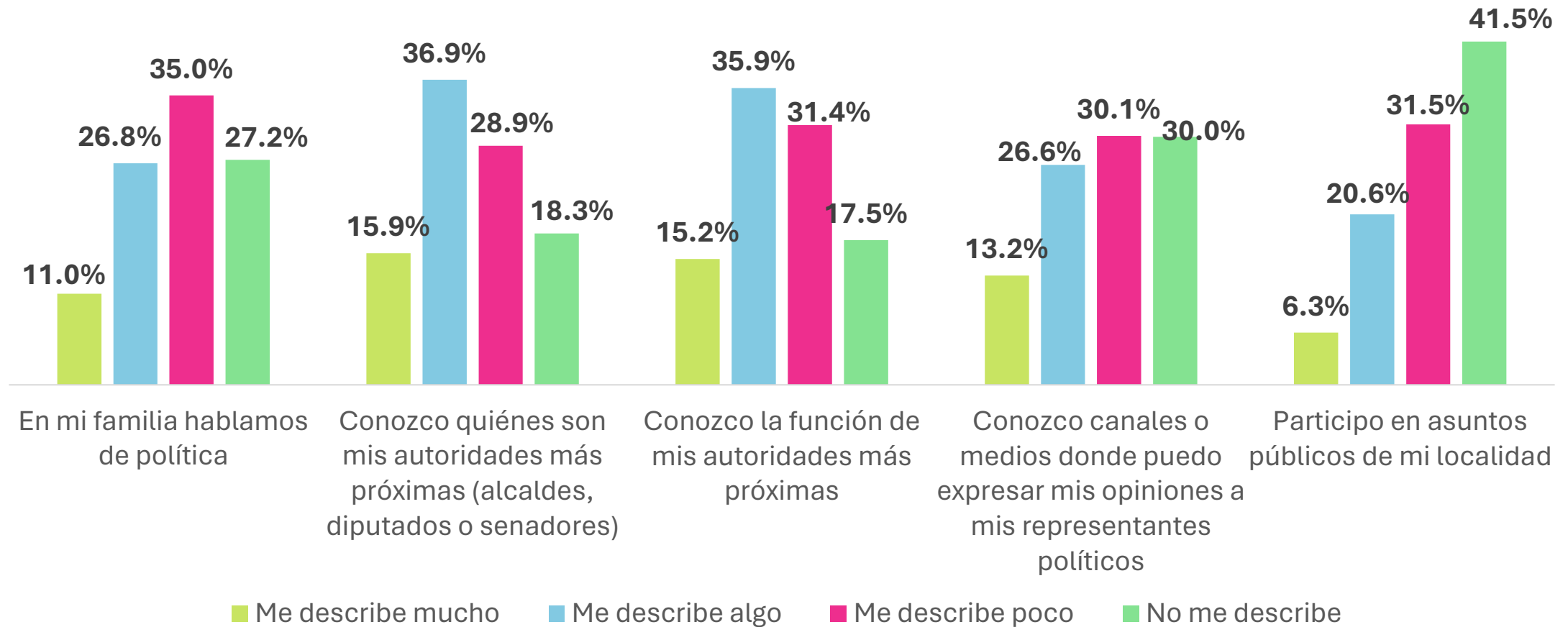
“La mala visión”

“La falta de criterio para “seguir” a alguien”

“Que siempre tiene fallas y que la gente no analice”



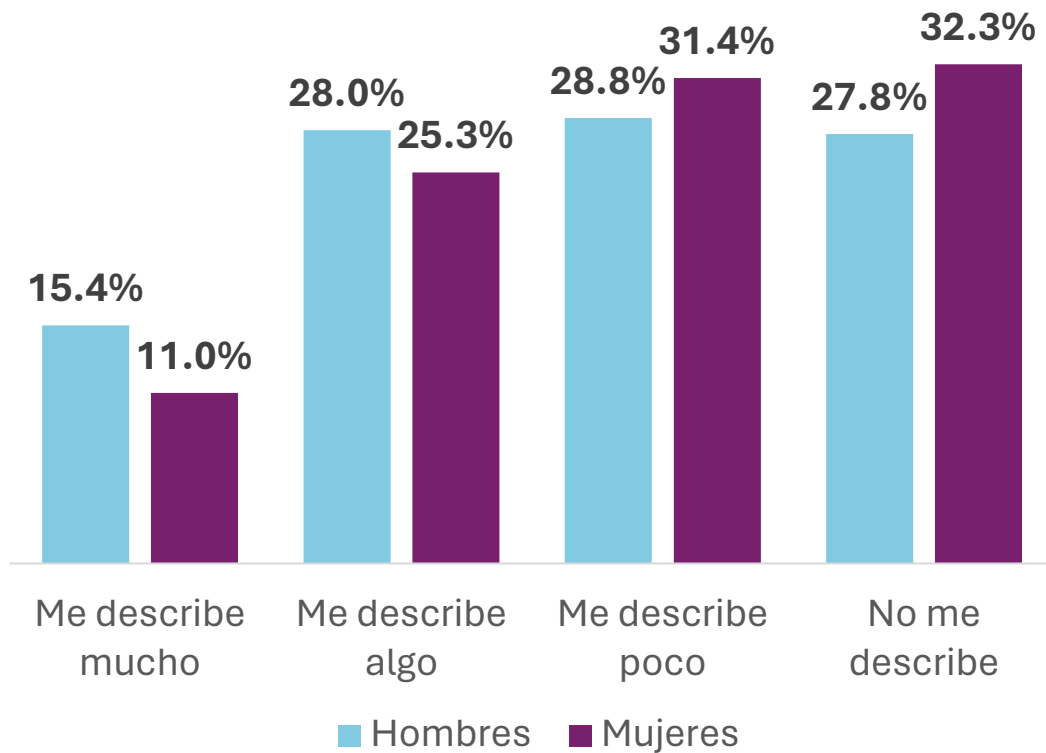
# ¿Qué tanto te describen las siguientes frases?



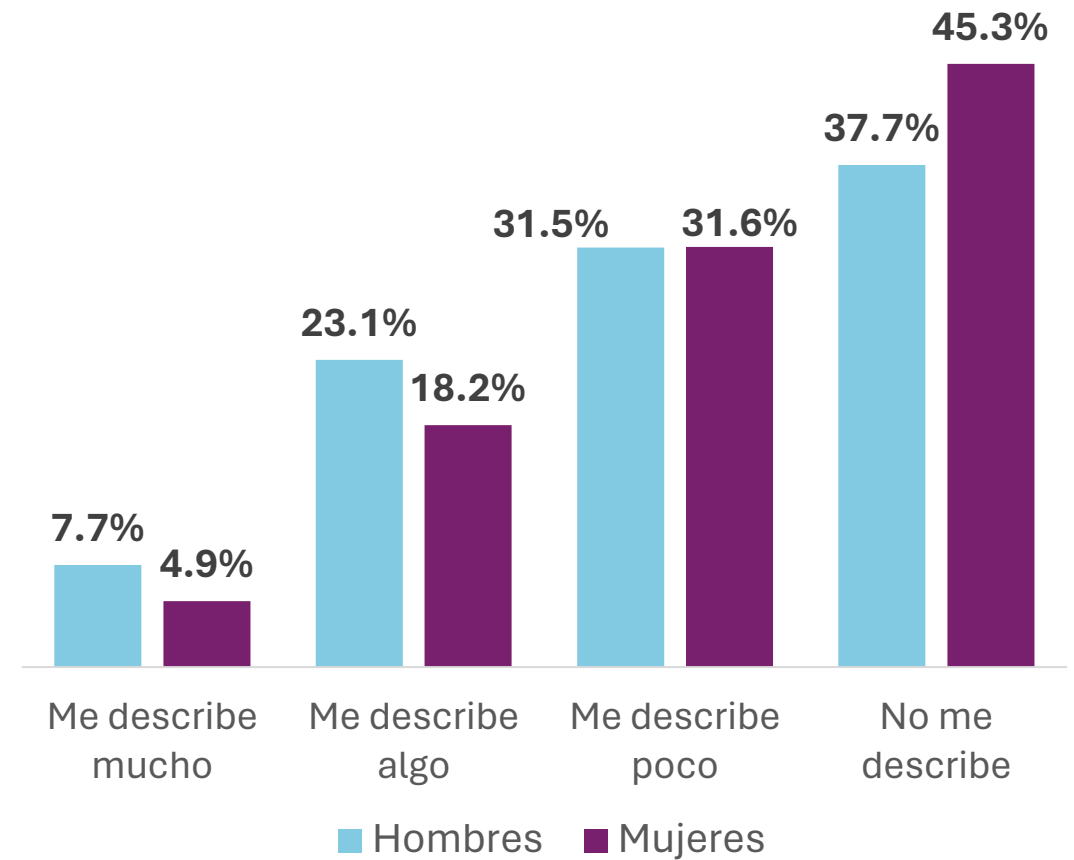
# ¿Qué tanto te describen las siguientes frases?

## \*género

Conozco canales o medios donde puedo expresar mis opiniones a mis representantes políticos

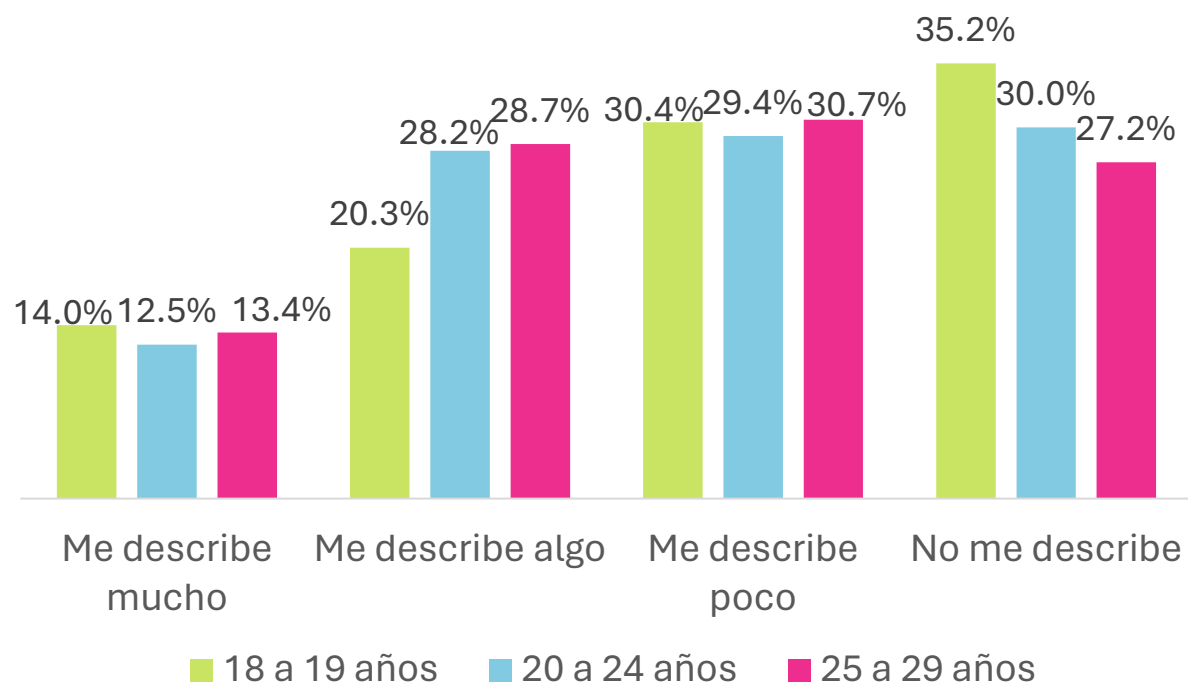


Participo en asuntos públicos de mi localidad

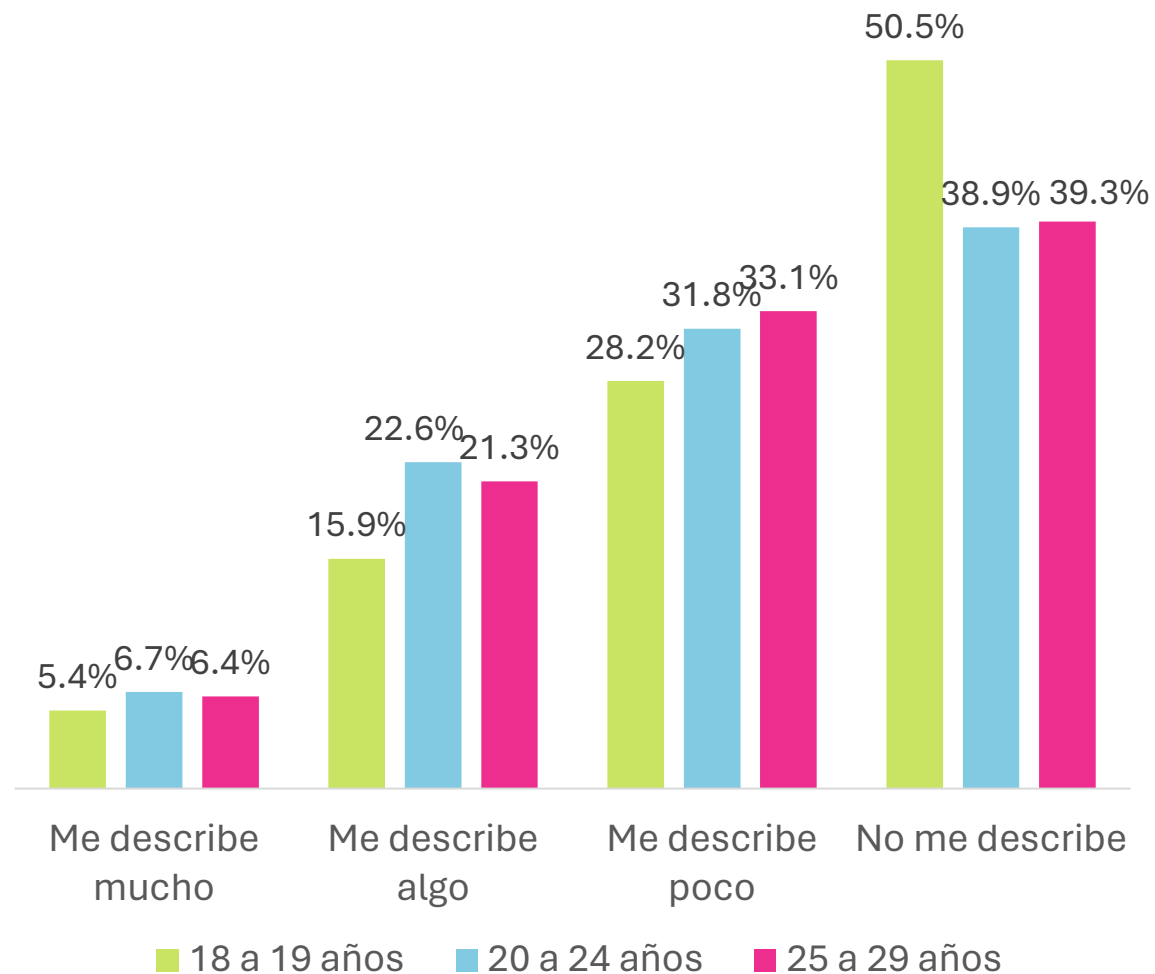


# ¿Qué tanto te describen las siguientes frases?\*edad

Conozco canales o medios donde puedo expresar mis opiniones a mis representantes políticos



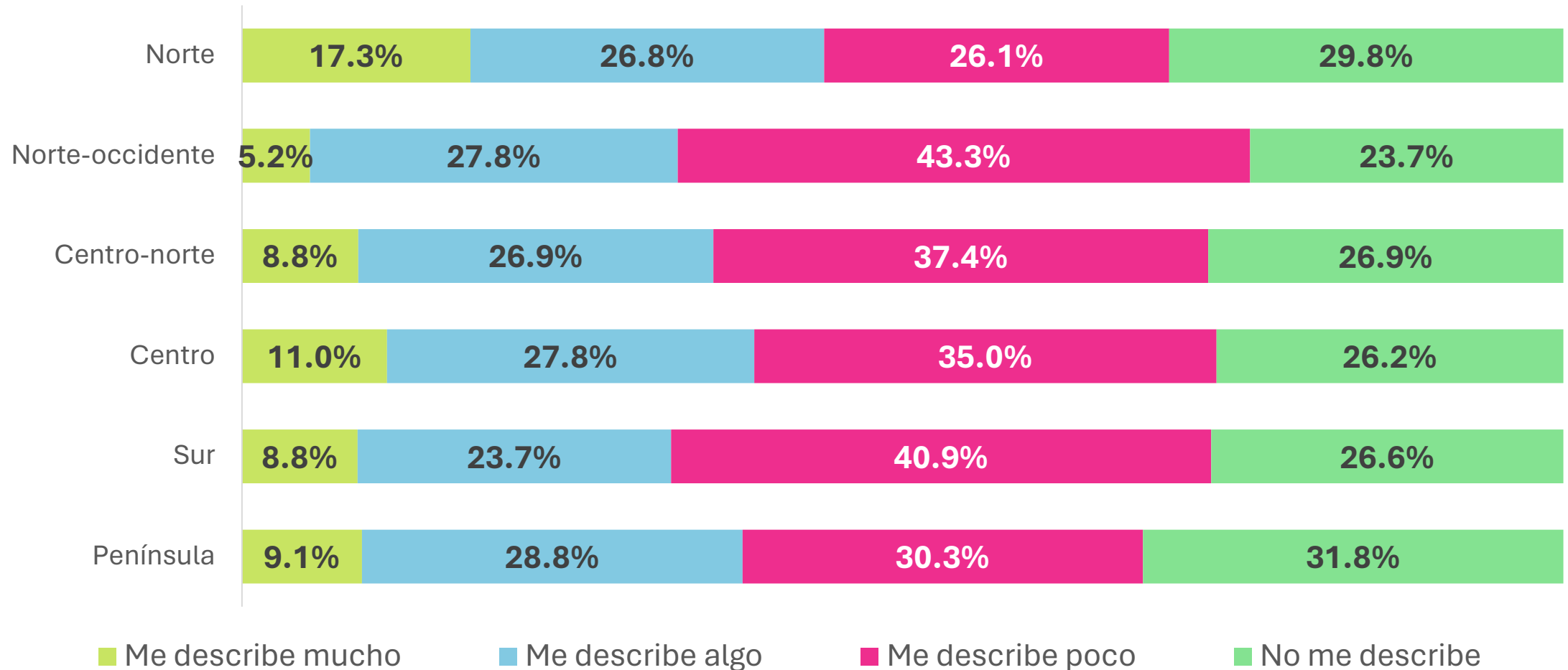
Participo en asuntos públicos de mi localidad



# ¿Qué tanto te describen las siguientes frases?\*

## región

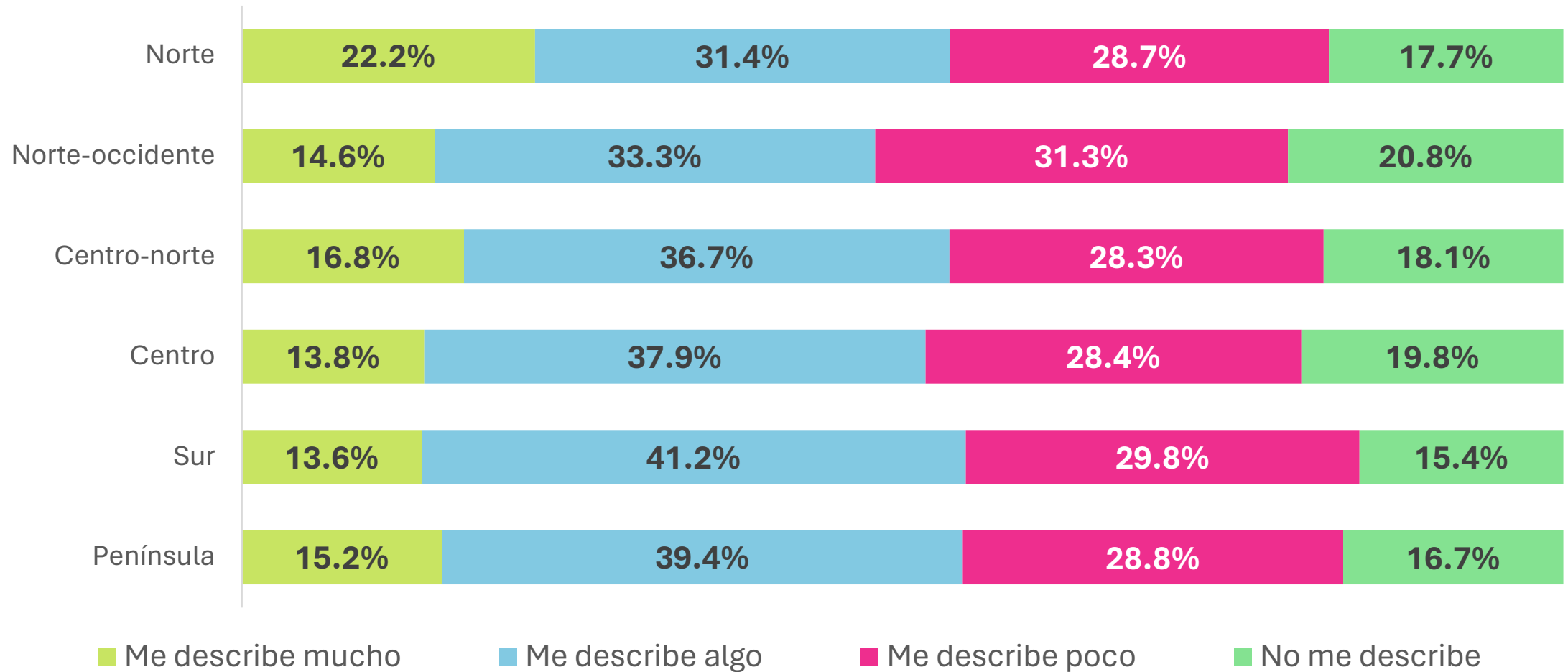
En mi familia hablamos de política



# ¿Qué tanto te describen las siguientes frases?\*

## región

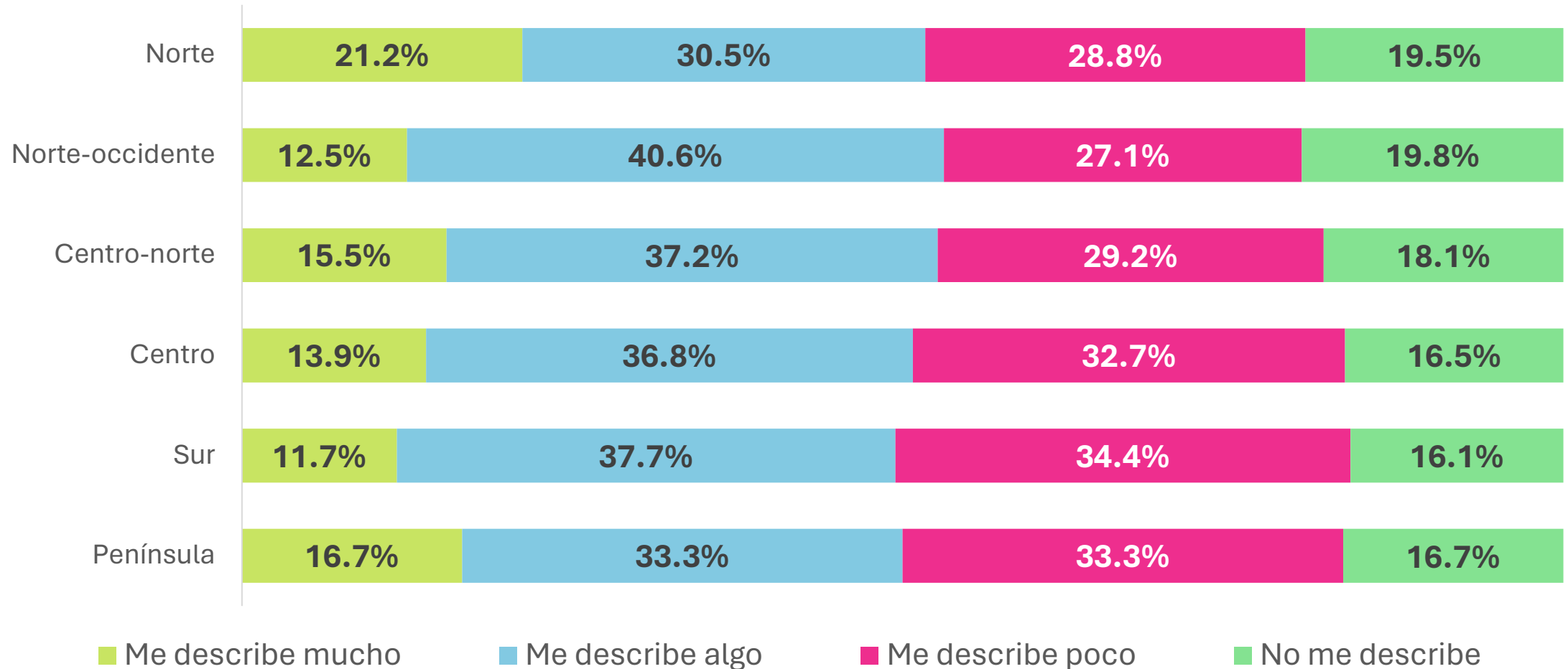
Conozco quiénes son mis autoridades más próximas (alcaldes, diputados o senadores)



# ¿Qué tanto te describen las siguientes frases?\*

## región

Conozco la función de mis autoridades más próximas

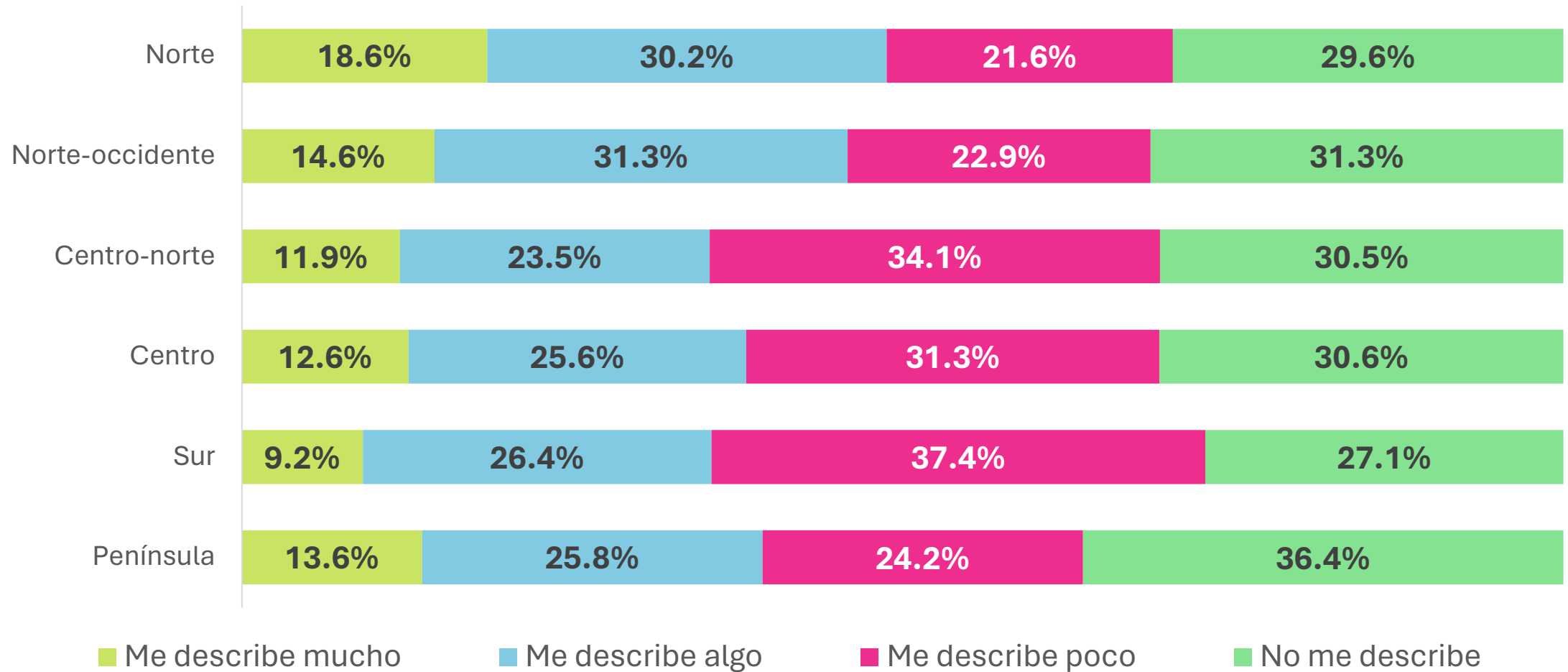




# ¿Qué tanto te describen las siguientes frases?\*

## región

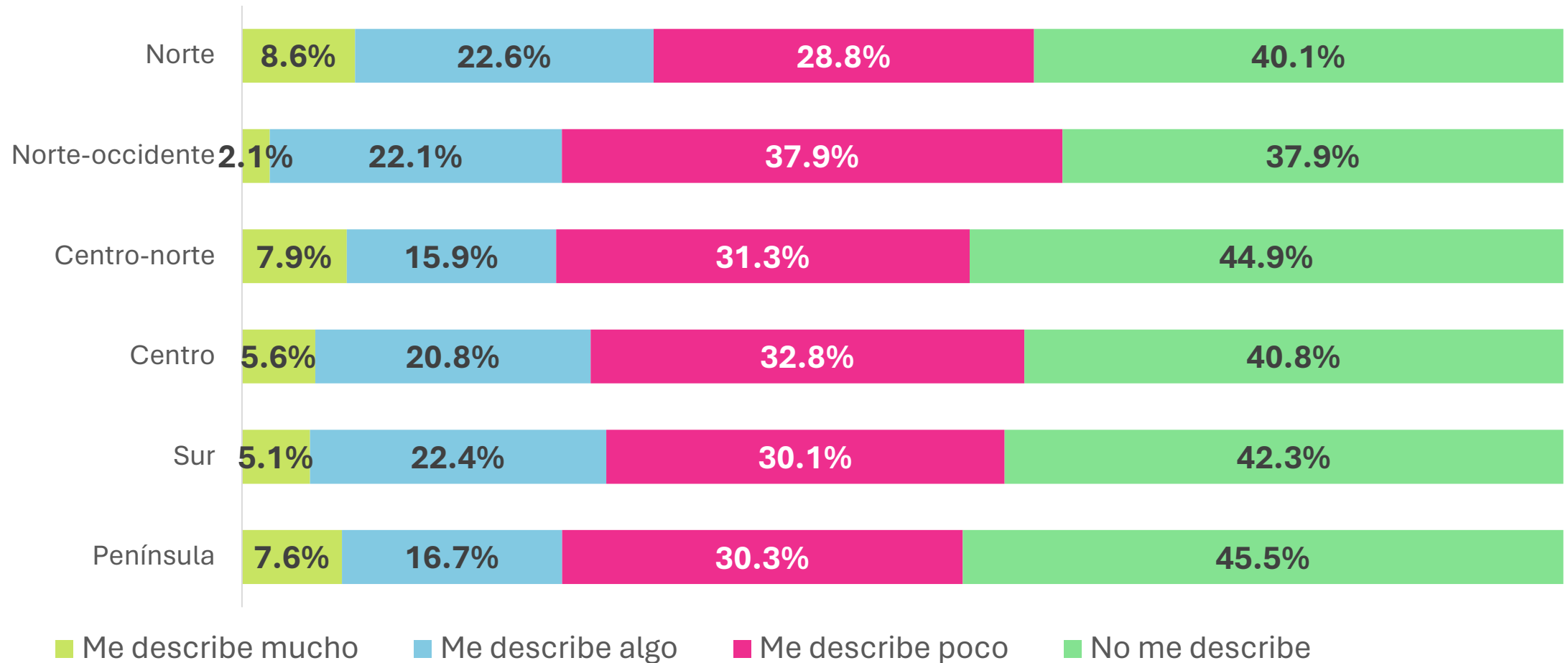
Conozco canales o medios donde puedo expresar mis opiniones a mis representantes políticos



# ¿Qué tanto te describen las siguientes frases?\*

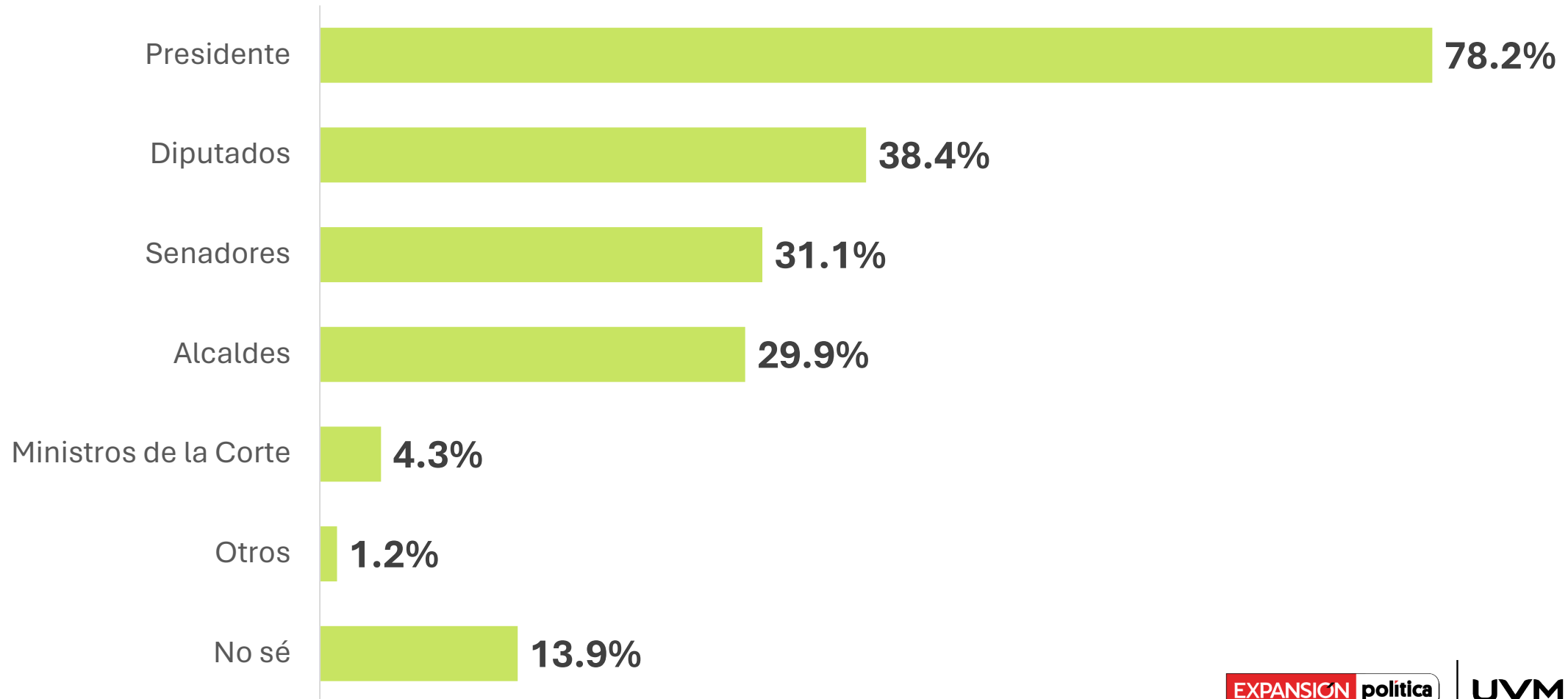
## región

Conozco canales o medios donde puedo expresar mis opiniones a mis representantes políticos

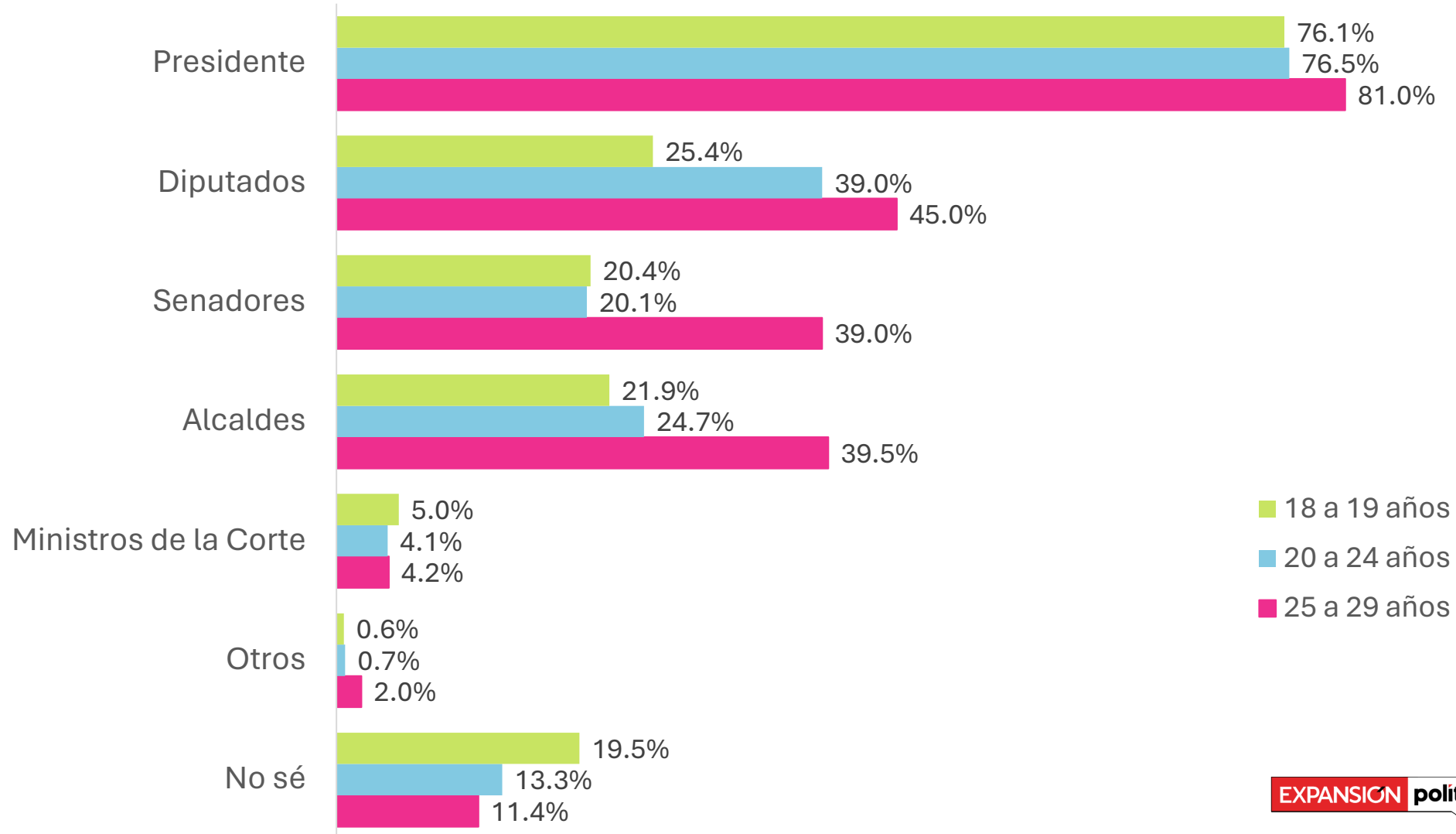


# Proceso electoral 2024

# ¿Qué cargos de elección popular se elegirán este año?



# ¿Qué cargos se elegirán este año?\*edad



# Significado de votar.

**Votar es una responsabilidad y un derecho.** Aunque están conscientes del impacto de llevar a cabo este ejercicio democrático, existen contrastes, por una parte, la ideación teórica del voto: es útil, poderoso para determinar el rumbo del país, es una oportunidad para expresar lo que les gusta y lo que no; en la práctica enuncian su interés de acudir a votar, pero existe incertidumbre de lo que puede ocurrir. Si bien, desean un cambio y esperan “mejorar” no tienen certeza de que ocurra.

**Votar genera incertidumbre.** Esta sensación es persistente y remarcada en las tres ciudades. Recae sobre esta generación la responsabilidad de participar o no y una vez en la casilla *tomar la decisión correcta*, pues su elección tendrá efectos en el país por seis años. Ante la incertidumbre, valoran las acciones que den indicio de compromiso, trabajo y promesas que podrían concretarse.

**Existe la idea de votar, habría que esperar que se concrete tal intención y definir el voto.**

“tenemos que hacer valer nuestros derechos porque si no nuestra opinión no es válida, no es ni siquiera tomada en cuenta...si no ejercemos ese derecho que tenemos se pierde” (CDMX)

“Es darle confianza a una persona y esperando cumpla con lo que diga y con las expectativas” (CDMX)

“Podría ser un salto de fe, porque prácticamente estoy eligiendo un destino diferente”. (CDMX)

"yo creo que si no voy a votar es como permitir que alguien más lo decida por mi" (MID)

"es la oportunidad que tenemos para aportar ideas también, para ver desde ahora qué nos agrada, lo que no, y visualizarlo en un futuro y el posible impacto que tenga en nuestro país". (MID)

# Opinión sobre las elecciones.

Es unánime: **las elecciones son un proceso importante** donde la opinión y voto ciudadano es fundamental. No obstante, hay temas y posturas en torno a una elección ya definida, transparencia del proceso y la seguridad.

Hay jóvenes que creen que el destino del país está en el aire, y mientras estén las campañas existe la oportunidad de escuchar propuestas para elegir la mejor opción.

Derivado de esta definición destacan dos elementos: a) el papel de los medios de información, y b) la transparencia en los comicios; bajo el primer elemento, los medios fueron mencionados como un elemento que difunde la idea de una elección decidida y esto confunde y malinforma a la población. Ante el segundo espectro la elección más allá de estar definida por la simpatía por una candidata o candidato existe la sospecha de negociaciones partidistas, donde la presidencia puede ser moneda de cambio con otros puestos de elección popular.

Un tercer elemento expresado únicamente en Mérida es la inseguridad que ha empañado este proceso. ¿Esa inseguridad que hoy afecta a los candidatos puede extenderse a los ciudadanos por externar su apoyo a una fuerza política o candidato? Esta sensación de inseguridad también se siente.

“no tenemos un ganador, igual últimamente los medios los periodistas utilizan la información para confundir de que a veces están en empate o que a veces uno está perdiendo o que a veces ... o sea considero que ya de los finales por ahí de mayo considero que ya, pero por el momento considero que no hay un ganador”. (MID)

“he escuchado que hacen malos conteos de votos, que hay corrupción en ciertos municipios. Yo creo que están algo arreglados, creo que los partidos pueden pagar para que tal estado dé a su favor y eso” (MTY)

# Lo que gusta y disgusta de la política.

## • Elecciones:

“Escuchar las propuestas y comparar”

“La creatividad de los candidatos para intentar conseguir votos”

“Tener la oportunidad de ver las distintas propuestas”

“Que genera un sano debate entre mis conocidos”

“La variedad de opciones que se encuentran”

“Debate y soluciones “



## • Elecciones:

“La exageración de todos los compromisos de los candidatos”

“La inundación de propaganda y basura que se acumula”

“Las malas propuestas de candidatos no preparados”

“No me gusta en sí, pero las propuestas de los candidatos son importantes”

“Que tengamos que poner solo a señores al mando, sus ideas son muy viejas y repito igual...solo se enfocan en robar. No digo poner a chavos de 18 pero si más joven que los señores que están”

“Los mismos políticos de siempre cambiando solo de colores”

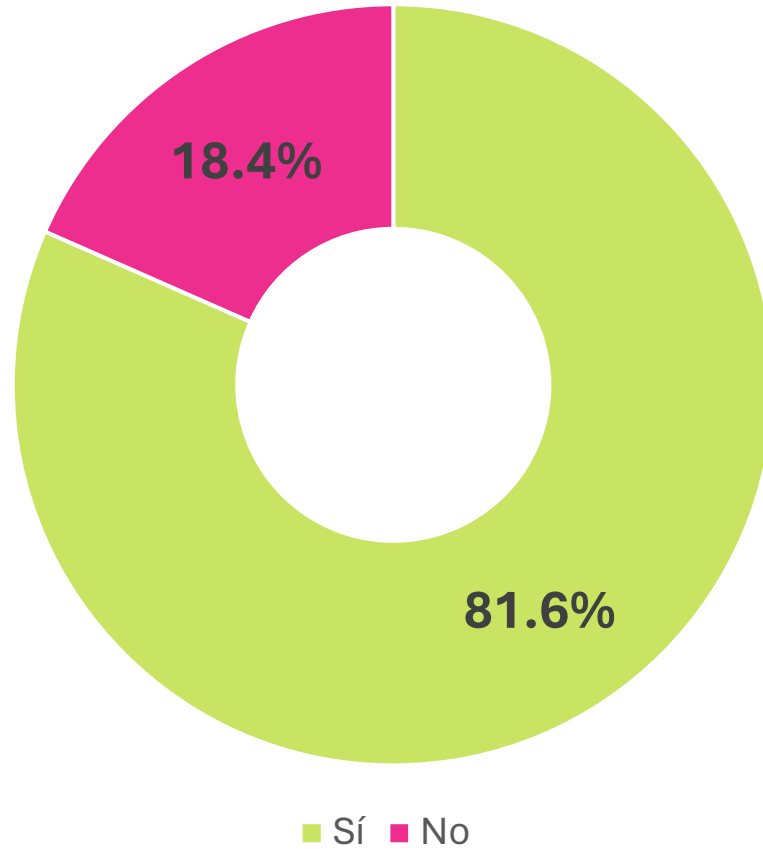
“Mismos partidos, mismas personas, mismas cosas”-



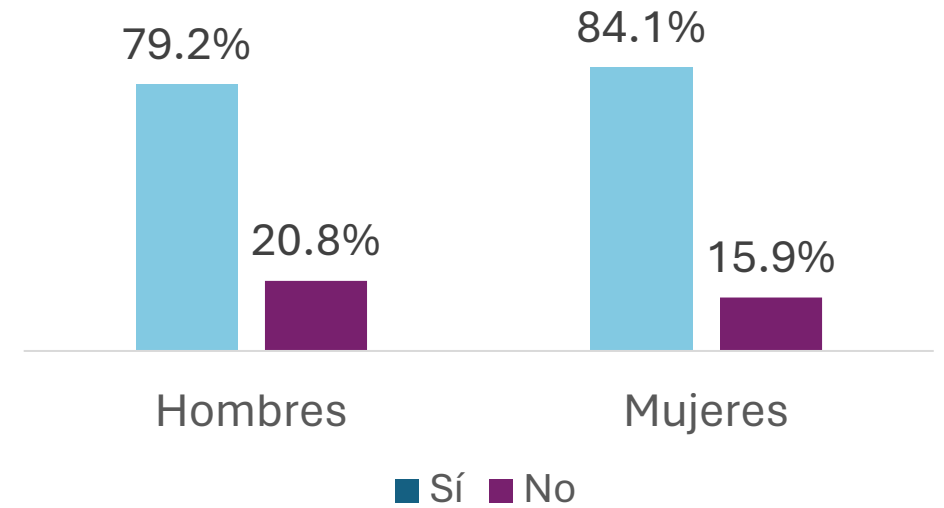


# Disposición a votar.

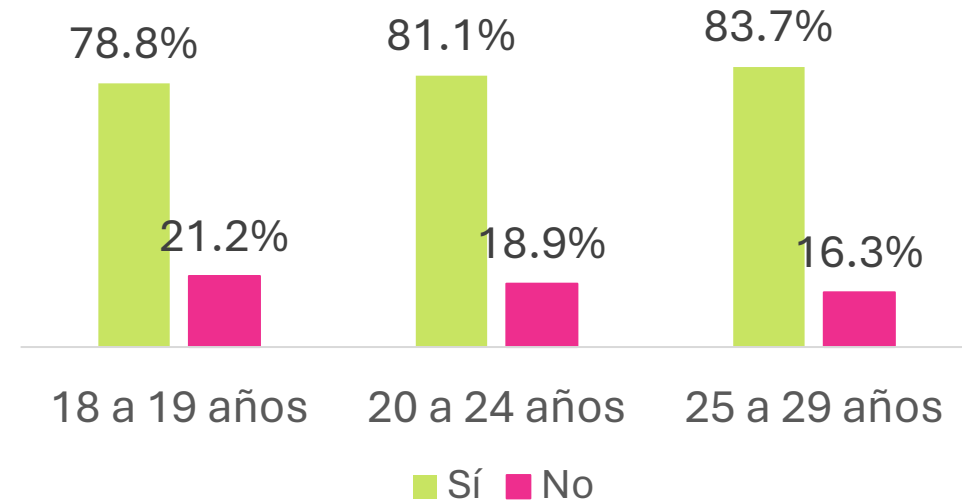
¿Piensas ir a votar?



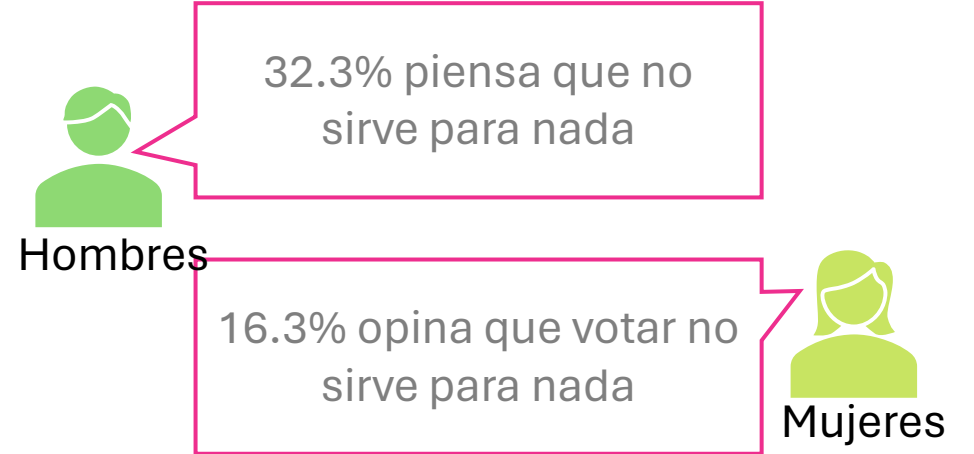
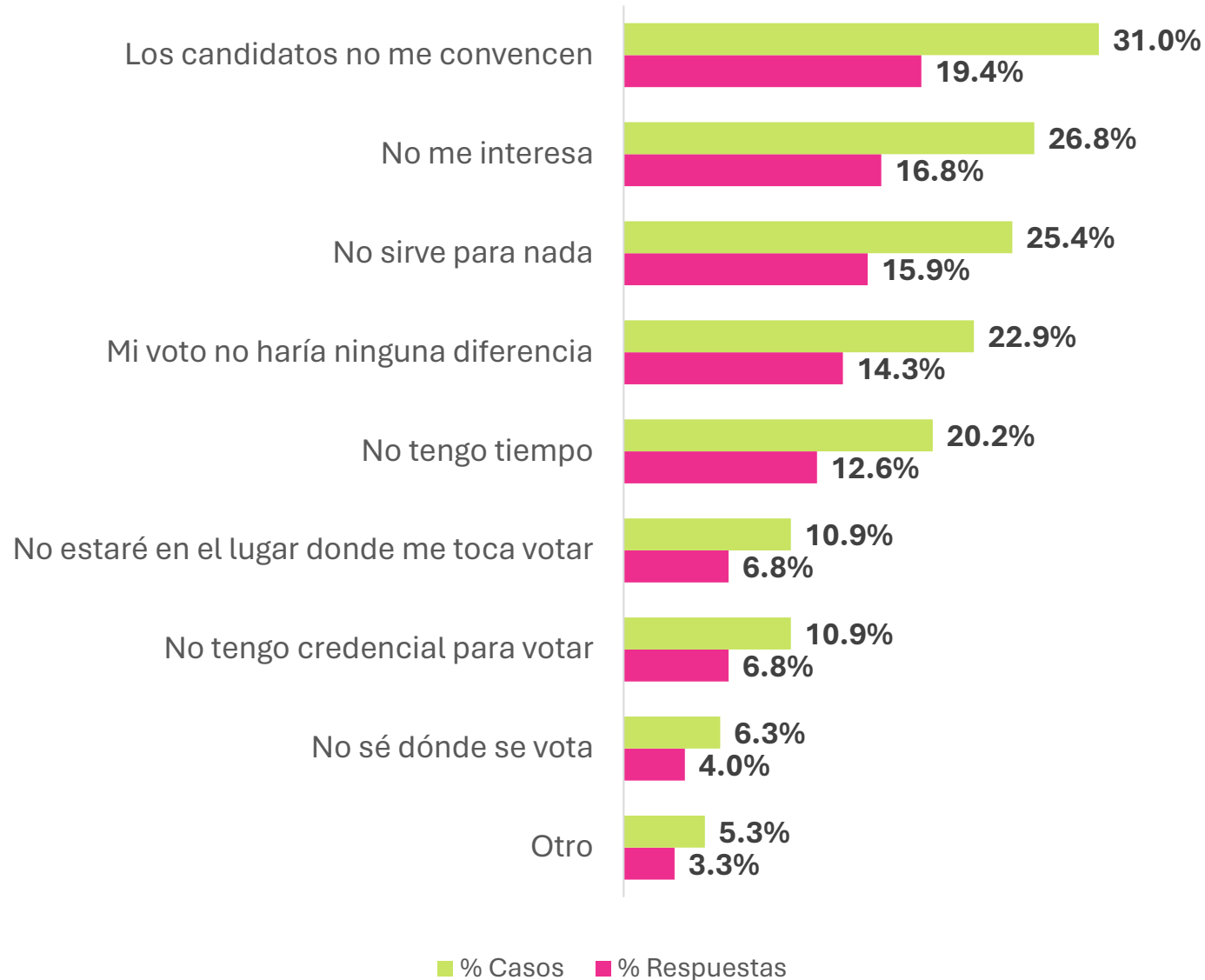
Piensas votar\*género



Piensas votar\*edad



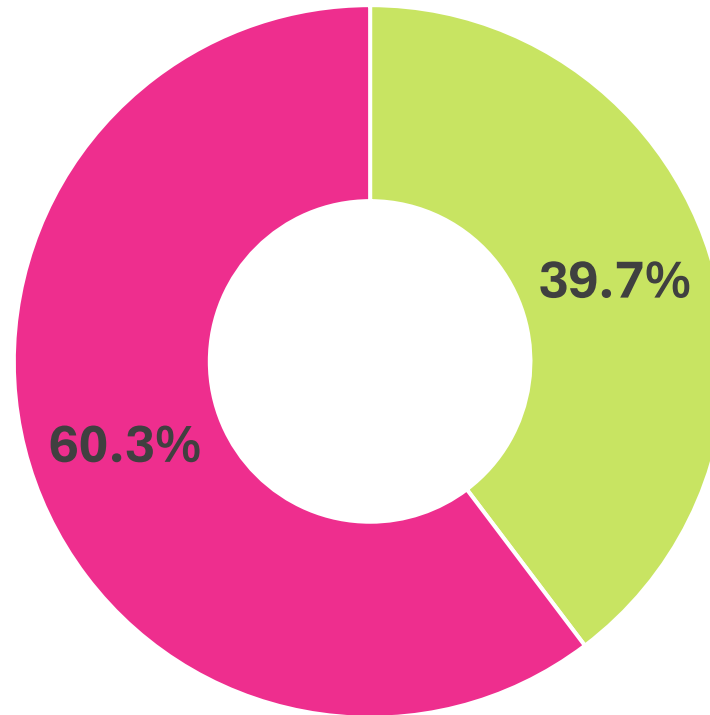
# Razones para no votar.



27% de los jóvenes entre 25 a 29 años señaló que su voto no hace alguna diferencia. Esto es mencionado por 24.7% de aquellos de 18 y 19 años.

Del 10.9% que indicó no tener credencial de elector 6.7% tiene entre 18 y 19 años y 8.8% son mujeres.

# ¿Qué crees que es mejor?

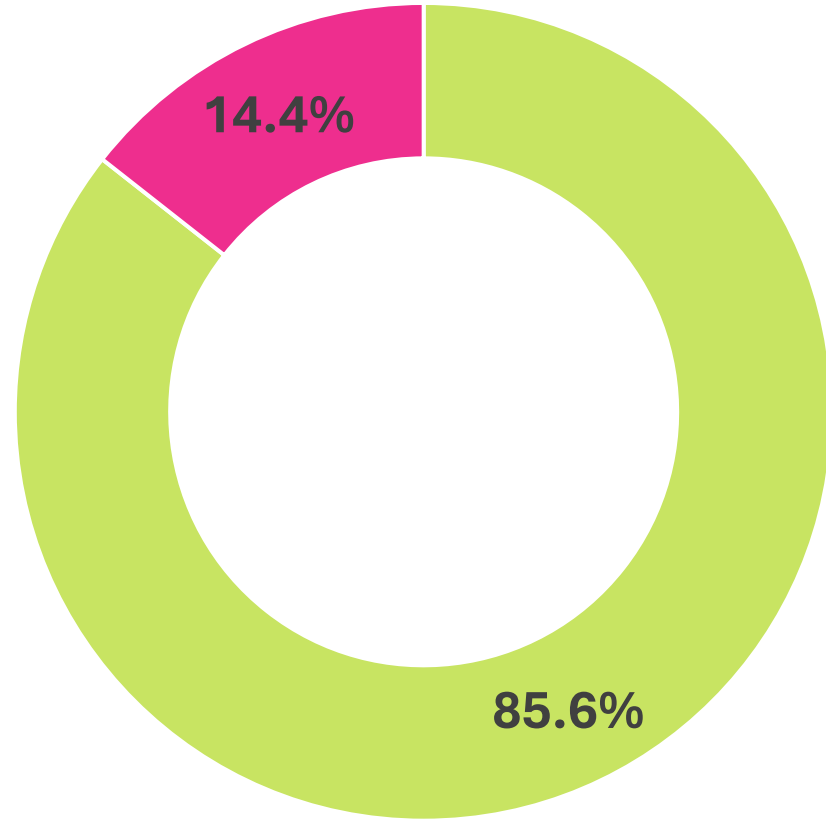


- Votar por el mismo partido, alianza o frente para los diferentes cargos
- Votar por distintos partidos, alianzas o frente para los diferentes cargos

# ¿Qué crees que es mejor?

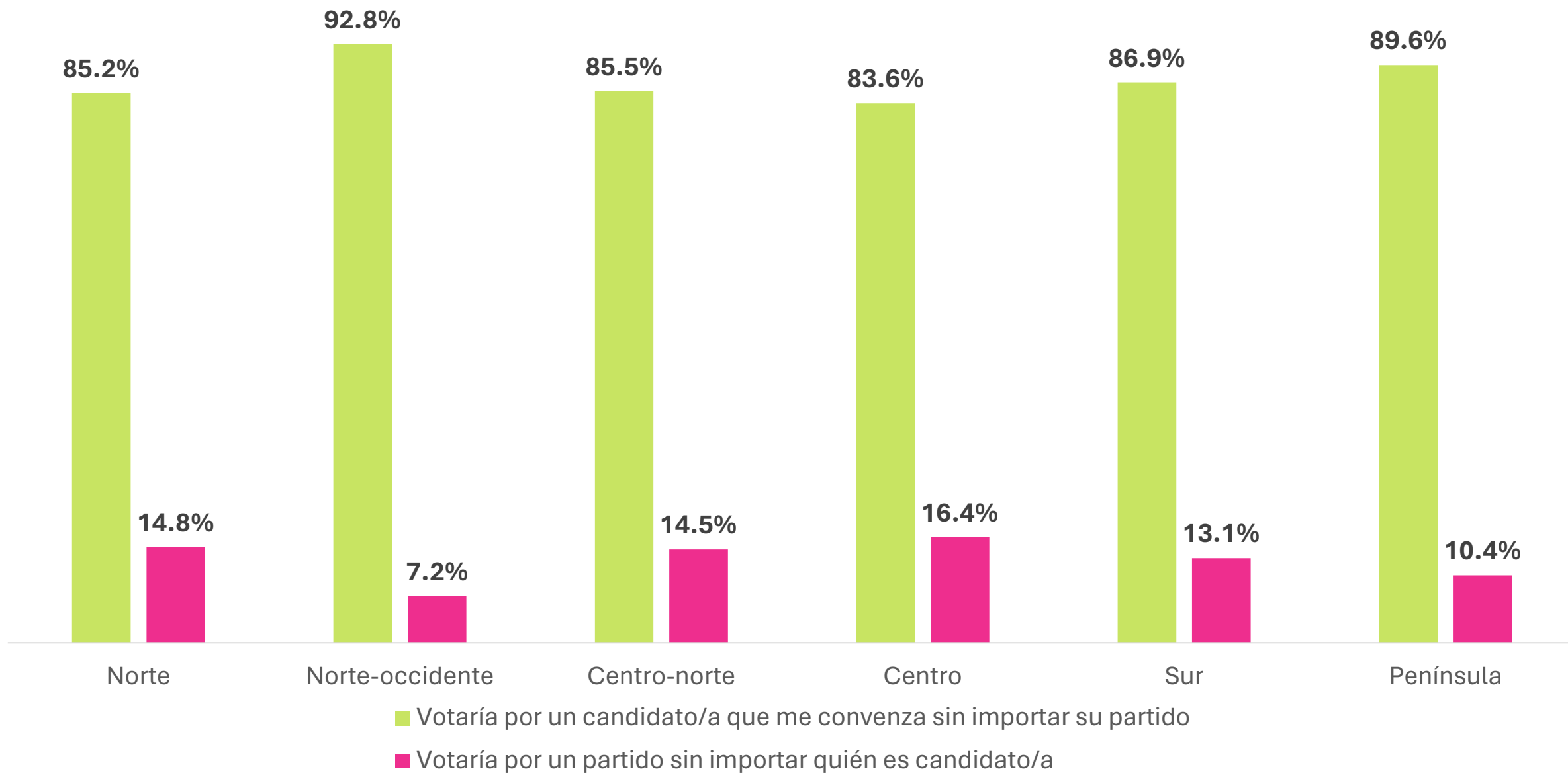


# Voto 2024.

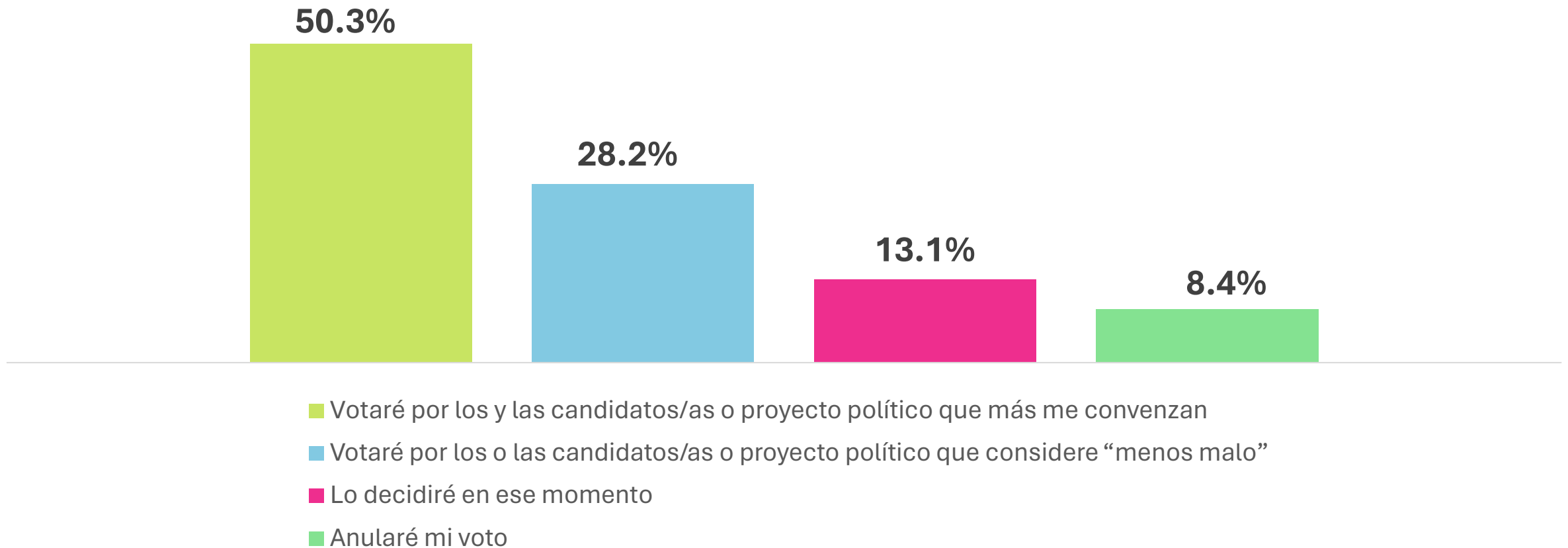


- Votaría por un candidato/a que me convenza sin importar su partido
- Votaría por un partido sin importar quién es candidato/a

# Voto 2024\* región



# Voto 2024.



**La decisión no es sencilla.** Decantarse por un proyecto político o un candidato es incierto **cuando prevalece la desconfianza, el desconocimiento e incredulidad.**

Los jóvenes quieren candidatos que cumplan sus promesas, preparados y trabajando por el bien común.

Están presentes las sensaciones de incertidumbre, inseguridad y **una latente preocupación por tomar la decisión correcta.**

Es práctico **votar por el mismo partido** para todos los cargos porque ello garantiza que las iniciativas y propuestas se realicen. Otros prefieren **diferenciar el voto para garantizar sobrepesos.**

# ¿Por quién votar? ¿Cómo votar?

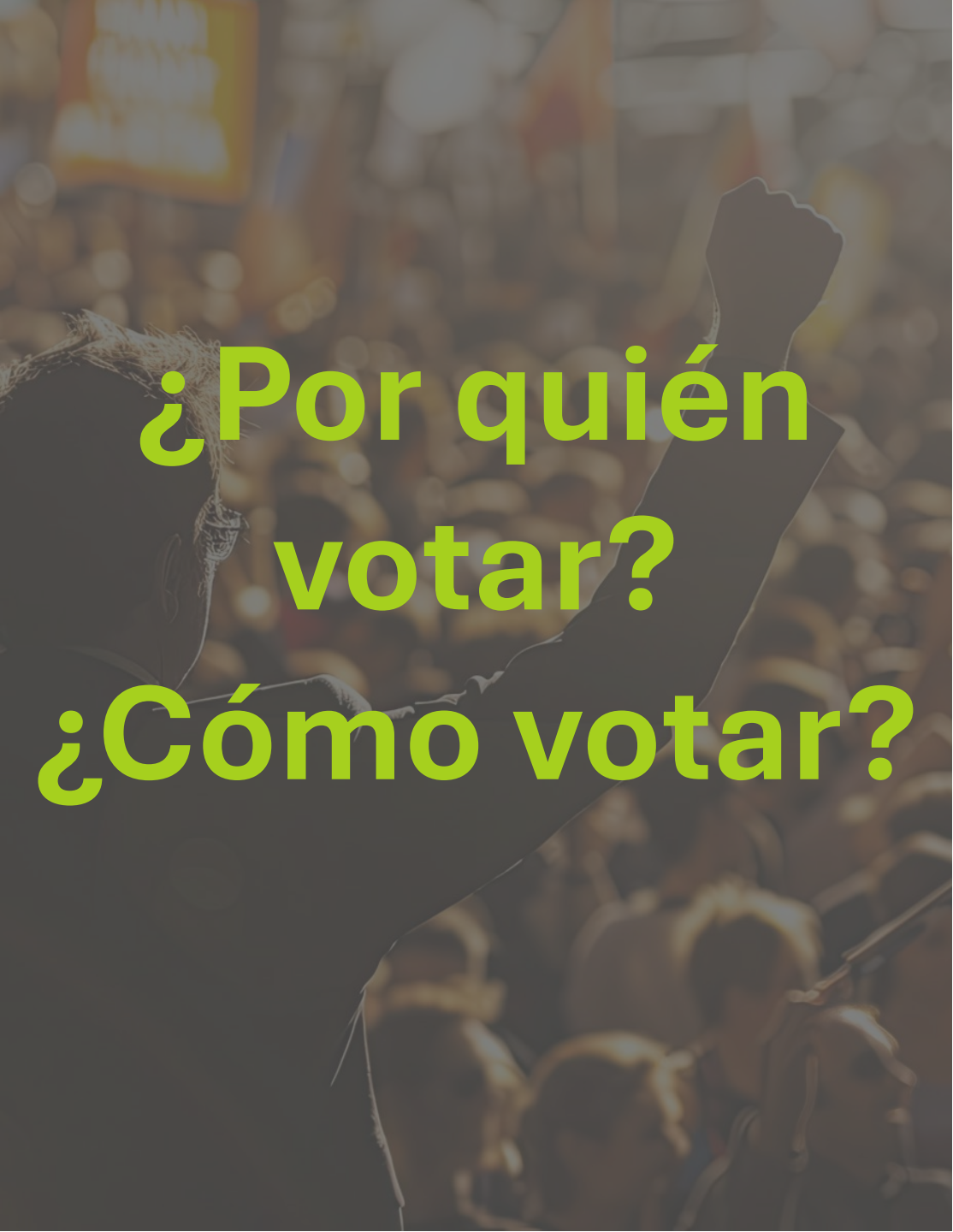
El voto recae en el candidato, y en las propuestas más que en la plataforma de un partido político.

El trabajo previo del candidato o partido es considerado para tomar la decisión.

El ambiente de inseguridad (asesinatos a candidatos) causa preocupación y ansiedad sobre el curso de la campaña, por la elección y el futuro.

Aún hay indecisión y quieren informarse.





**¿Por quién  
votar?  
¿Cómo votar?**

*"Un poco de preocupación no hay forma que sepas si era o no la decisión correcta hasta que ya se tomó." MED*

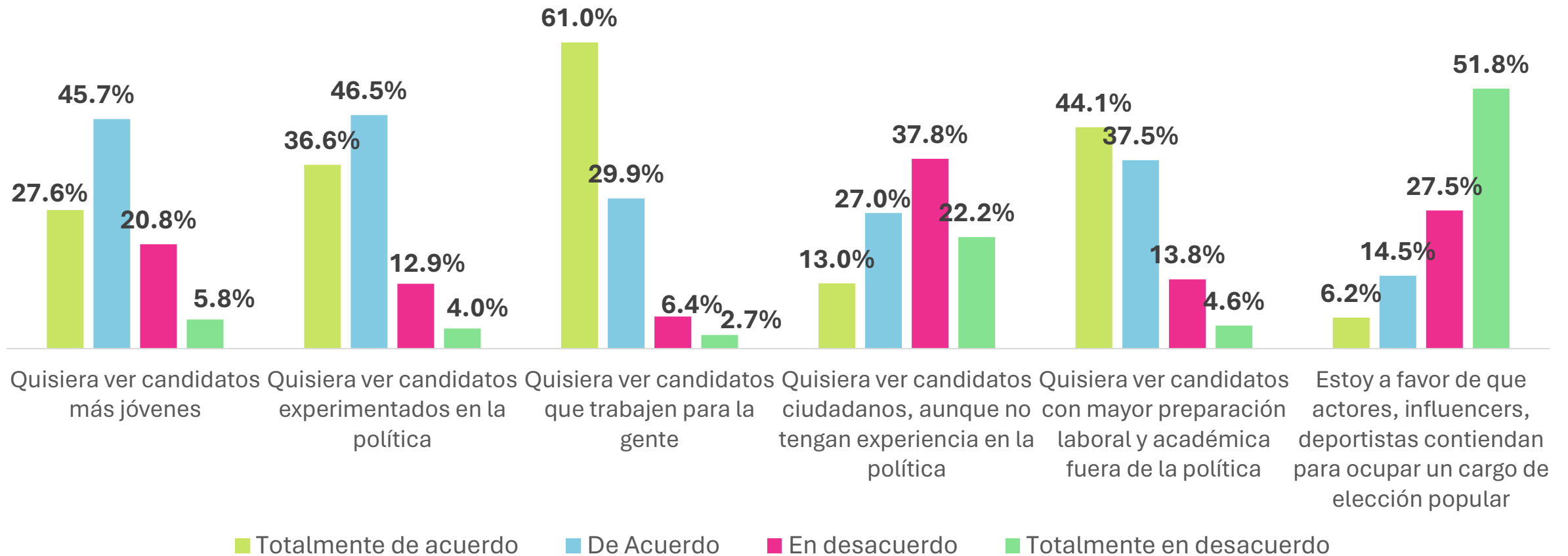
*"Para los Senadores pondría igual al partido del Presidente para que todo el gabinete apoye" MTY*

*"Me iría por el partido completo" CDMX*

*"que se escuche una persona preparada, estudiada, que sepa lo que está hablando" MED*

*"si no te informas y solo votas por nada más así porque sí, ni siquiera sabes por quien estás votando, nada más porque los demás votan, pues no". CDMX*

# Opiniones sobre el proceso electoral.



## Desconfianza en los políticos

Desconfían de los políticos que:

No conocen

Son figuras permanentes

Cambian de partido

No cumplen

Son corruptos

No están preparados, no son profesionales

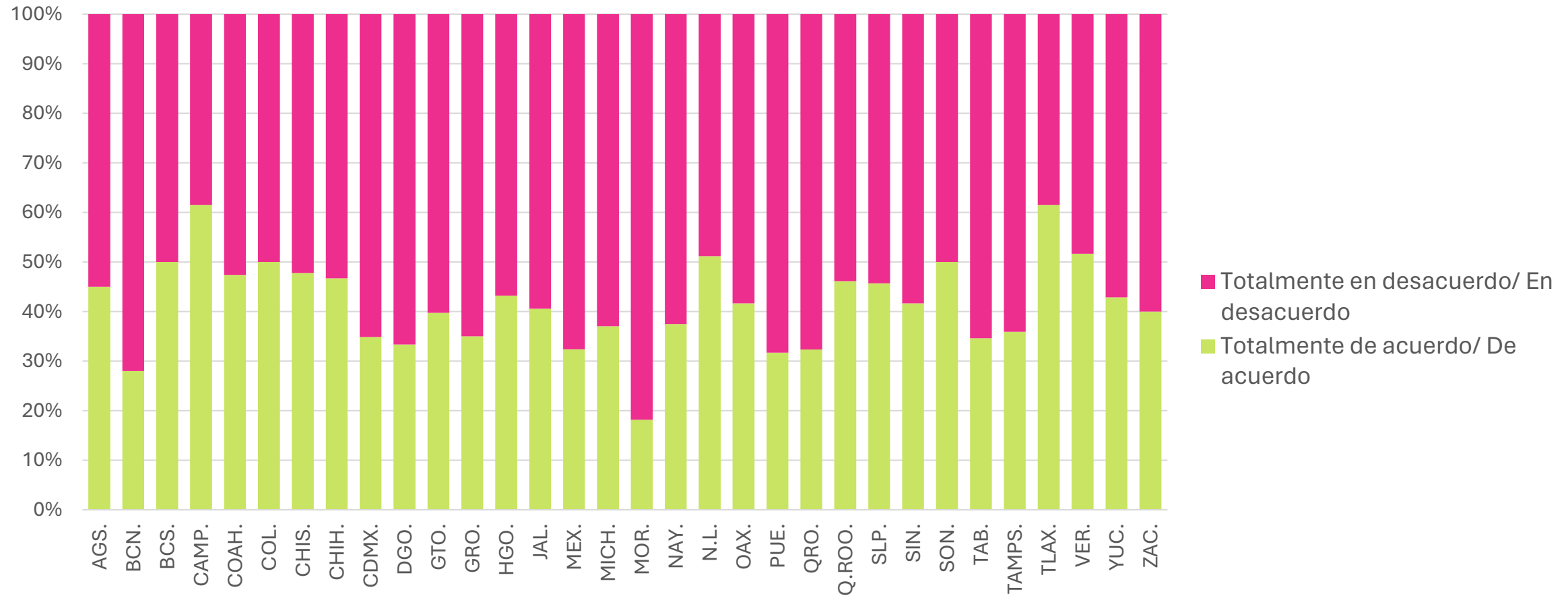
Que no toman con seriedad su cargo y responsabilidades

“desconfío de los políticos, no te conozco. ¿Qué has hecho por nosotros?” (MTY)

“Lo que primero me genera desconfianza es que ves las mismas caras de siempre o sea a veces simplemente es un rebranding, cambian de partido político, saltan de uno a otro y de repente ves a este que estaba acá y que estaba peleado a muerte con los políticos y de repente lo ves en este otro lado”. (MTY)

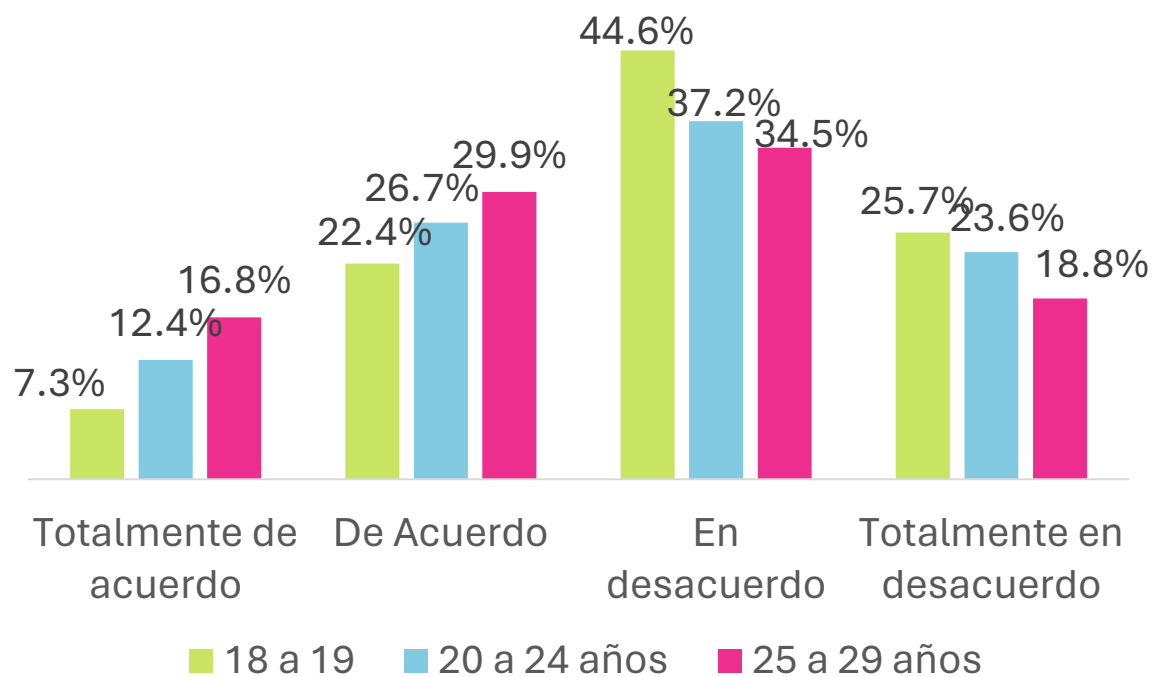
“muchas veces todo lo que nos dicen son simplemente palabras al aire a convencer a todos de que lleguen al poder.” (CDMX)

# Quisiera ver candidatos ciudadanos, aunque no tengan experiencia en política.

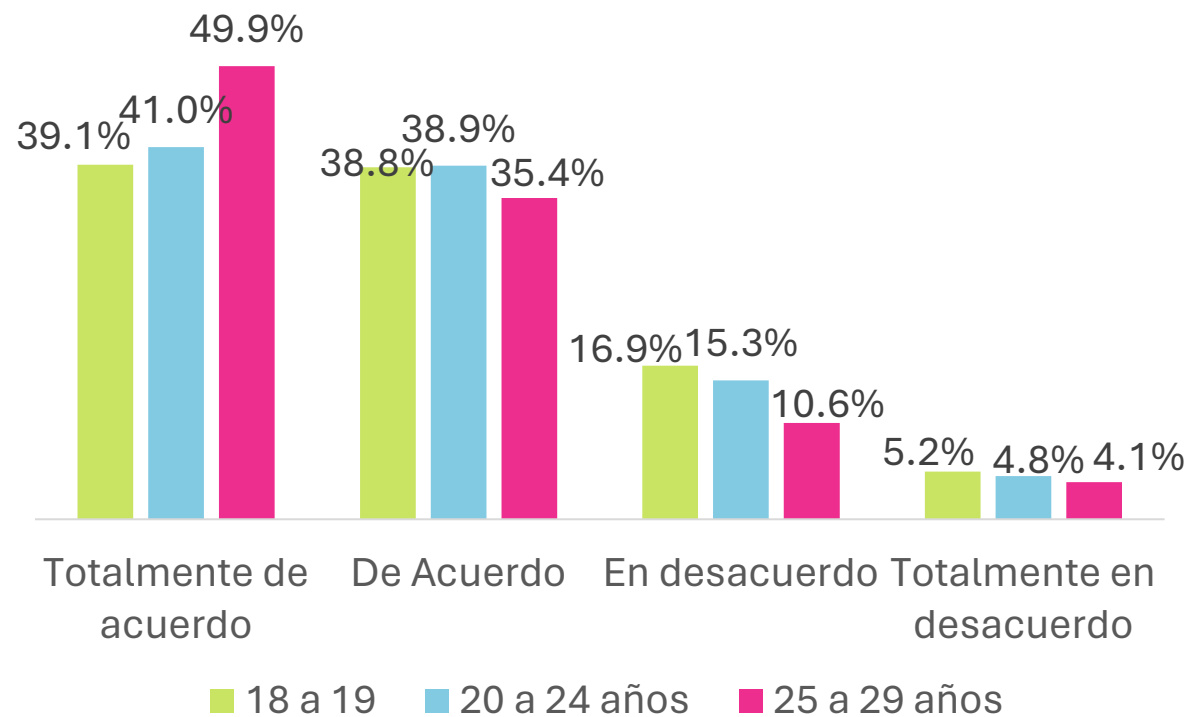


# Opiniones sobre el proceso electoral\*edad

Quisiera ver candidatos ciudadanos, aunque no tengan experiencia en la política



Quisiera ver candidatos con mayor preparación laboral y académica fuera de la política



# Estoy a favor de que actores, influencers, deportistas contiendan para ocupar un cargo de elección popular.



# Política, redes e influencers

Los participantes externan disgusto ante la participación de influencers /figuras públicas en la política. No son vistas como voces autorizadas para hablar de política, para incursionar en ella, para invitar a la participación y tampoco para influir en el voto.

Rechazan la participación de figuras públicas (actores, cantantes, conductores, tiktokers, youtubers) porque no cuentan con conocimiento en el ámbito político. Aseguran que sus recomendaciones no son auténticas, ya que solo promueven a partidos políticos a cambio de incentivos económicos, lo cual es percibido por algunos como un acto de corrupción.

Existen excepciones que podrían otorgar fiabilidad a estas personalidades (influencers), por ejemplo, si su contenido se ha caracterizado por abordar asuntos públicos, causas sociales o ser experto en el tema.

El grupo de Monterrey tiene opiniones más críticas sobre el poder de las redes sociales, el uso político e impacto en las elecciones.

# Política, redes e influencers

“me da a entender que cualquier idiota...nada más porque hace videos de su vida puede estar en un puesto político, ¿cómo...me va a mí a definir mi futuro y va a tomar buenas decisiones para el país?” (MTY)

“...personas que son influencers que motivan al voto para mí eso habla mal de la persona porque para mí recibió un incentivo" MTY

“Sería dependiendo... si veo que es por ejemplo un canal serio donde se imparte en cuestión, por ejemplo, del maltrato animal, una fundación que diga ‘miren este presidente está haciendo esto y esto’, pero que sea reconocido que es totalmente cierto las cosas que se dicen en ese canal... los que nada más hacen contenidos de bromas o de bailes y así, no.” (CDMX)

“Hace un sexenio salieron bastantes personas medio famosas diciendo que el mejor partido era el partido verde, pero ya después como que ya salió la verdad de que les estaban pagando y así, entonces no me debo dejar de influenciar por ninguna persona y en este caso es más que nada votar por mi decisión propia.” (MED)



A hand holding a megaphone next to a ballot box labeled 'VOTE'. The background is a dark blue-grey color with a faint lightning bolt and a speech bubble icon. The text is in a bright yellow-green color.

# ¿Cómo comunicarse con los jóvenes?

Diseñando estrategias “con propósito”, enfocadas en hablar y actuar sobre problemáticas relevantes para los jóvenes (cuidado de los animales, medio ambiente, reparación de infraestructura urbana).

Acercamiento con las instituciones educativas.

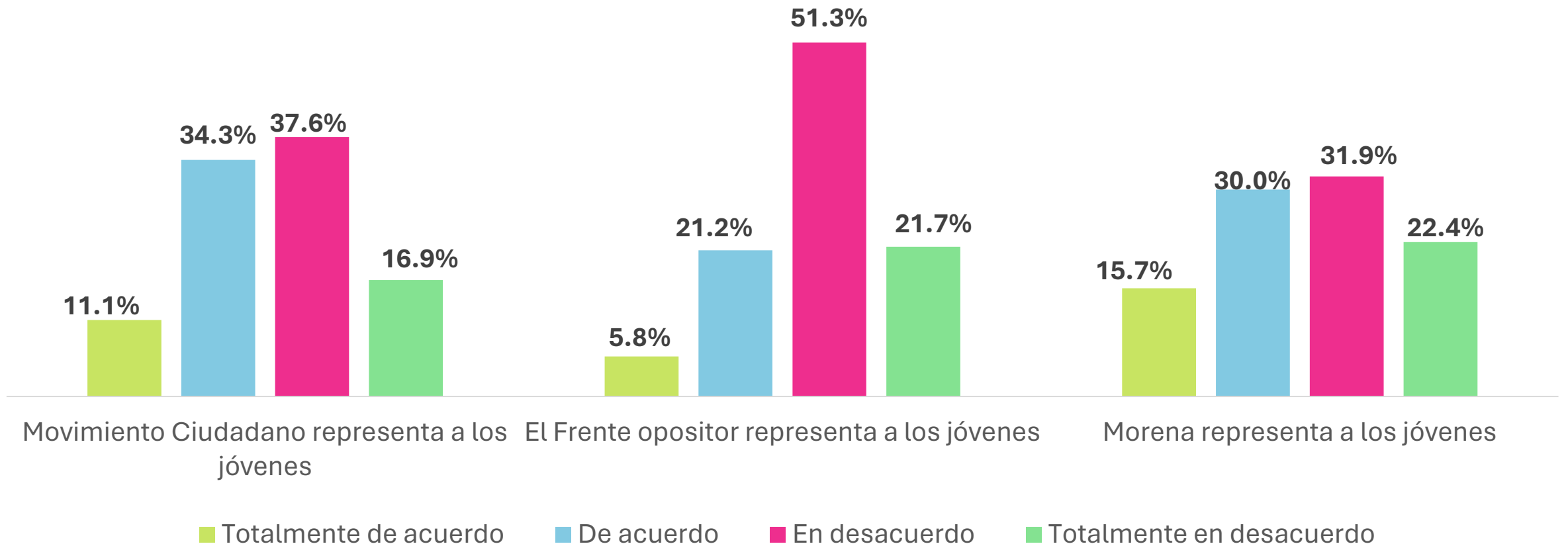
Esperan recibir información de manera sencilla, sintetizada y digerible, idealmente por redes sociales. El material impreso es inadecuado.

El principal medio que prefieren los jóvenes son las RRSS en la siguiente jerarquía son : Tik Tok, Instagram y Facebook.

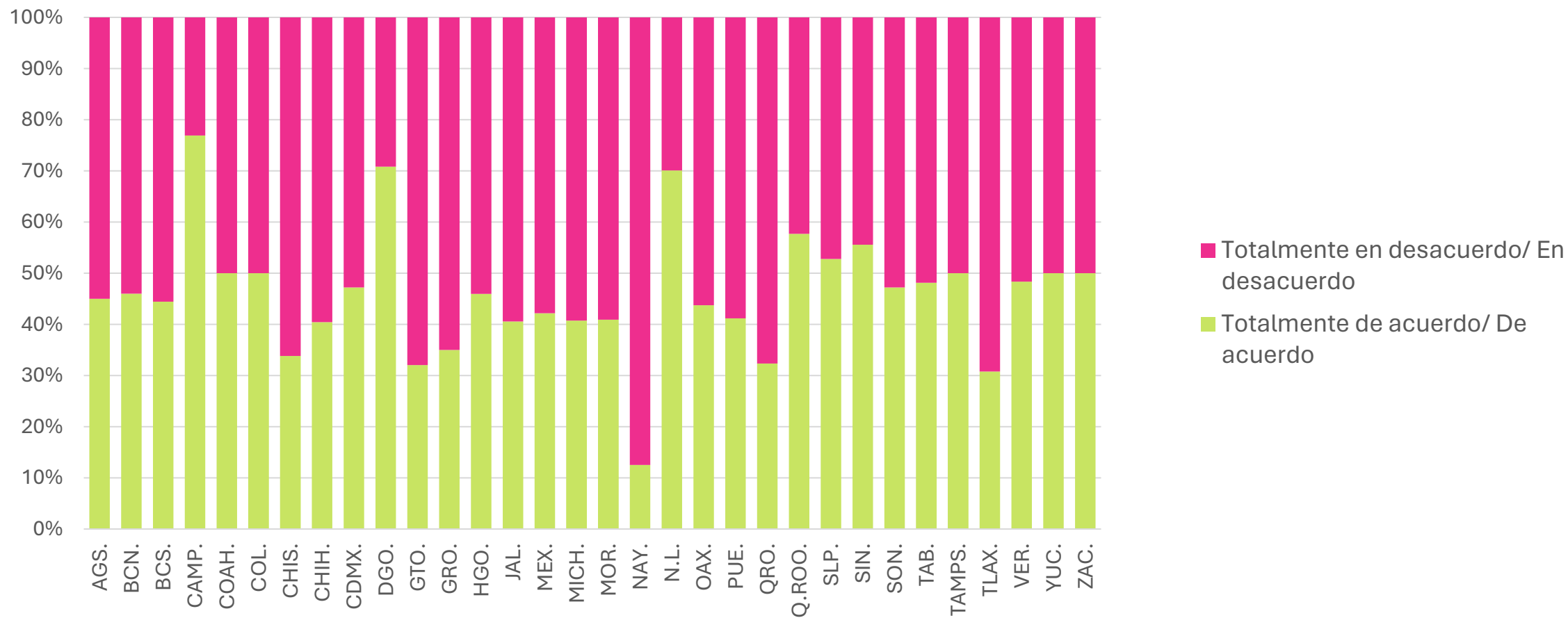
“Depende de qué tanto es, si es de un video de 10 horas lo paso, si es una historia de Instagram que puedo leer en unos segundos me quedo a leerlo.” (MED)

"Si se me atraviesa [un video político] entre los TikTok que estoy viendo...que me llame la atención y que trata de explicarme lo que me propone no creo que me lo salte si me toma 30 segundos verlo” (MTY)

# ¿Qué tan de acuerdo estás con las frases...?



# Movimiento Ciudadano representa a los jóvenes.



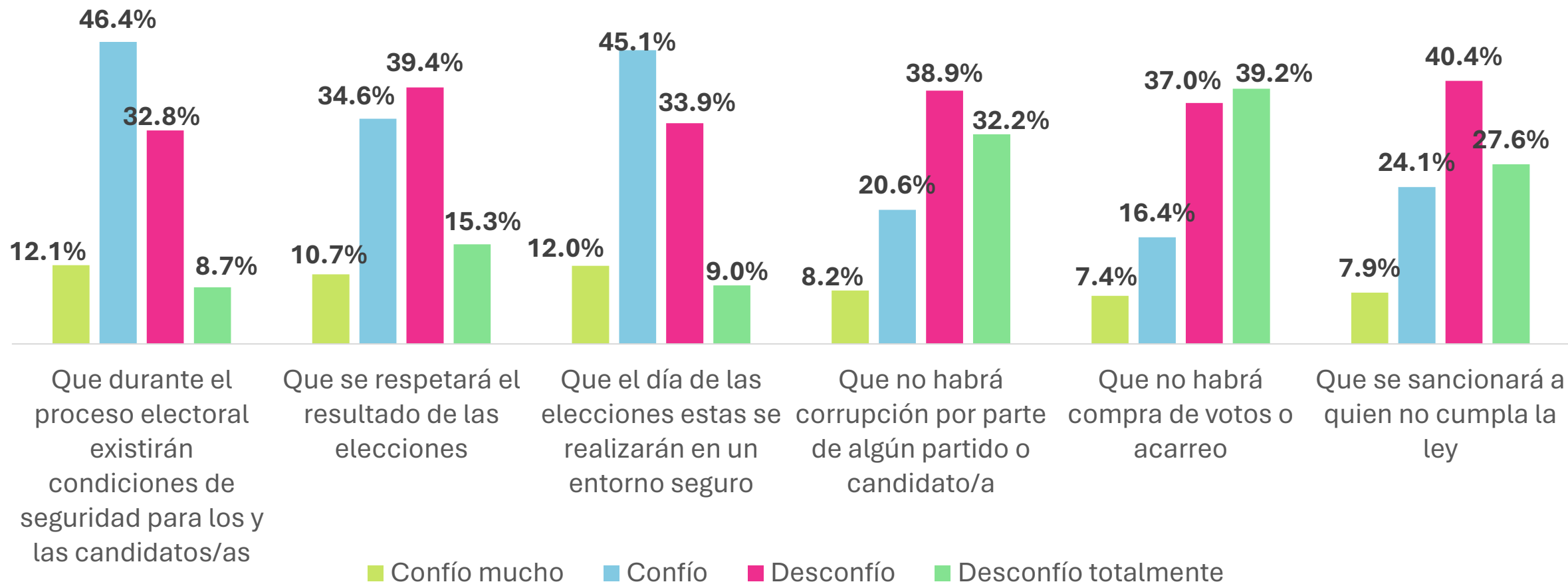
# El Frente Opositor representa a los jóvenes.



# Morena representa a los jóvenes.

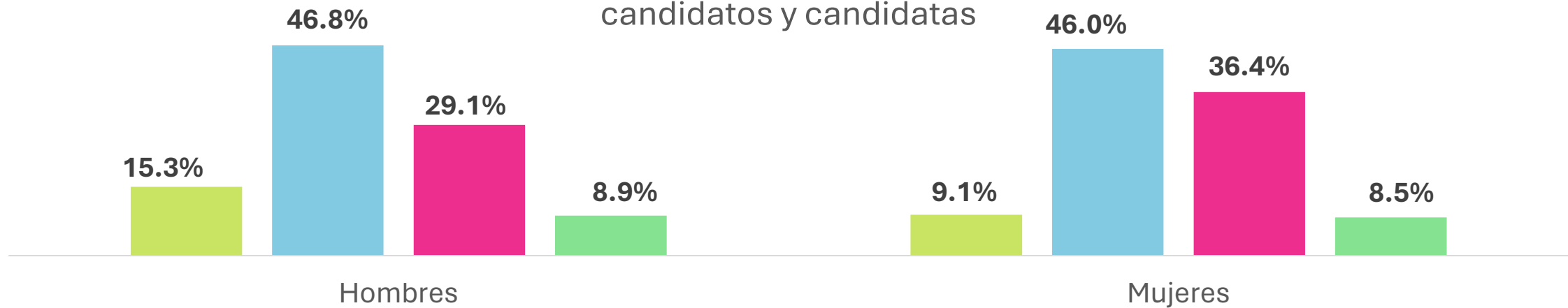


# Pensando en el proceso electoral ¿qué tanto confías en...?

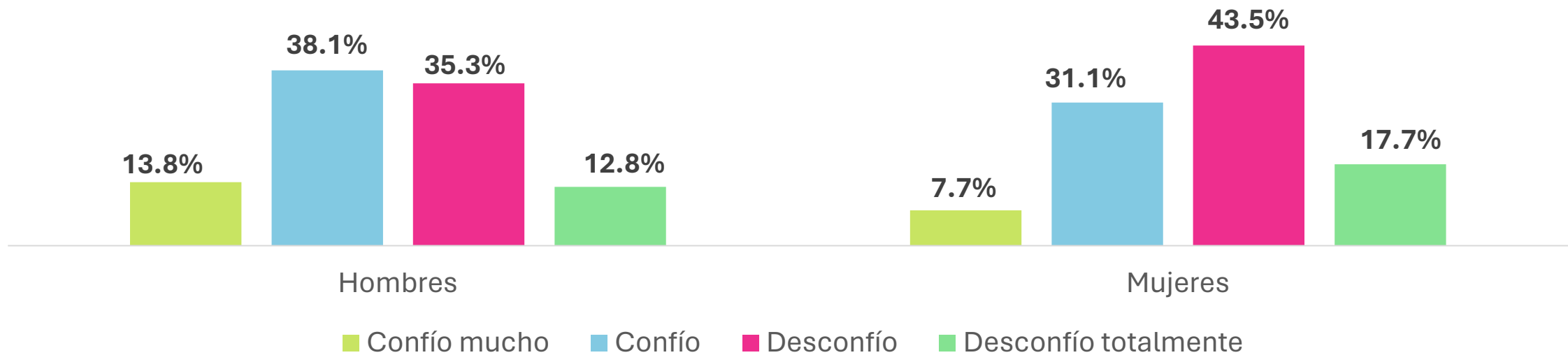


# ¿Qué tanto confías en que...?\*género

Durante el proceso electoral existirán condiciones de seguridad para los candidatos y candidatas

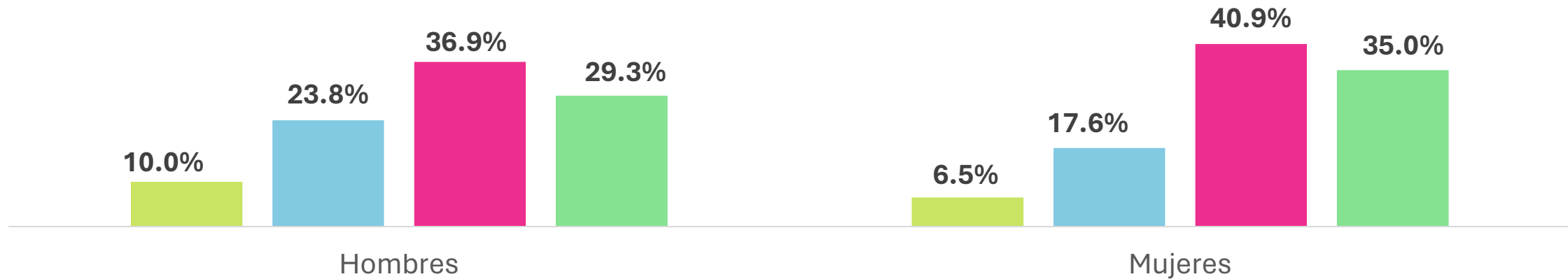


Se respetará el resultado de las elecciones

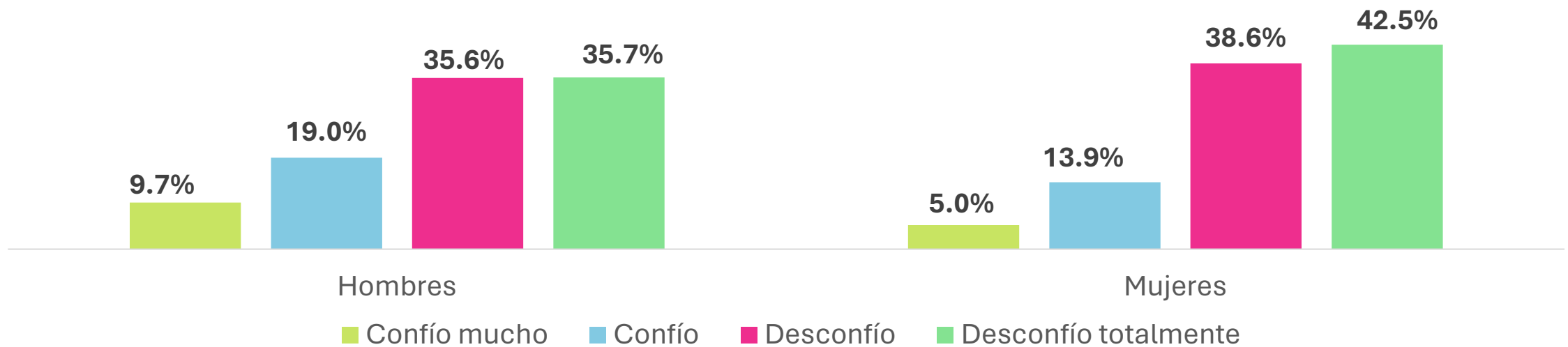


# ¿Qué tanto confías en...?\*género

Que no habrá corrupción por parte de un partido o candidato

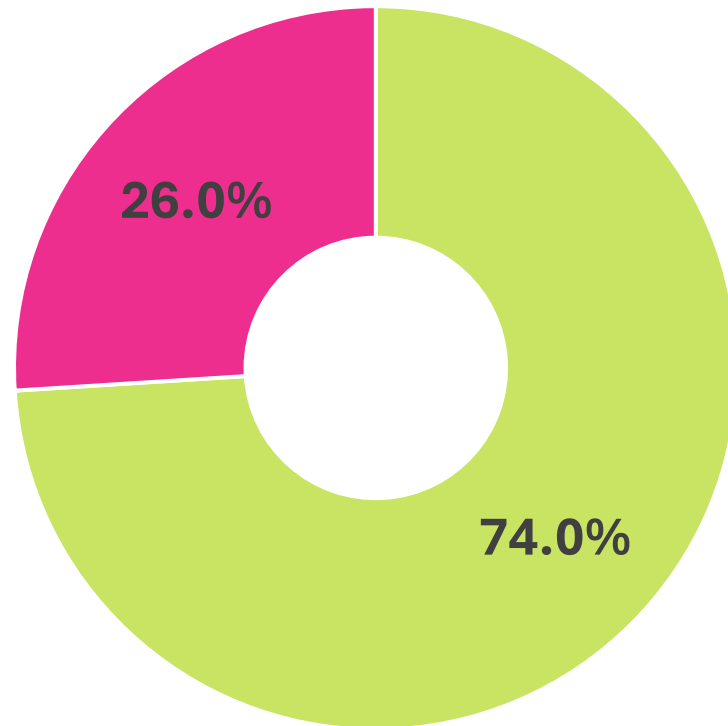


Que no habrá compra de votos





# Antecedentes de participación electoral.

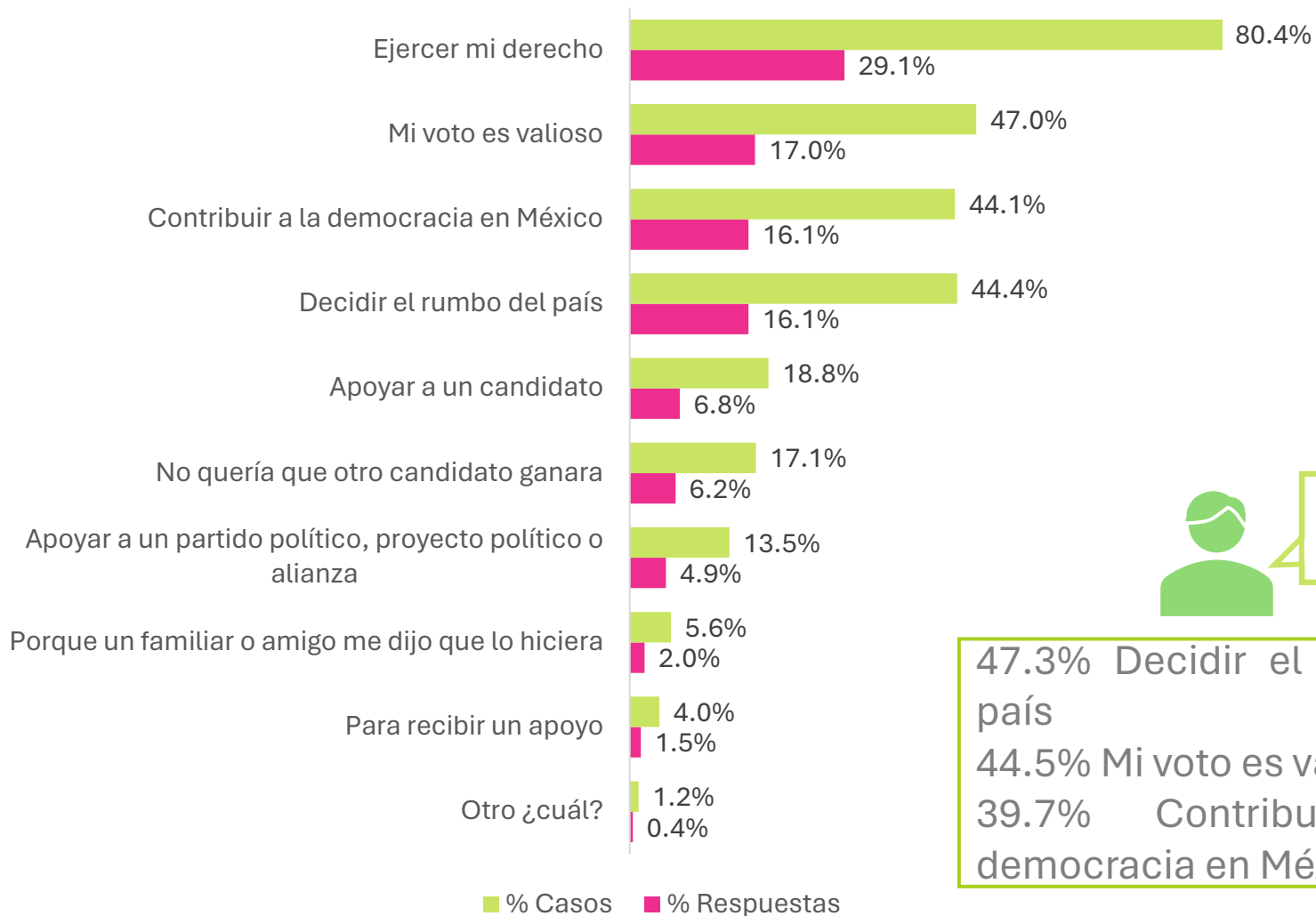


- He votado anteriormente
- No he votado anteriormente

76.6% de las mujeres ha acudido a votar versus 71.5% de los hombres.

# Antecedentes de participación electoral

## ¿Cuáles fueron las motivaciones para ir a votar?



A mayor edad, incrementa el porcentaje de quienes votaron para ejercer su voto y porque lo consideran valioso.


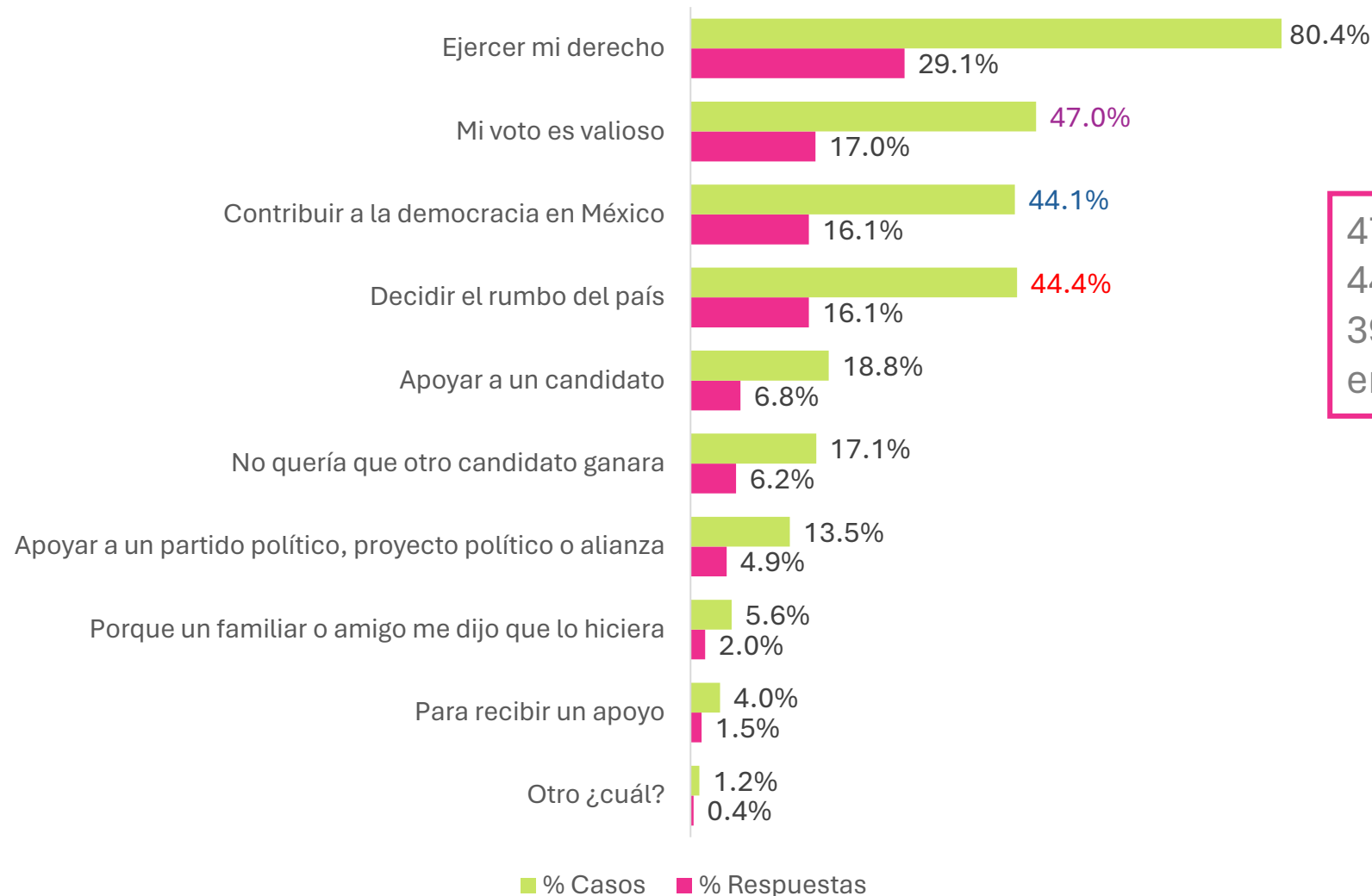
¿Por qué fui a votar?

47.3% Decidir el rumbo del país  
44.5% Mi voto es valioso  
39.7% Contribuir a la democracia en México


49.3% Mi voto es valioso  
48% Contribuir a la democracia en México  
41.8% Decidir el rumbo del país

# Antecedentes de participación electoral

## ¿Cuáles fueron las motivaciones para ir a votar?

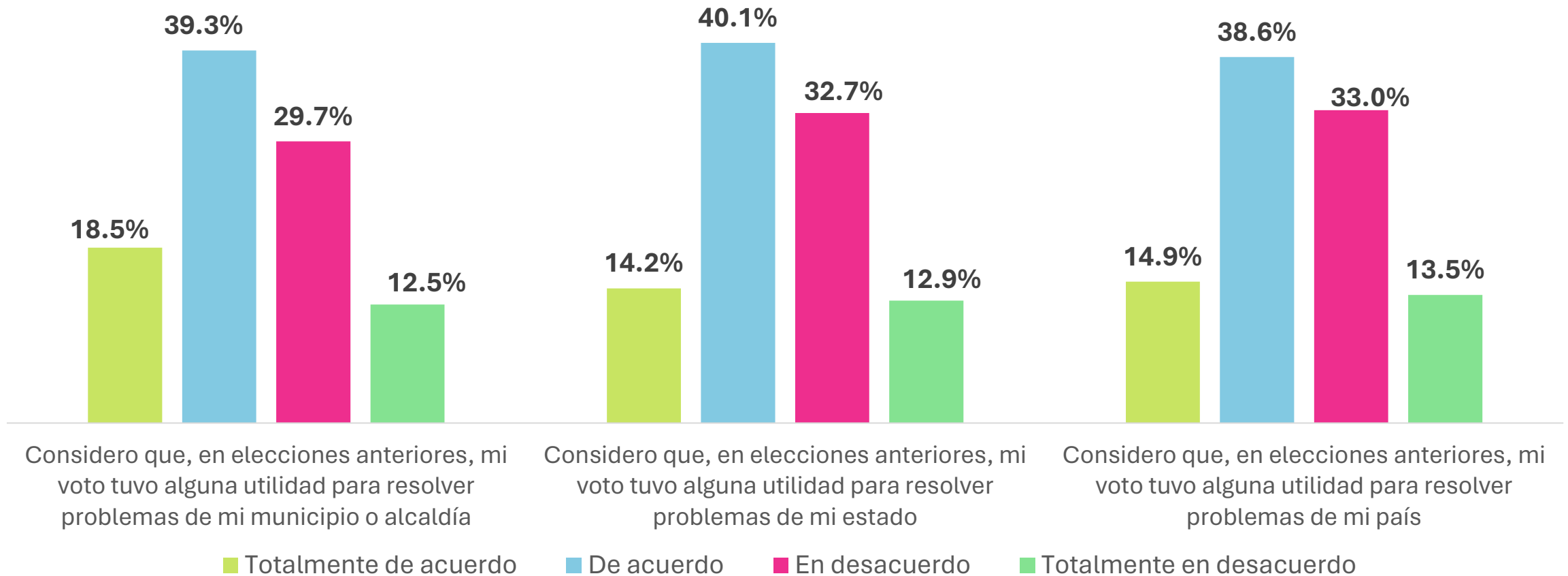


47.3% Decidir el rumbo del país  
44.5% Mi voto es valioso  
39.7% Contribuir a la democracia en México

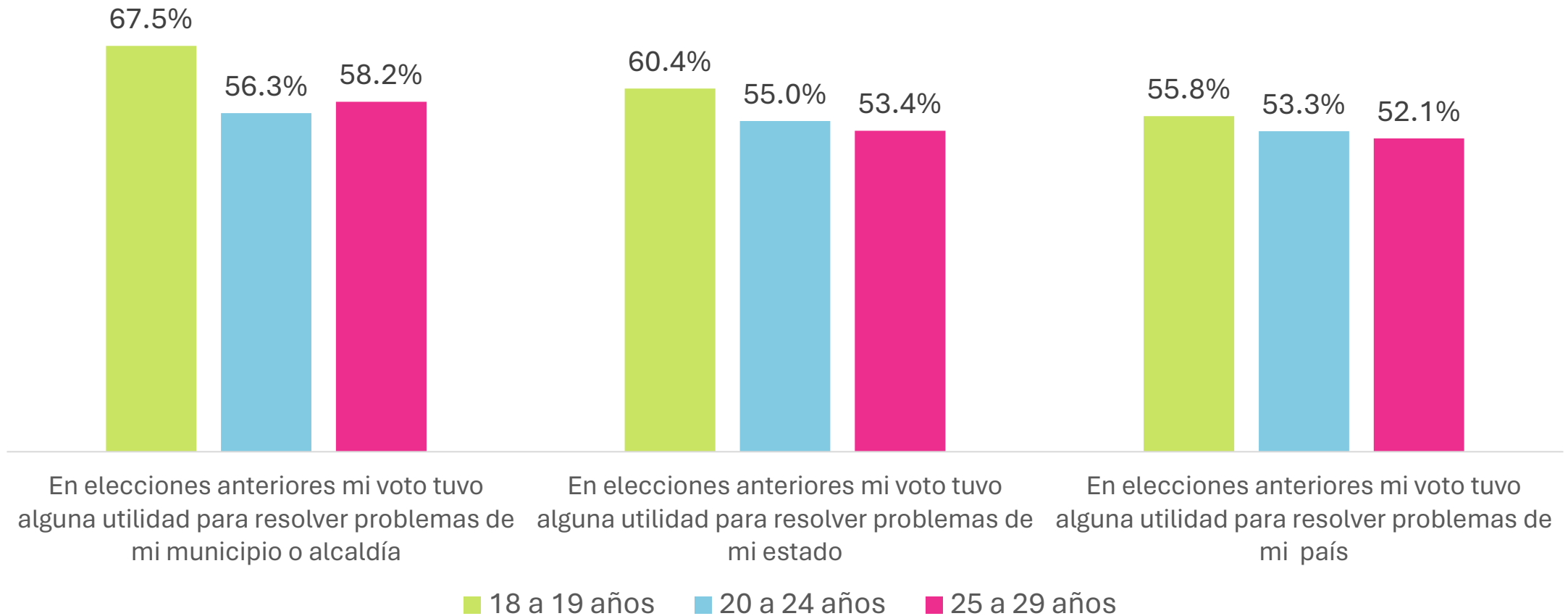


49.3% Mi voto es valioso  
48% Contribuir a la democracia en México  
41.8% Decidir el rumbo del país

# Valoración del voto en la elección previa.



# Valoración del voto en la elección previa.\*



\*Solo se reportan las respuestas Totalmente de acuerdo y de acuerdo.

# Jóvenes, ¿animados a votar? ¿cómo motivarlos?

En general, los jóvenes piensan ir a votar, incluso quienes no han decidido por quién. El temor a tomar una mala decisión, la ansiedad a equivocarse son algunas sensaciones que los marque para no votar ahora y en el futuro.

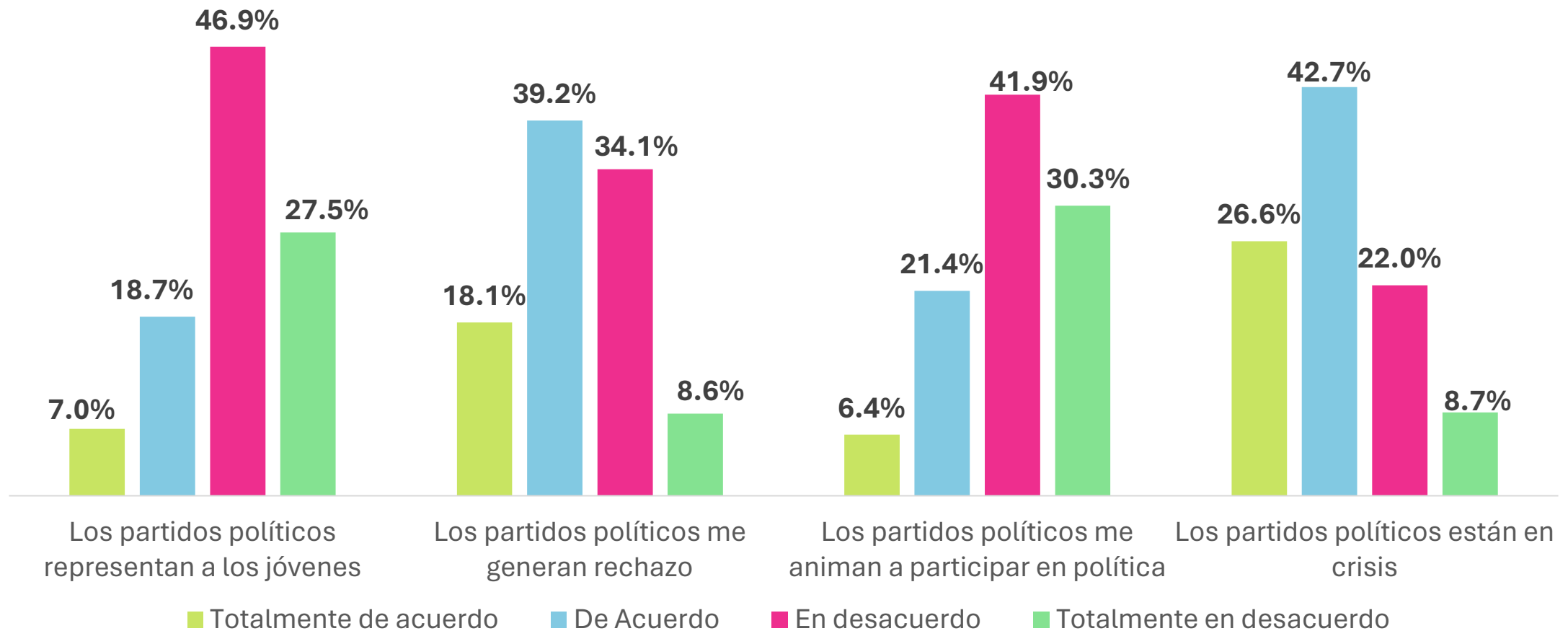
Perciben que hay desinformación y desencanto por participar en el proceso. Es por ello que, la información, la cercanía, escuchar a los candidatos, en debates atractivos con propuestas pueden ser un diferenciador que impulse a los jóvenes a llevar su apoyo a las urnas.

"para empezar mucha desinformación y creo que en general muy desmotivados, yo no veo que ni mis compañeros ni de uni, ni de trabajo hablen de eso, ni tampoco sea muy importante realmente" MTY

la mayoría de la gente está enfocada en otras cosas más que en pensar en el futuro del país, que por quien va a ser el presidente" MTY

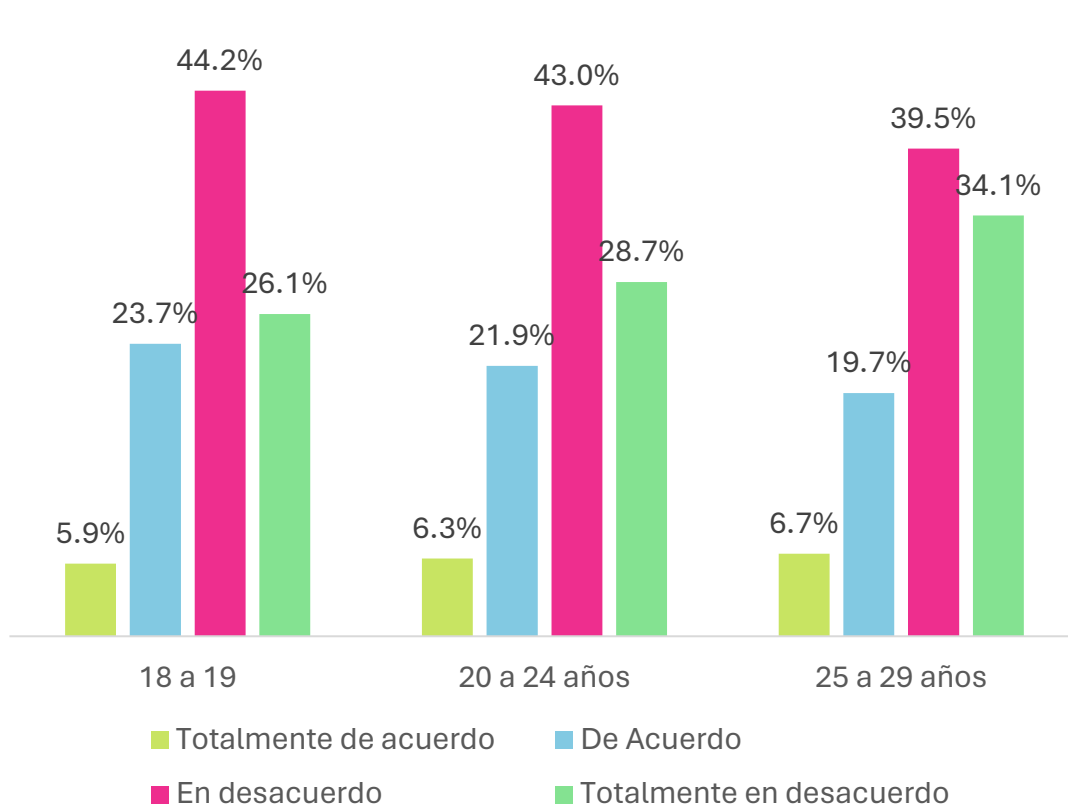
"debe ser el candidato y me gustaría una persona joven que esté ahí que yo lo vea, que vea sus propuestas, hay un partido que está utilizando mucho hacia los jóvenes que ese partido veo que toma acciones con los jóvenes" MID

# Percepción sobre los partidos políticos.

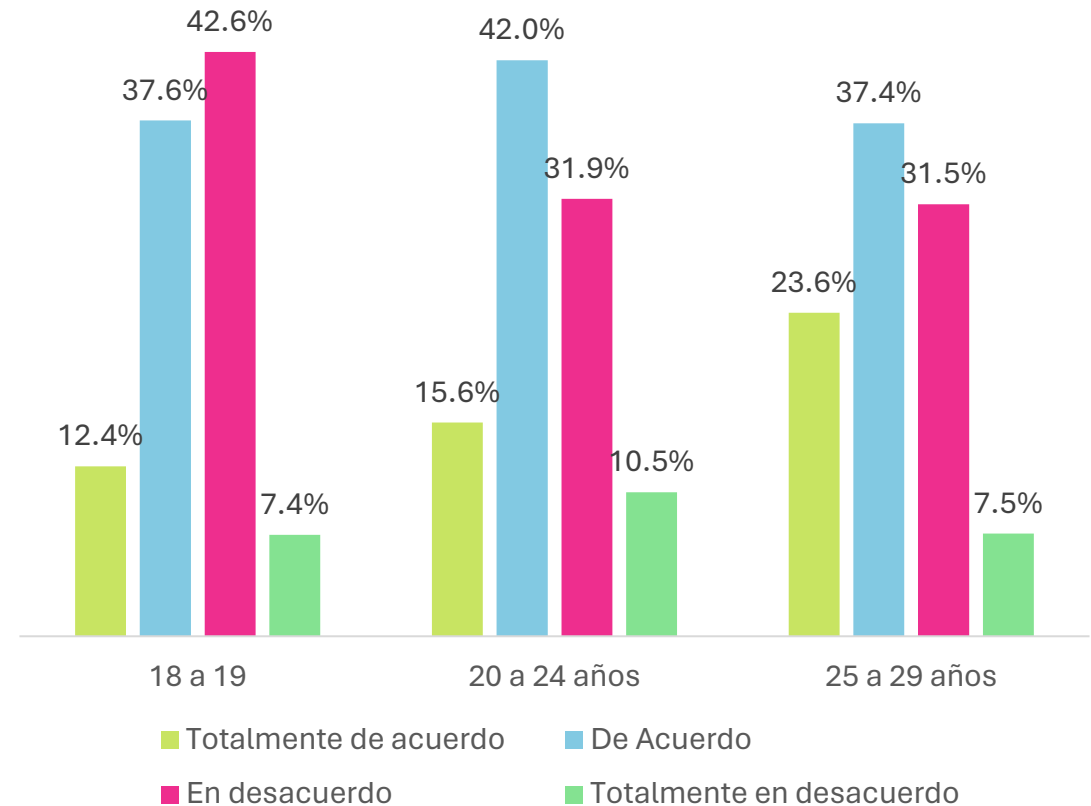


# Percepción sobre los partidos políticos\*edad

## Los partidos políticos me animan a participar en política



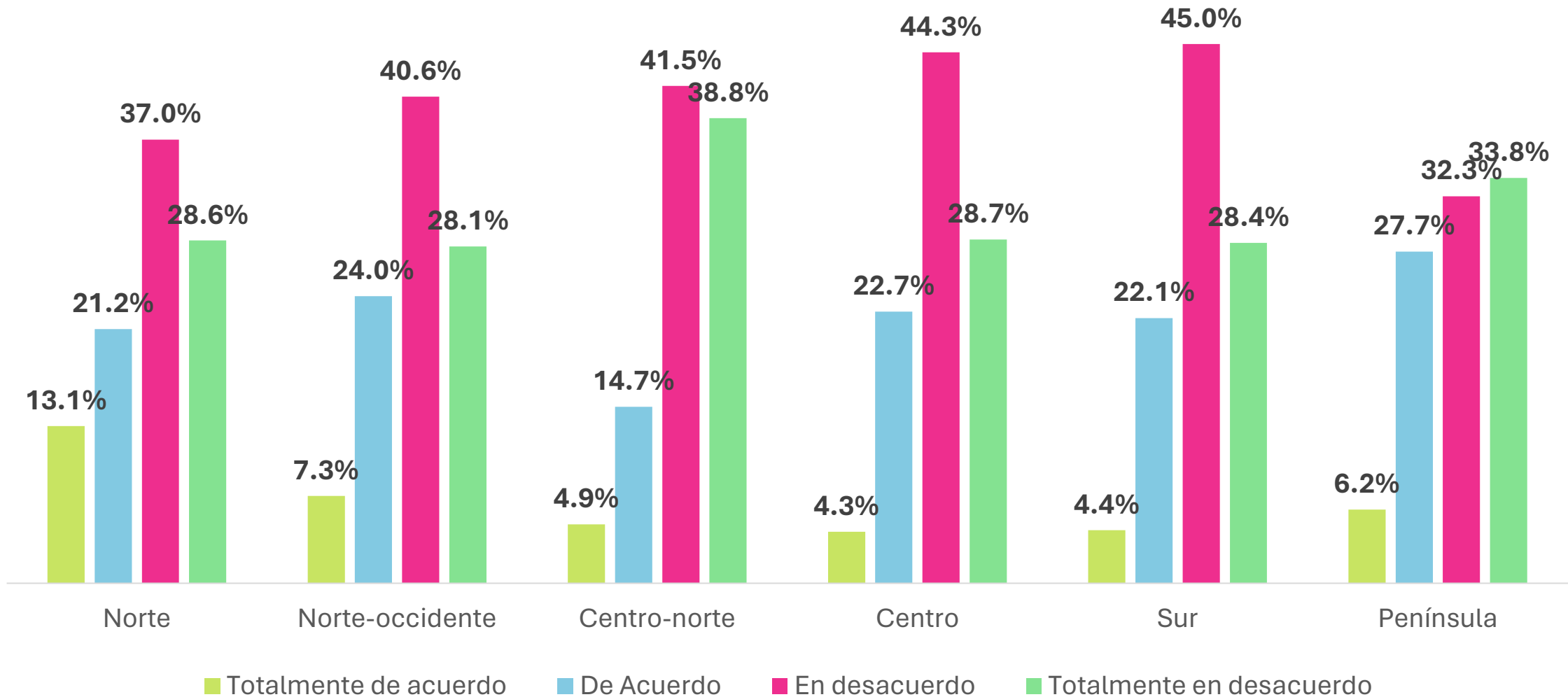
## Los partidos políticos me generan rechazo





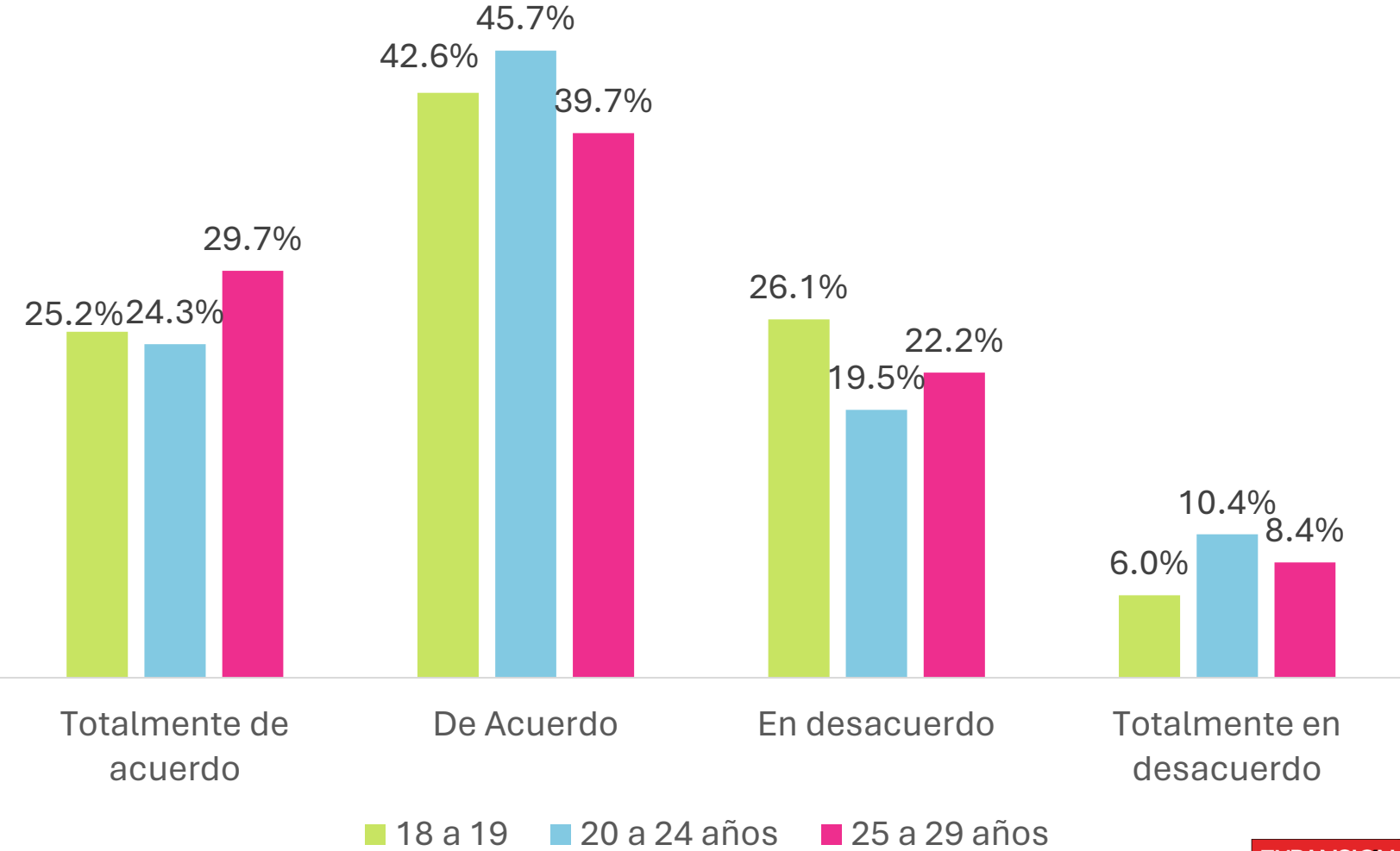
# Percepción sobre los partidos políticos\*región

Los partidos políticos me animan a participar



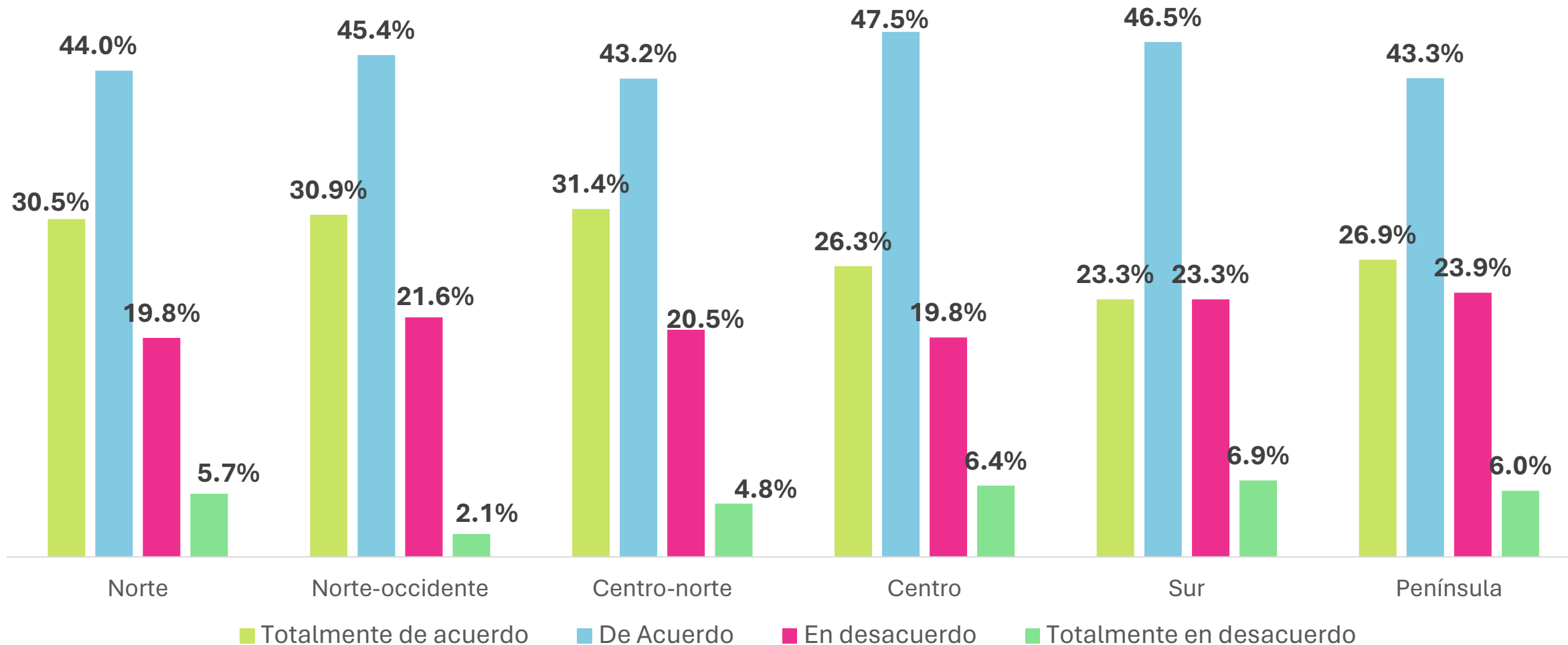
# Percepción sobre los partidos políticos\* edad.

Los partidos políticos están en crisis



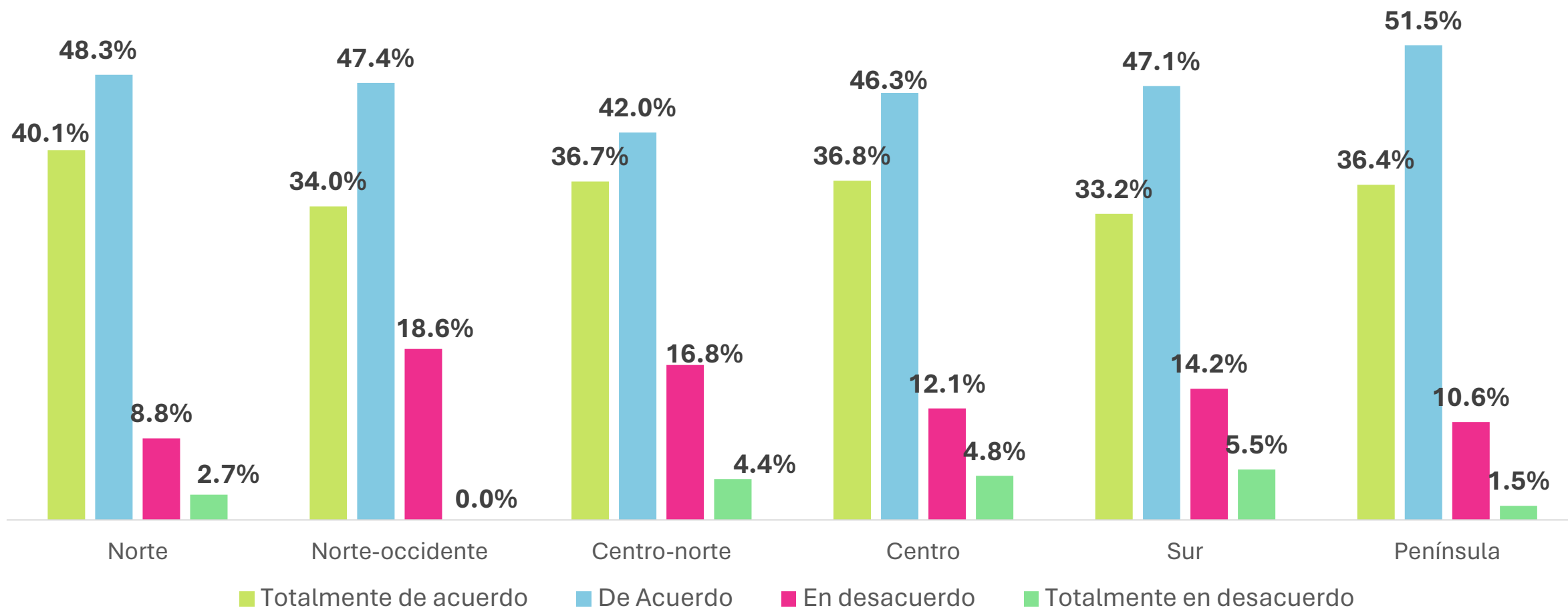
# Opiniones sobre el proceso electoral\*región

## Quisiera ver candidatos más jóvenes



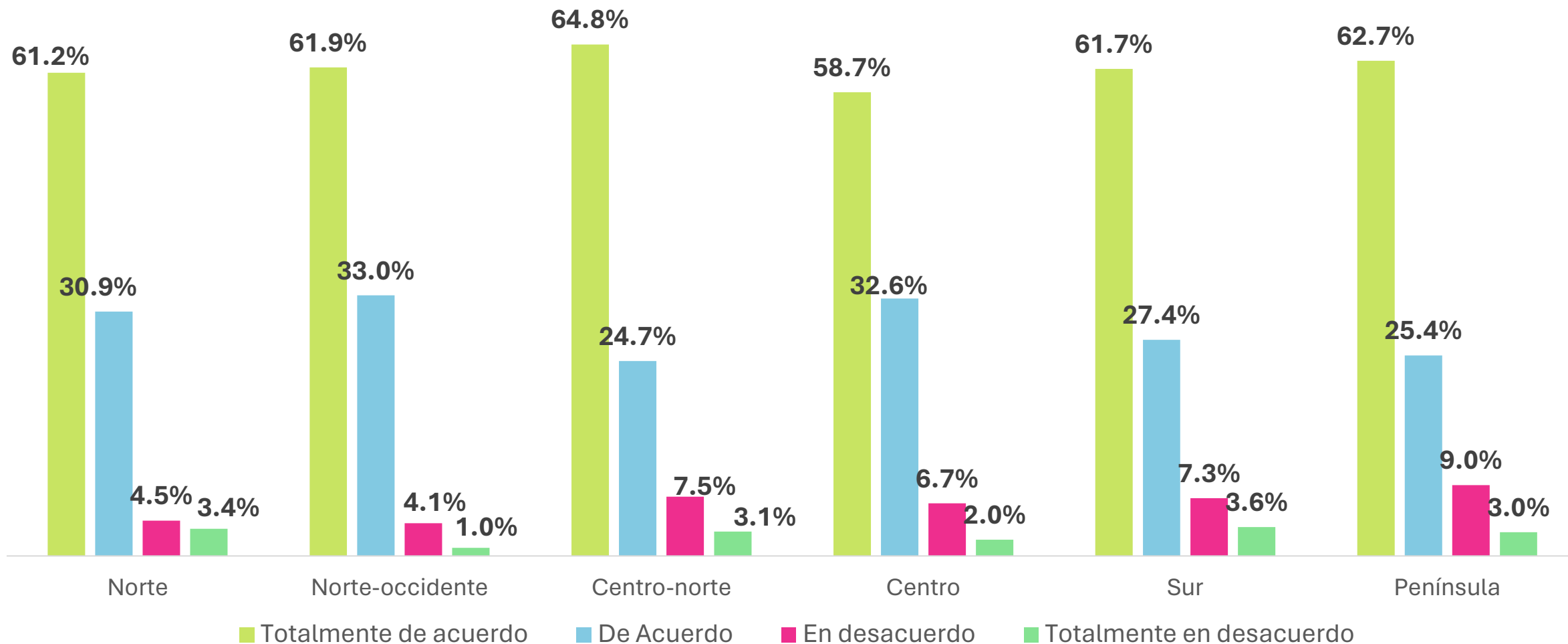
# Opiniones sobre el proceso electoral\*región

Quisiera ver candidatos experimentados en la política



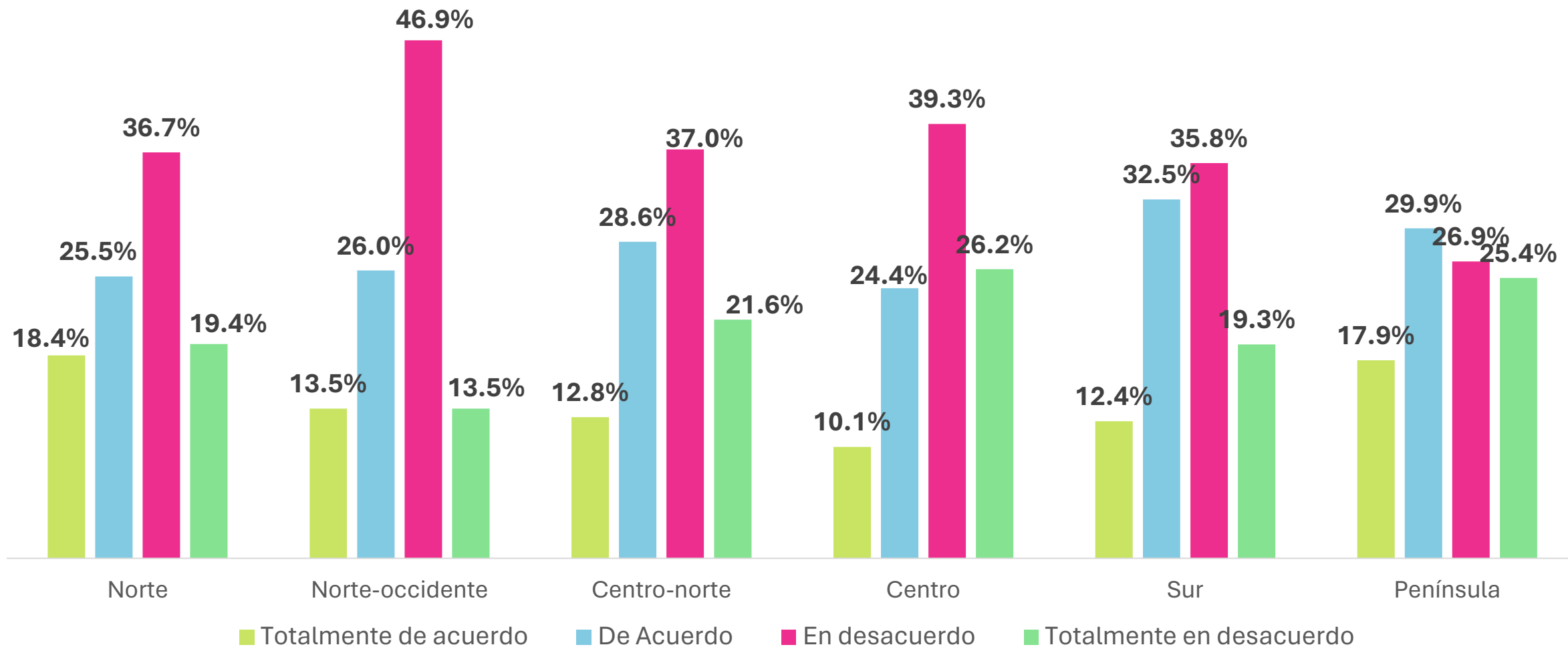
# Opiniones sobre el proceso electoral\*región

Quisiera ver candidatos que trabajen para la gente



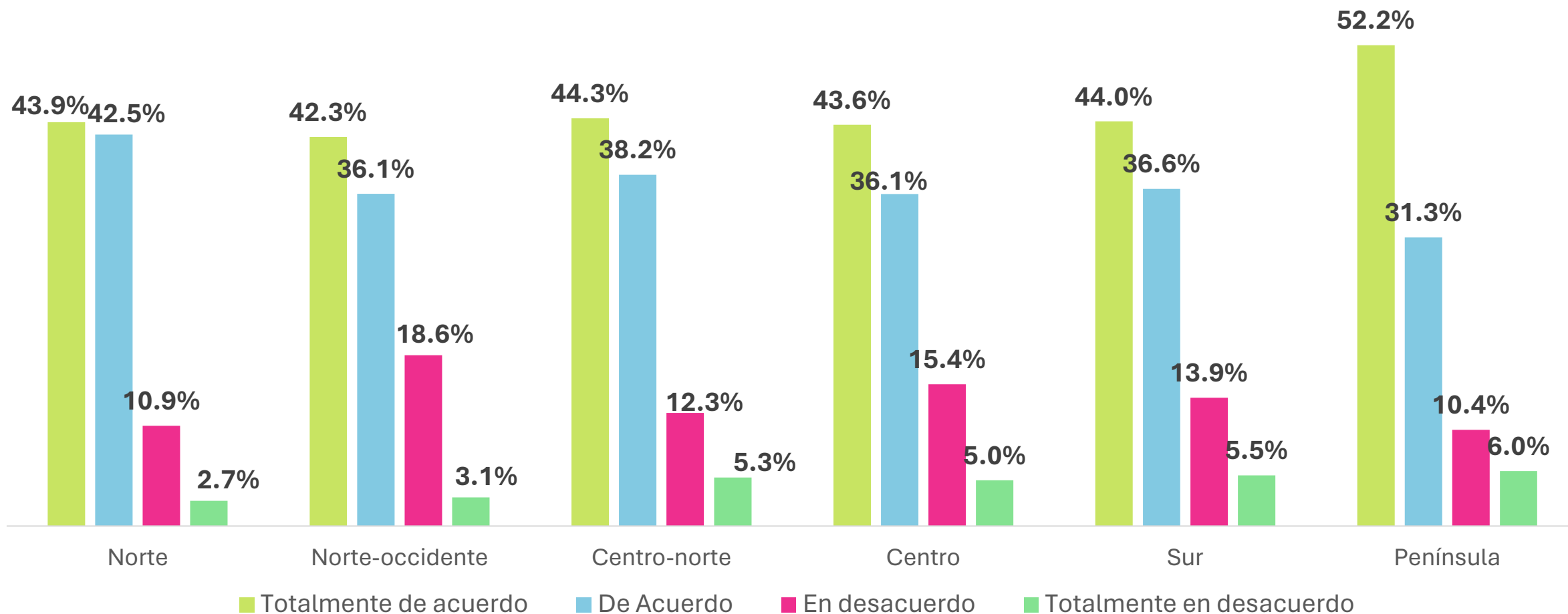
# Opiniones sobre el proceso electoral \*región

Quisiera ver candidatos ciudadanos, aunque no tengan experiencia en la política



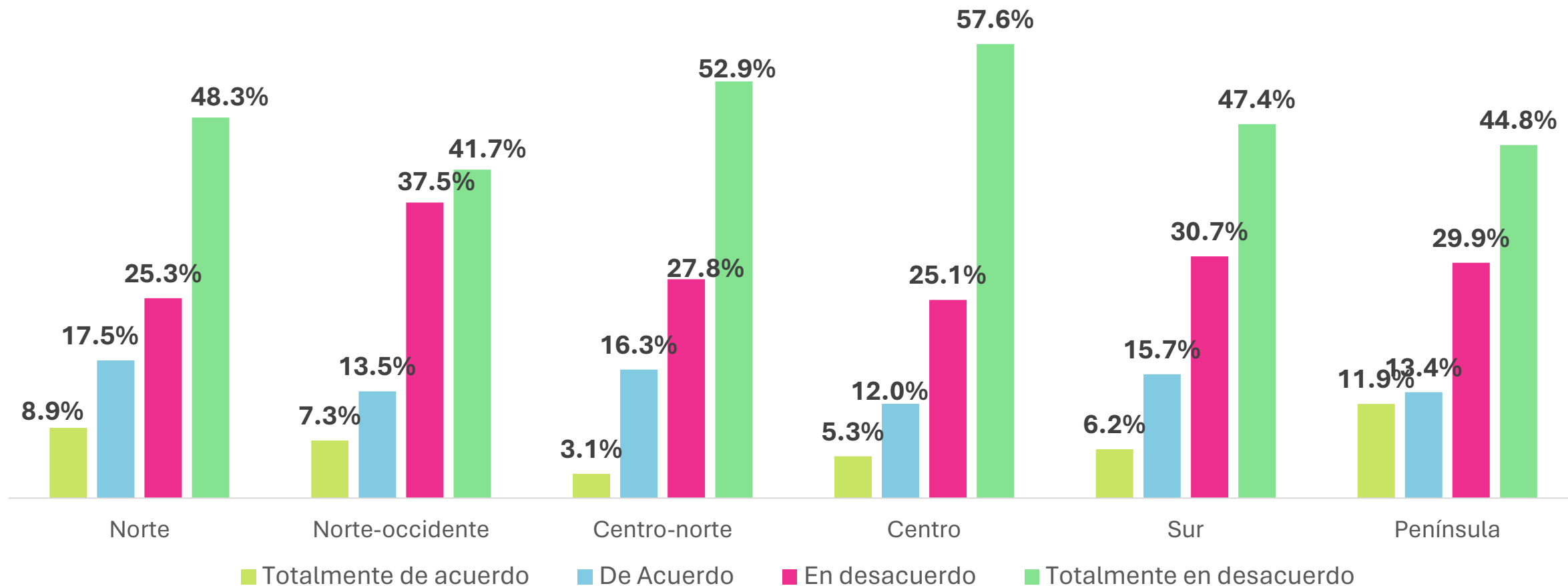
# Opiniones sobre el proceso electoral\*región

Quisiera ver candidatos con mayor preparación laboral y académica fuera de la política



# Opiniones sobre el proceso electoral\*región

Estoy a favor de que actores, influencers, deportistas contiendan para ocupar un cargo de elección popular





La política es un ámbito que resulta ajeno a los jóvenes; predomina la idea de exclusión y cuando hay interés por ellos no se percibe genuino. Trabajar para y por lo jóvenes requiere una acción contundente: acercarse a ellos y escucharlos.

Funcionarios que no trabajan, incumplimiento de las promesas, políticos perennes y el oportunismo en la política son algunos de los elementos que causan desilusión, rechazo y críticas por esta.

Manifiestan disposición a votar; su intención está fuertemente vinculada a derechos, responsabilidades y la oportunidad de ejercer voto como diferenciador para decidir el rumbo del país. No obstante, no se percibe entusiasmo, incluso en su círculo de amistades refieren poco interés.

Disponen de información básica: saben que habrá elecciones, pero no tienen claridad sobre los distintos puestos de representación popular que están en juego. El más conocido es la candidatura presidencial.

# El peso del voto joven

Los jóvenes están ávidos de conocer propuestas claras, fundamentadas, realistas y sobre todo escuchar cómo van a concretarlas.

Aunque para algunos, los ataques, la confrontación y peleas pueden resultar "divertidas", los jóvenes rechazan las descalificaciones y las discusiones enfrascadas dicotómicas, p.ej. entre "lo viejo" y "lo nuevo".

Si bien las RRSS son un aliado poderoso para acercarse a los jóvenes, no están dispuestos a consumir contenidos "burdos", por el contrario demandan credibilidad.

Las campañas son consideradas útiles para escuchar a los candidatos, pero resultan repetitivas. Mecanismos como impresos, lonas, folletos, publicidad en TV no conectan con los jóvenes.

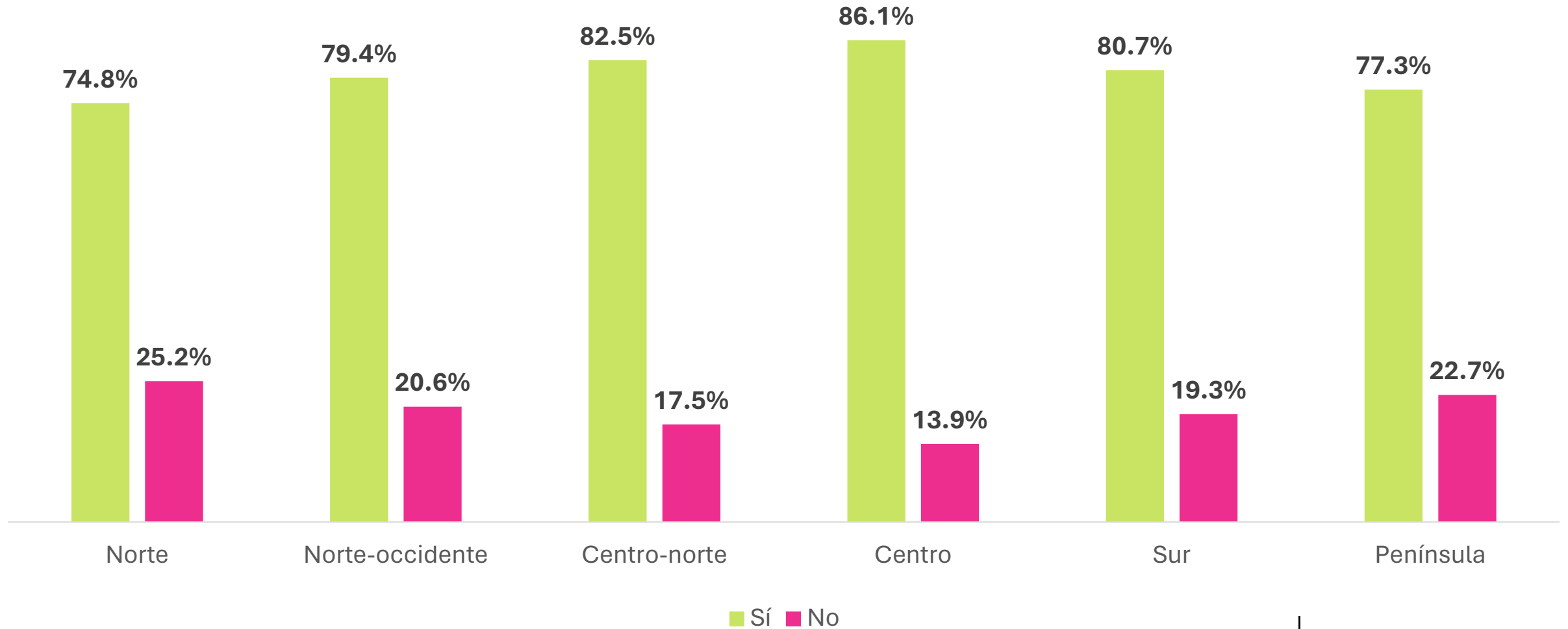
# El peso del voto joven

# El peso del voto joven

Valoran a los candidatos que dan señales de trabajo, que se acercan a sus colonias y a la ciudadanía, pero es indignante que acudan con ellos solo por la coyuntura, para ganar simpatizantes o votos y después son olvidados.

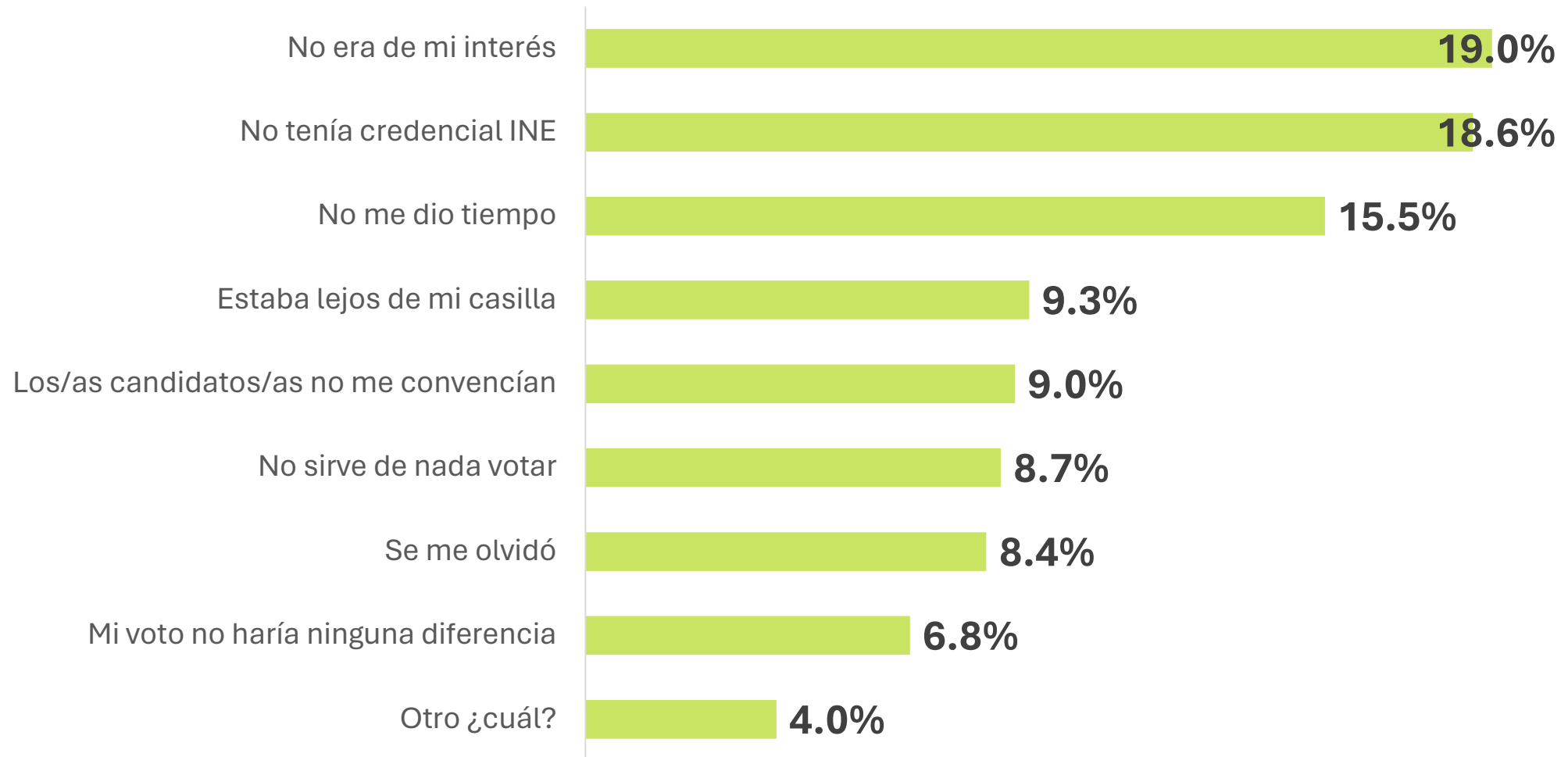
El voto joven implica distintas lecturas que parten de: 1. Votar o no y, 2. Por quién votar. Si los jóvenes no votan habrá una sombra asociada al desinterés y a la apatía ¿serán juzgados por no participar? Y, si votan ¿qué ocurrirá? Los jóvenes sienten angustia, incertidumbre e inseguridad en torno al proceso, en torno a su voto y en torno al resultado, ¿tomarán la decisión correcta? y, ¿si se equivocan? Sobre ellos está cayendo el peso de la elección: el peso de no votar, el peso de votar, el peso de votar informado o desinformado, el peso de depositar su fe en un candidato o candidata quien podría con su trabajo enorgullecer al joven o, el peso de resultar decepcionado y que esto marque no solo las próximas administraciones, sino a un joven que en un proceso electoral futuro esté dispuesto a participar.

# Los partidos políticos me animan a participar\* región

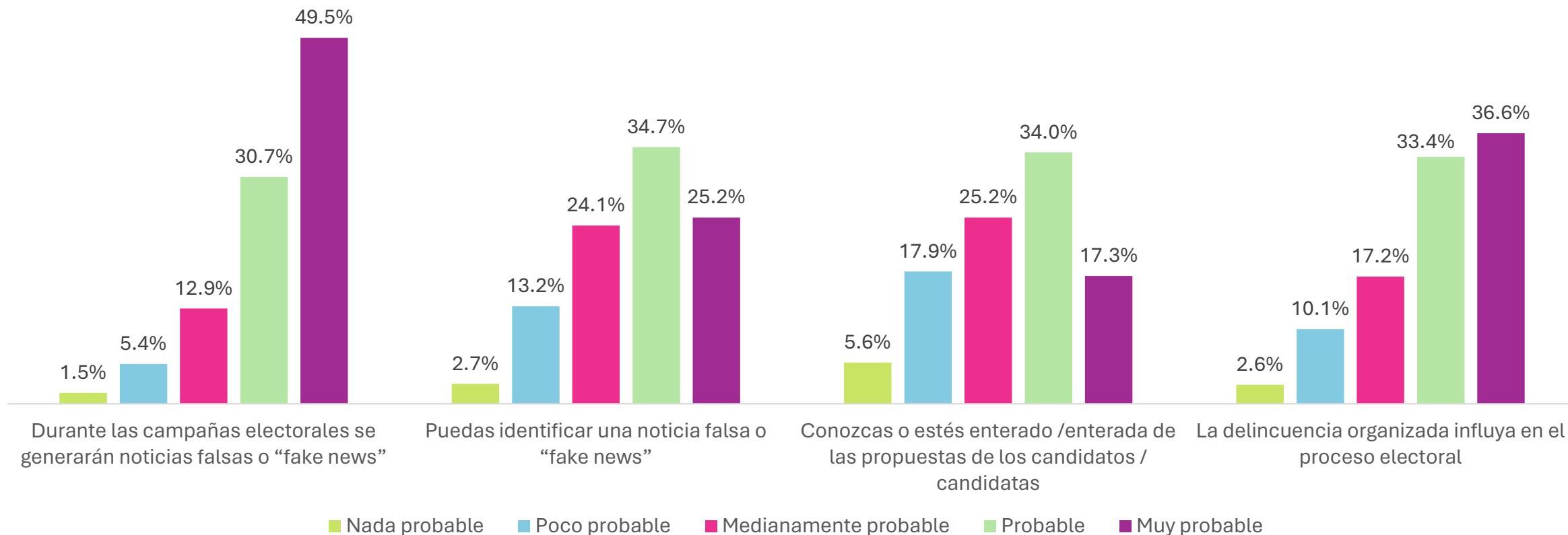


# Antecedentes de participación electoral

¿Cuáles fueron las razones por las que no acudiste a votar?



# ¿Qué tan probable es que en las campañas...?



Son propicias para conocer las propuestas de los candidatos. Los jóvenes **quieren escuchar propuestas reales, realizables, creíbles**; de ahí el énfasis por **saber cómo y qué harán para cumplir las promesas de campaña**.

Son escasas apreciaciones sobre campañas dirigidas a los jóvenes.

Rechazan los actos donde los candidatos exhiben su desconocimiento, su falta de preparación y de profesionalismo.

Los jóvenes no son partidarios de actos de campaña burdas, de ataques o descalificaciones. Prefieren conocer acciones y argumentos para favorecer a un candidato en lugar de acusaciones para desacreditar.

# Campañas

Los anuncios, espectaculares, lonas, etc. son considerados inservibles, pues los jóvenes no los leen, generan basura y no comunican con ellos. Son necesarios nuevos formatos de comunicación.

El periodo de campaña genera empleos, puede incorporar a los jóvenes, son una oportunidad para escucharlos y es propicio para incluirlos en esta esfera.

Provoca rechazo el despilfarro, el costo de las campañas.

Las campañas provocan incertidumbre e inseguridad sobre el desenlace y tomar la decisión correcta.

# Campañas

"Es una burla, ya todo es la vieja política, subir fotos con la gente, o sea... hacer cosas divertidas, subirte a un carrito, comprarle a alguien elotes... o sea dónde me estás dando a entender hacia dónde va el futuro" MTY

"No saber si cuando logren su objetivo vayan a cumplir lo que prometieron, el temor de arrepentirse o algo así." MED

"Ahorita los políticos utilizan mucho el concepto de los jóvenes... están buscando el voto...el político que dice que está trabajando con los jóvenes, pero realmente su mitin...siempre siguen siendo los mismos" (MED).

"no creo que sea dirigido a nosotros [campañas], más bien a personas de 40 o 50 o mayores" CDMX

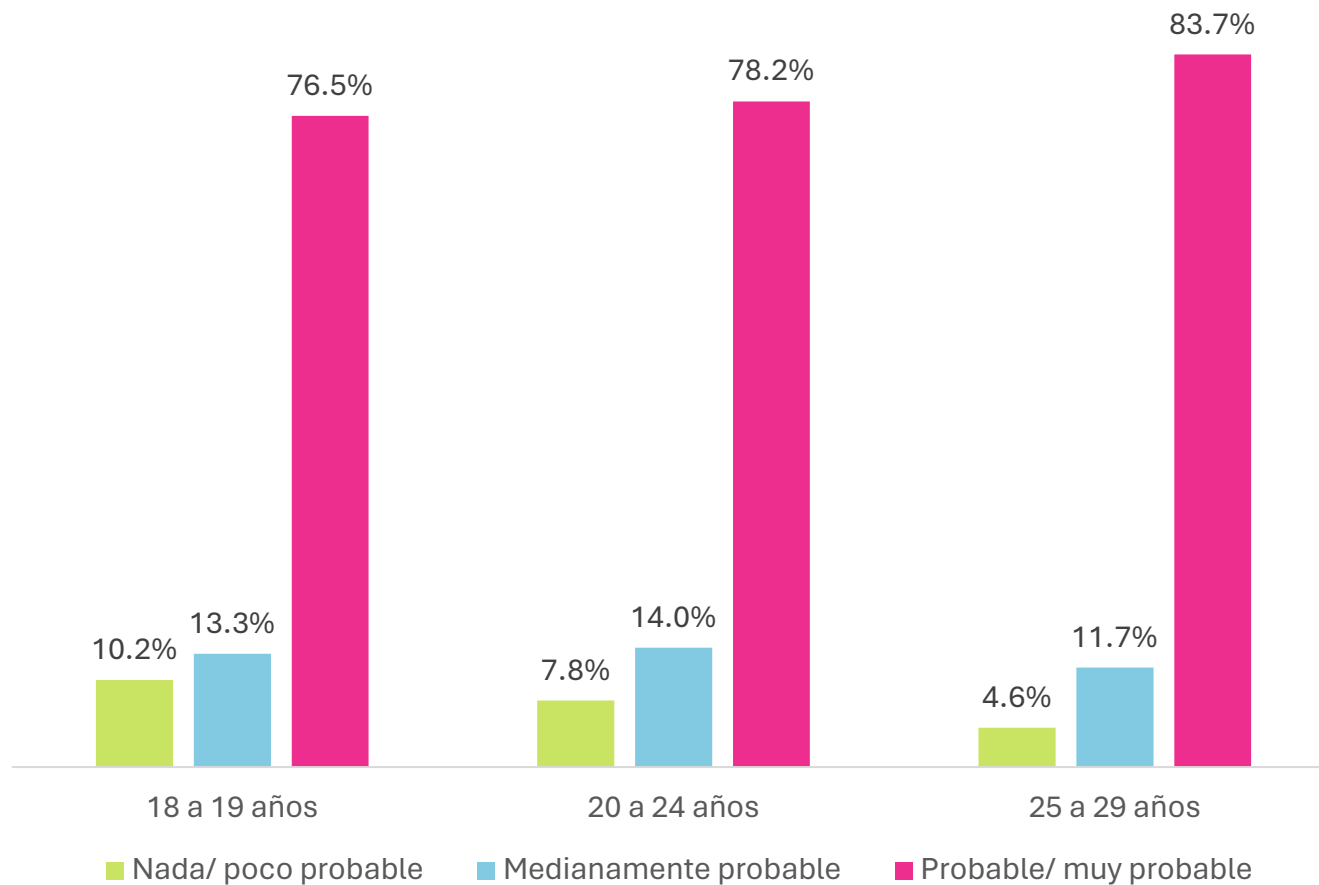
"Nos están incluyendo más, en cuanto a los creo que se dice mítines políticos y en las propagandas pues nos incluyen y pues igual tengo amigos que están en campañas" MED

"muy repetitivas...muchos comerciales en la televisión entonces ya la gente se aburre de esos comerciales". CDMX



# Escenarios posibles durante las campañas

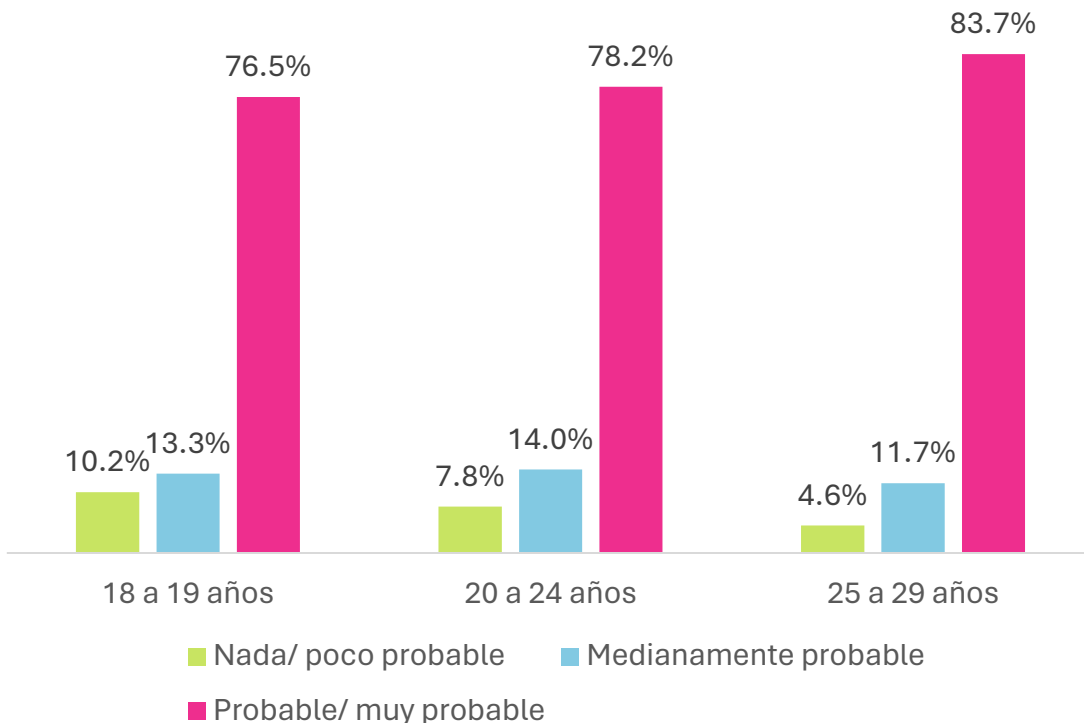
Se generen noticias falsas



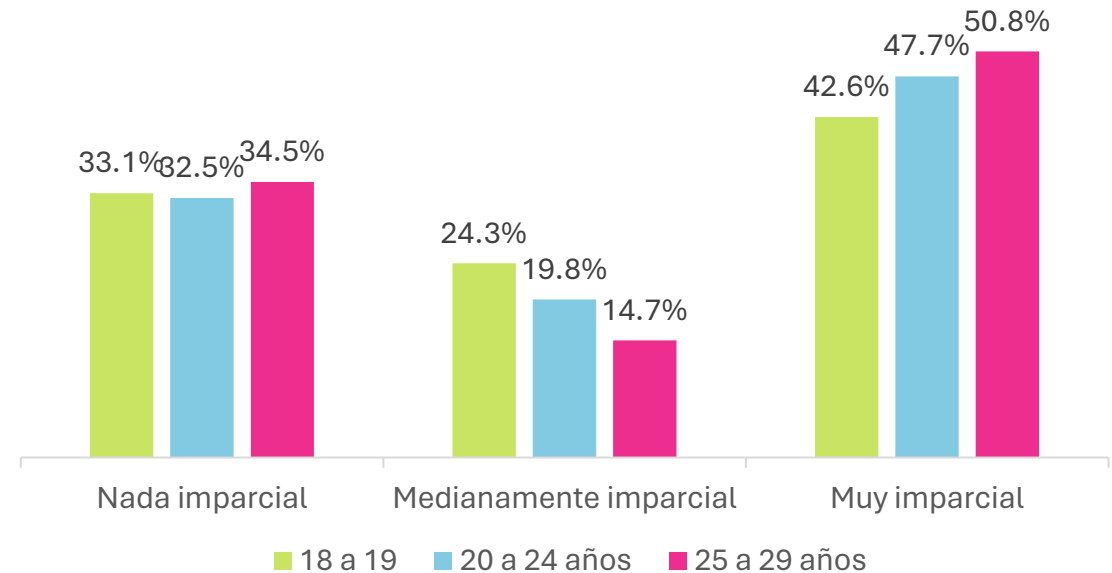
58.4% de los hombres y 41.6% de las mujeres consideran muy probable que puedan detectar una noticia falsa.

# Escenarios posibles durante las campañas

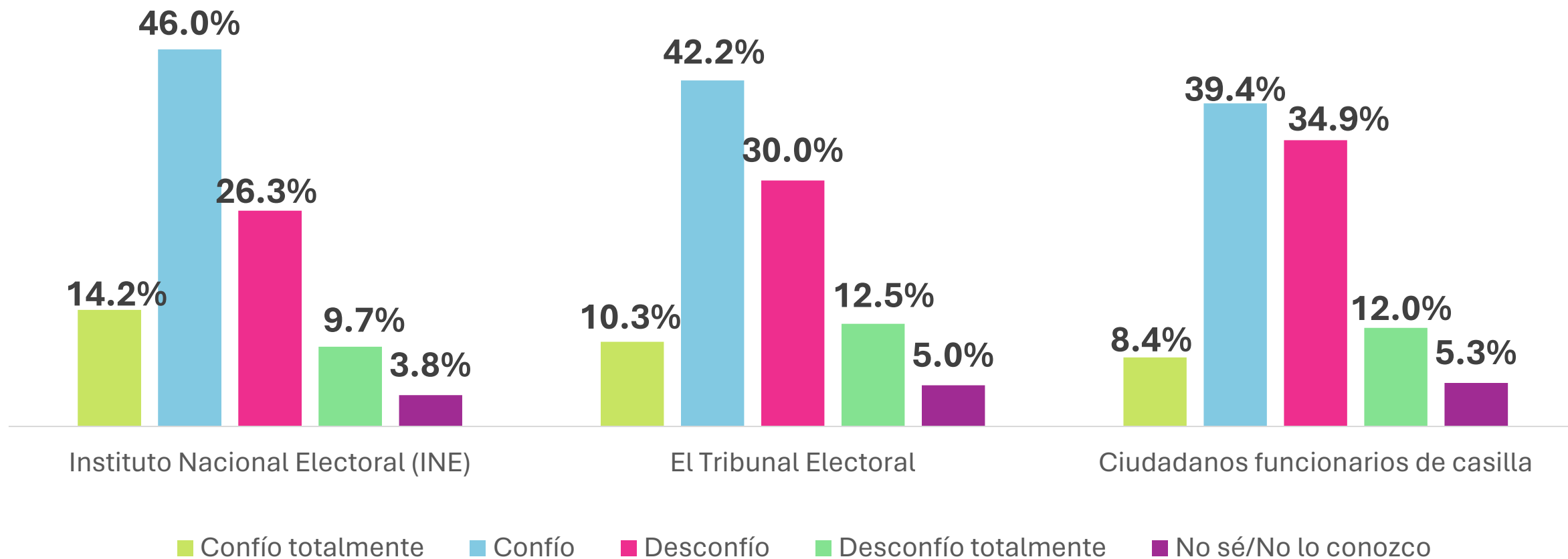
¿Qué tan probable es que se generen noticias falsas?



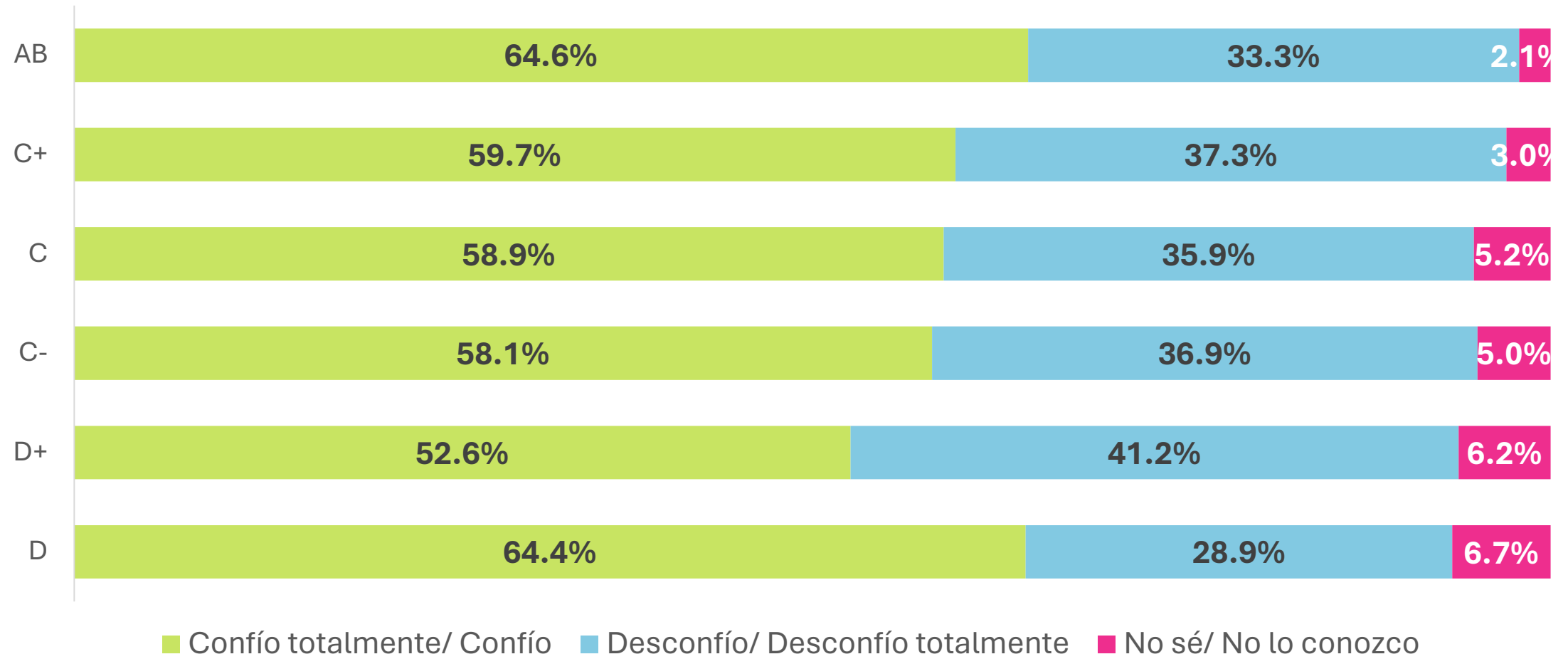
¿Qué tan imparcial será el presidente López obrador en las próximas elecciones?



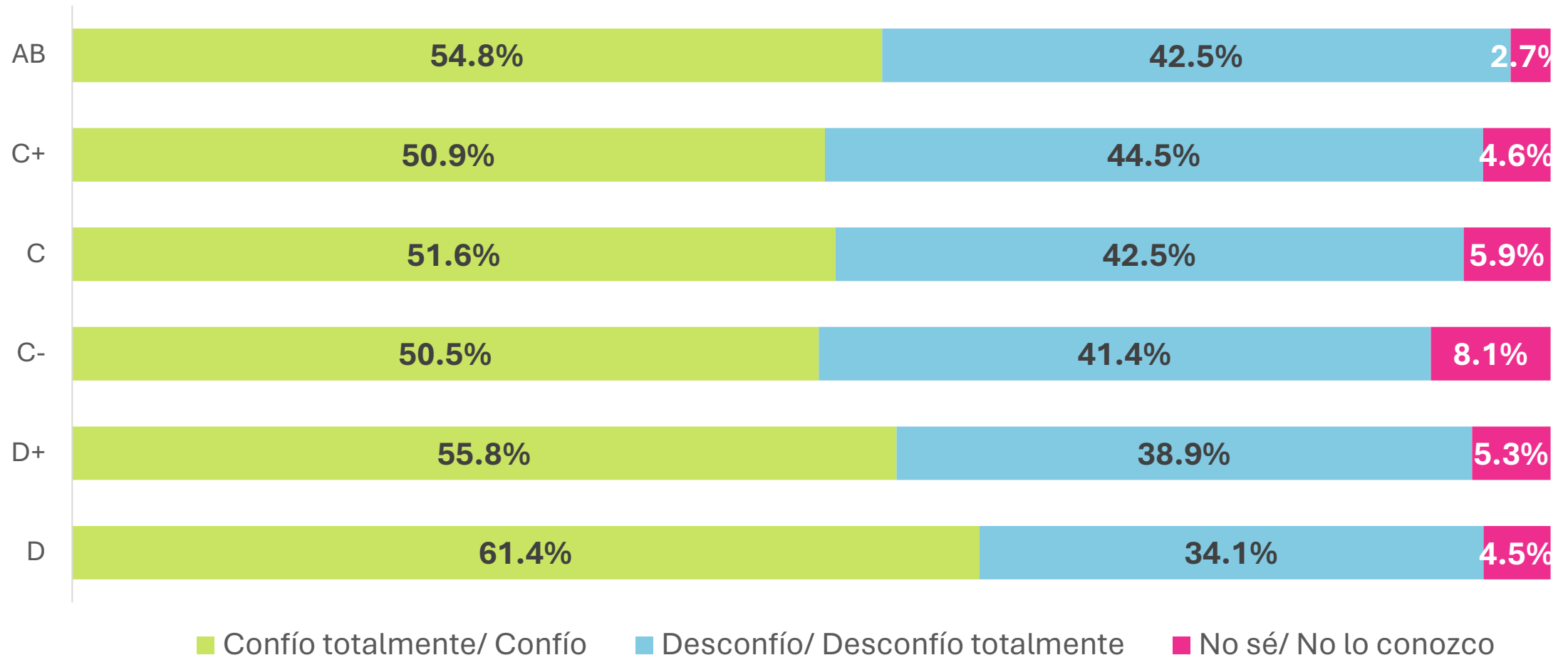
# ¿Qué tanto confías en...?



# ¿Qué tanto confías en el INE?\*NSE

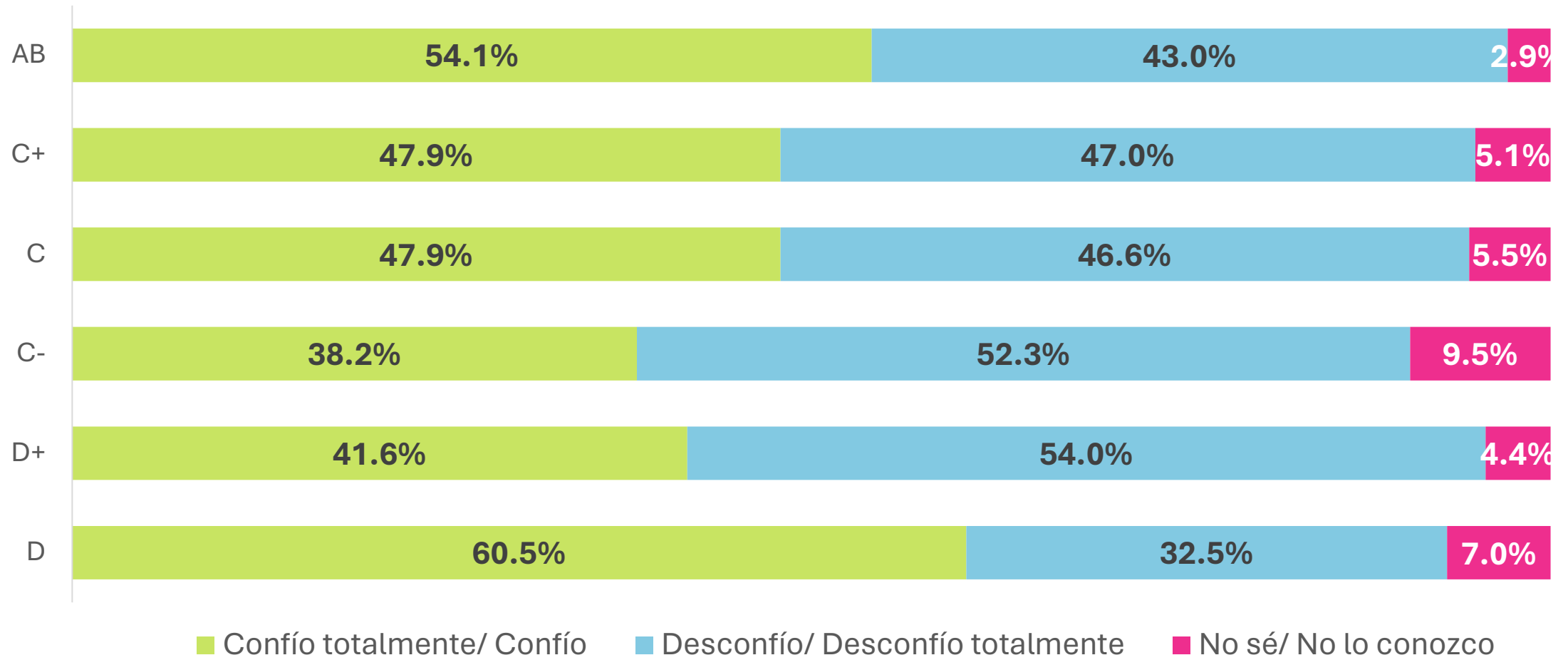


# ¿Qué tanto confías en el Tribunal Electoral?\* NSE

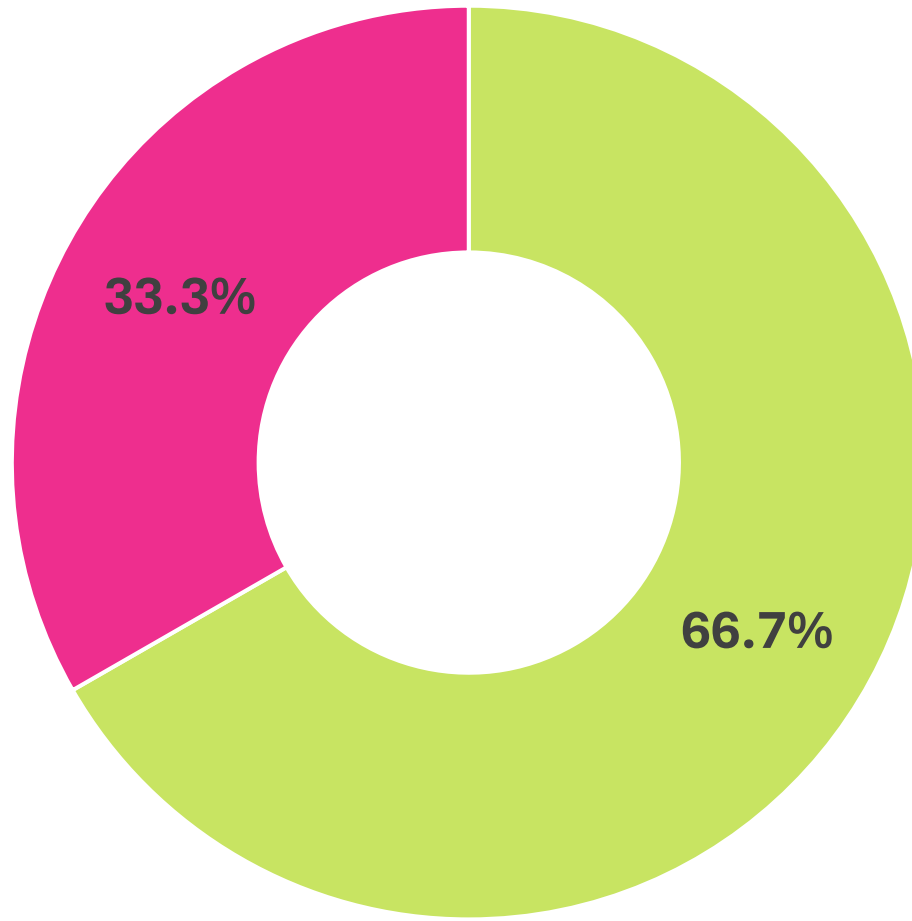


# ¿Qué tanto confías en los funcionarios de casilla?\*

## NSE



# Para ti, ¿qué es preferible...?



- Un gobierno que tenga un contrapeso en el poder legislativo (cámara de senadores y diputados)
- Un gobierno en donde la mayoría de los representantes del poder legislativo (cámara de senadores y diputados) sean del mismo partido que del poder ejecutivo (presidente/gobernador)

# Fuentes de información



Aunque hay jóvenes que mantienen conversaciones en su entorno inmediato como la familia, escuela y amigos no es un comportamiento generalizado.

Cuando el diálogo ocurre, los interlocutores son figuras de autoridad, respeto y cercanía (padres, madres, tíos y maestros). Estas voces son tomadas en cuenta, sobre todo si tienen conocimiento e interés en la política; además son opiniones con credibilidad porque no persiguen un fin, resultan personas confiables con quienes platican de forma accesible.

Otra fuente para conocer los sucesos de la campaña son los actos proselitistas. Este acercamiento es más fortuito que intencional, no son atractivos, son réplicas anacrónicas solo para “tomarse la foto” o hacer promesas increíbles.

# Fuentes de información

# Fuentes de información

Las RRSS constituyen el canal hegemónico de información entre los jóvenes, sobre todo para quien radica en Ciudad de México y Monterrey. Si bien, escuchan o ven spots en televisión, no prestan atención, incluso en Monterrey y CDMX afirman no ver TV.

Tienen posturas críticas sobre la información que ven en RRSS. A pesar de la influencia de estas y sus figuras, reconocen en los influencers, la existencia de una agenda e interés individual carente de análisis y reflexión de los temas políticos. Este rasgo se encontró con mayor contundencia en los jóvenes de CDMX y MTY.

Los jóvenes refieren que llegar a ellos se lograría mediante redes sociales, aunque cuidando el fondo y la forma.

“Sí escucho las opiniones de maestros, pero de dejarme influenciar sería más probable por mi papá porque muchas veces hay cosas que no entiendo de qué se trata y a él voy y le pregunto y le pido que me traduzca qué me están diciendo” (MED)

“Yo con el que es en serio bien y sin reclamos es con mi papá” (MTY)

“Converso más que nada con mis dos papás ya que son los que más experiencia y seguridad tienen ante los partidos pasados.” (MED)

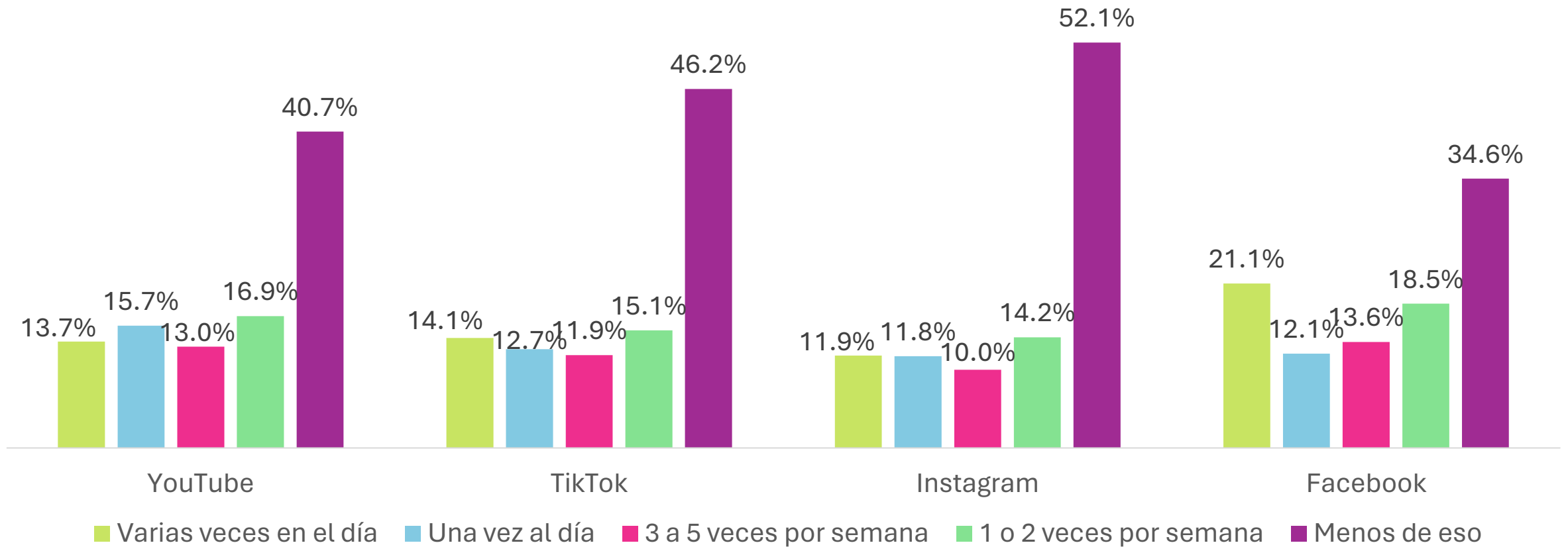
“Igual con mis amigos por lo mismo, cuestión de carrera de derecho es un tema muy usual entre nosotros al igual que en mi familia o sea de repente se da el tema y todos abiertos a hablar.” (MED)

“Intento no dejarme influenciar tanto por influencers y así, justamente por lo que mencionan, que fácilmente les acaban de pagar por decir eso” (MED)

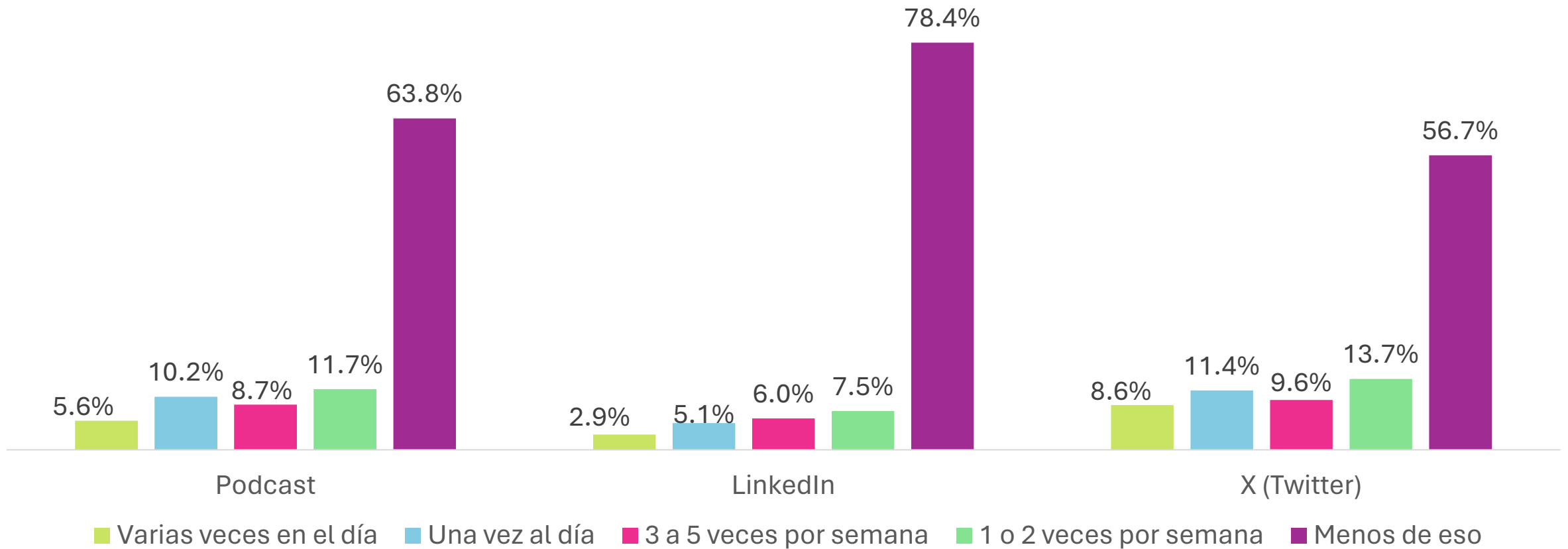


# Fuentes de información

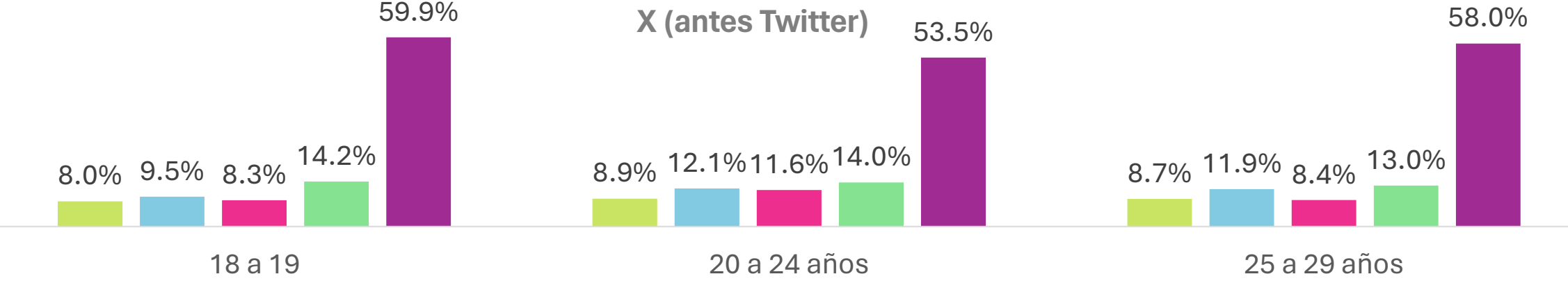
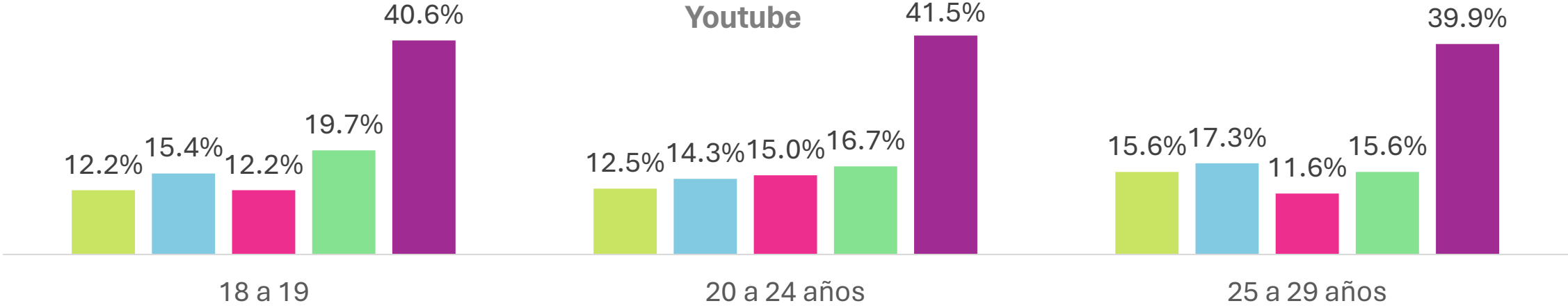
# En la última semana, ¿con qué frecuencia consumiste contenido sobre política en...?



# En la última semana, ¿con qué frecuencia consumiste contenido sobre política en...?

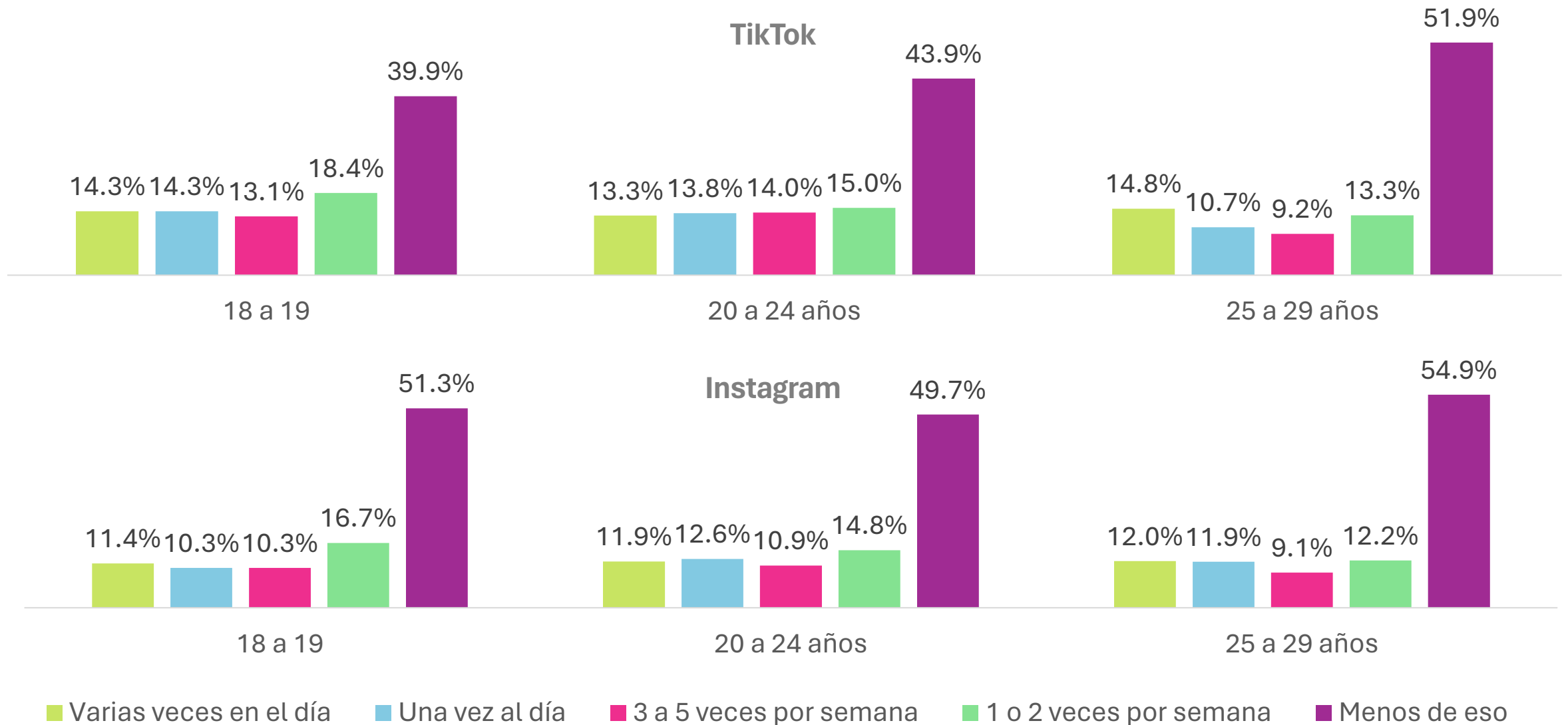


# En la última semana, ¿con qué frecuencia consumiste contenido sobre política en...?\*edad

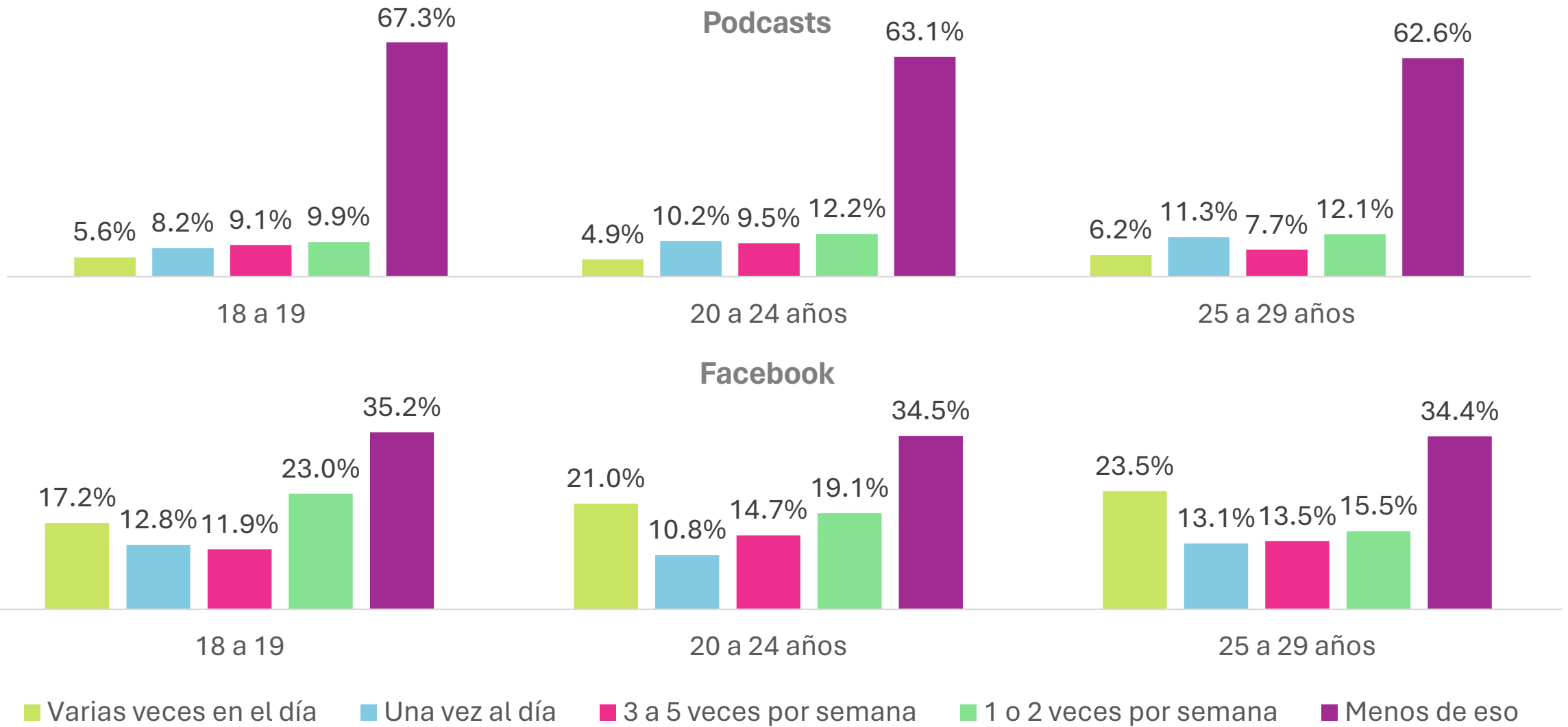


■ Varias veces en el día  
 ■ Una vez al día  
 ■ 3 a 5 veces por semana  
 ■ 1 o 2 veces por semana  
 ■ Menos de eso

# En la última semana, ¿con qué frecuencia consumiste contenido sobre política en...?\*edad



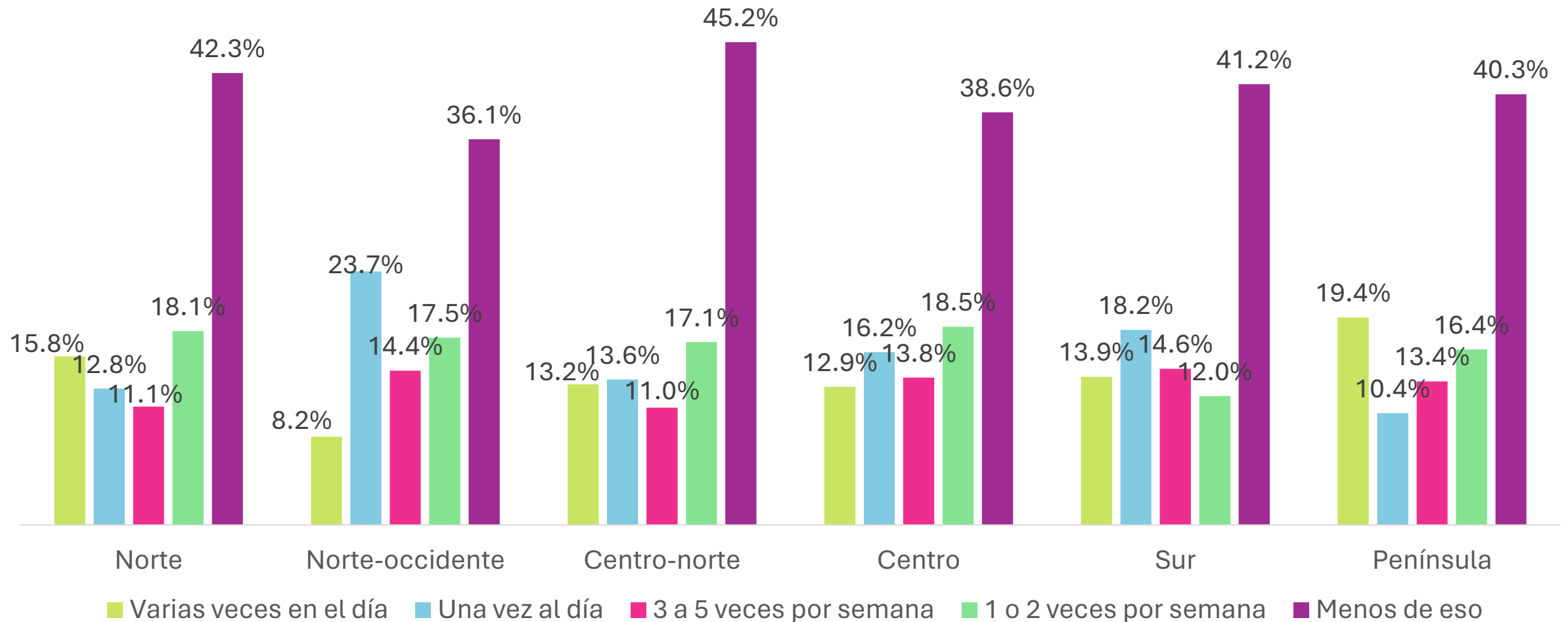
# En la última semana, ¿con qué frecuencia consumiste contenido sobre política en...?\*edad





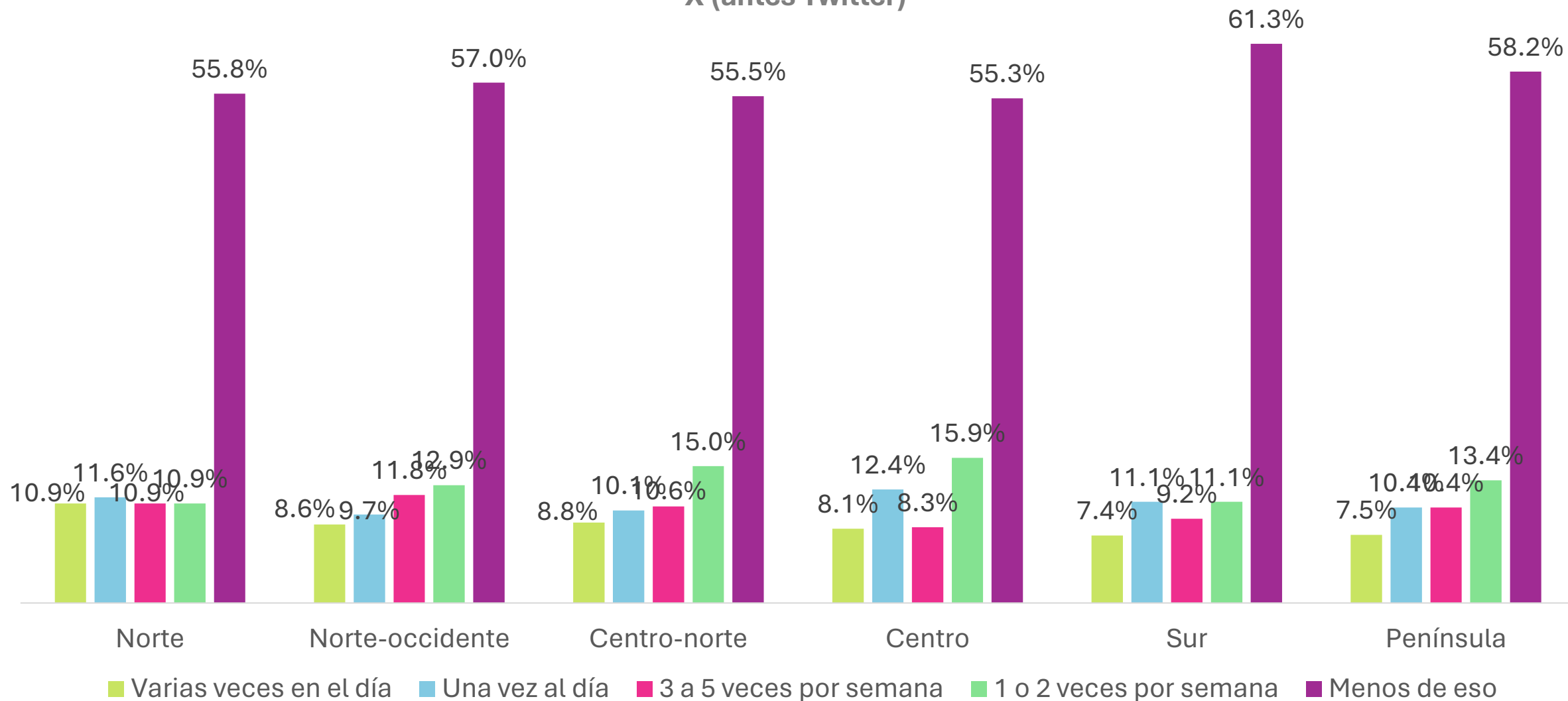
# En la última semana, ¿con qué frecuencia consumiste contenido sobre política en...?\*región

Youtube

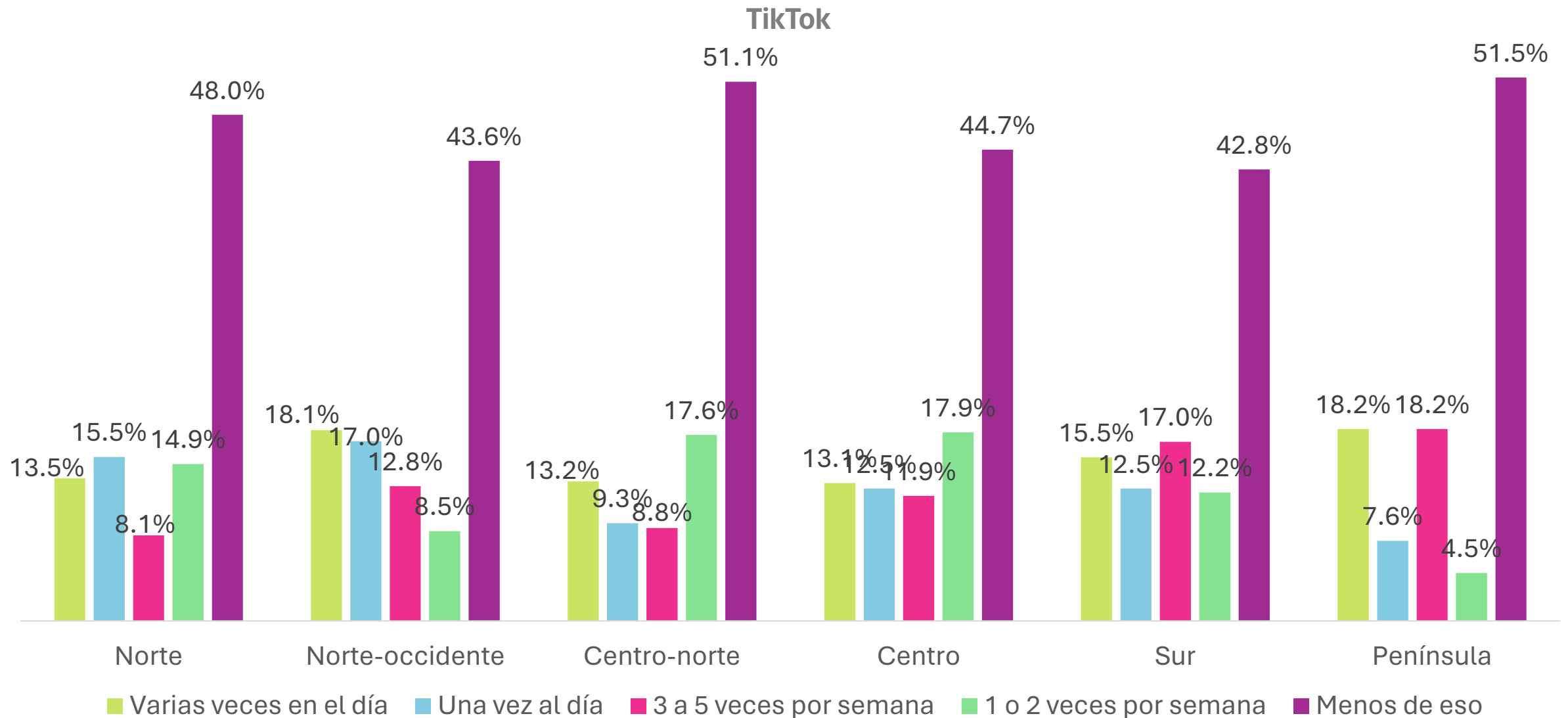


# En la última semana, ¿con qué frecuencia consumiste contenido sobre política en...?\*región

X (antes Twitter)

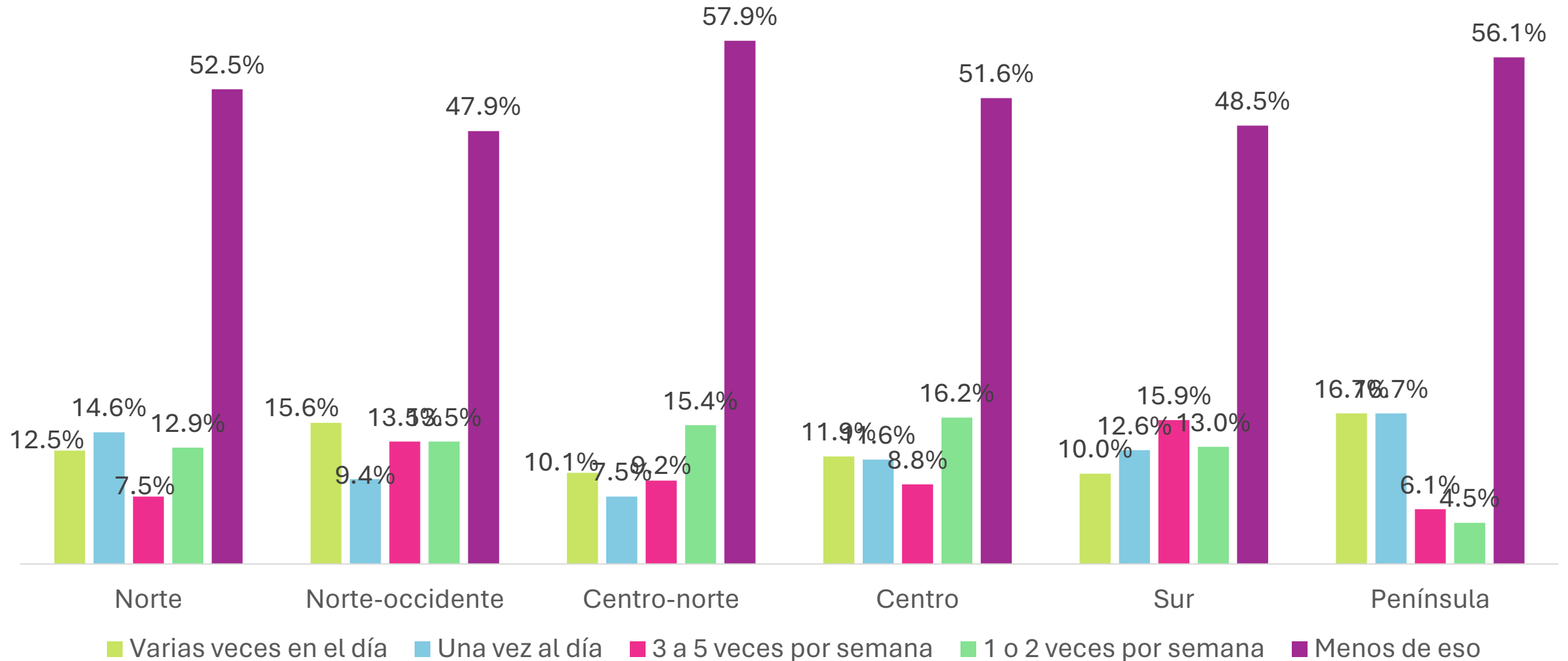


# En la última semana, ¿con qué frecuencia consumiste contenido sobre política en...?\*región



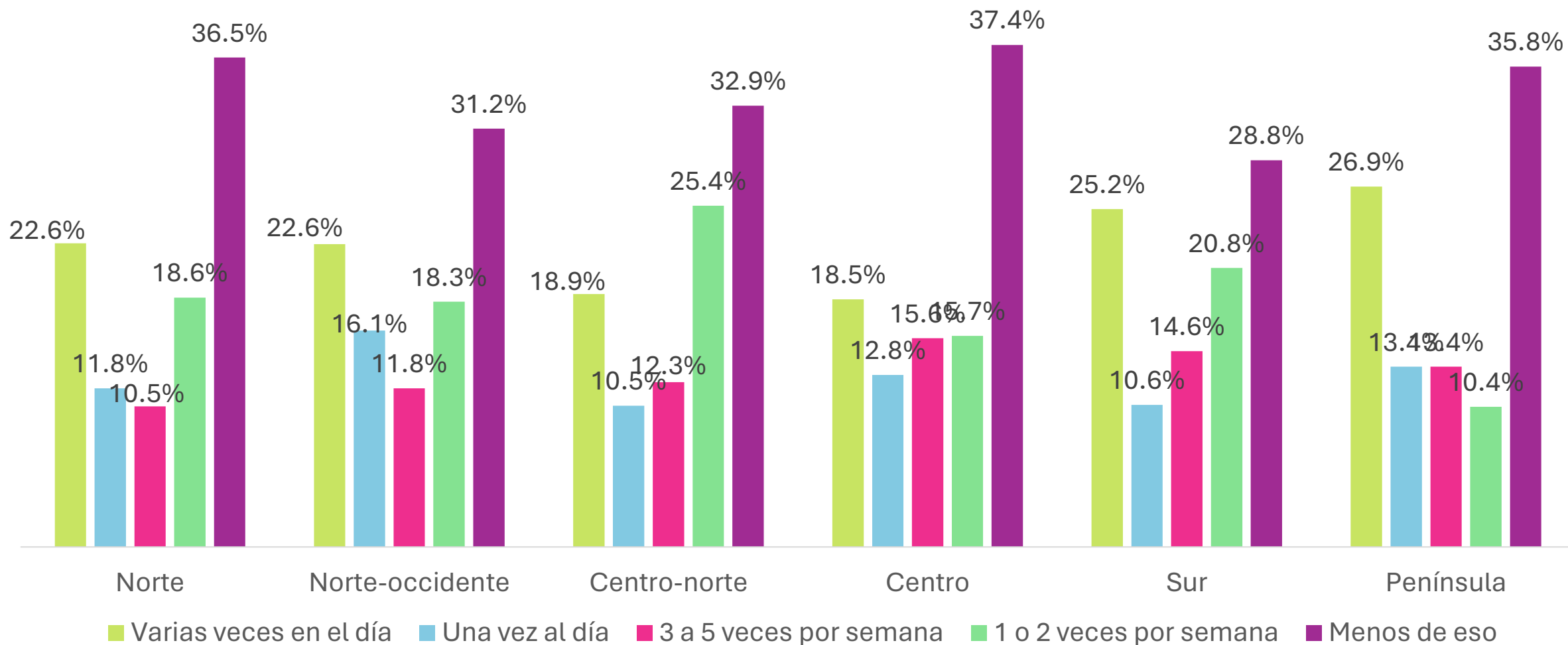
# En la última semana, ¿con qué frecuencia consumiste contenido sobre política en...?\* región

Instagram



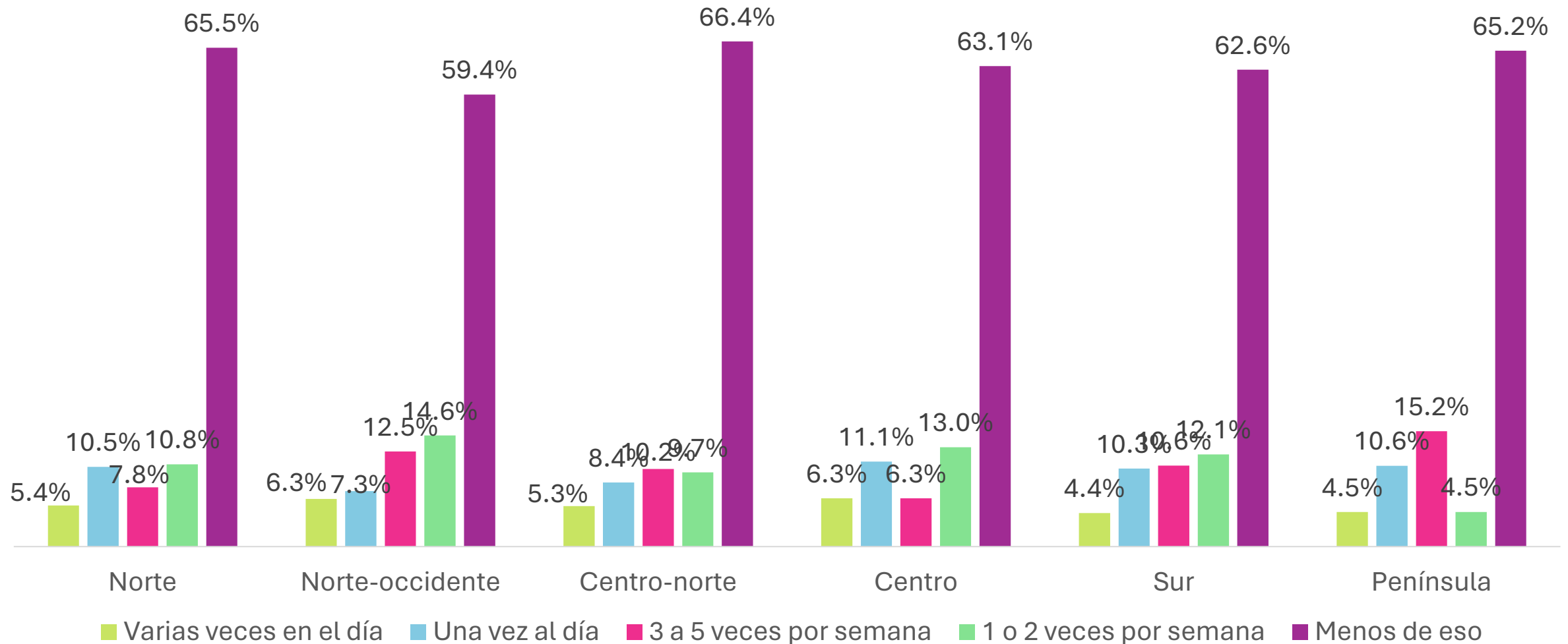
# En la última semana, ¿con qué frecuencia consumiste contenido sobre política en...?\* por región

Facebook



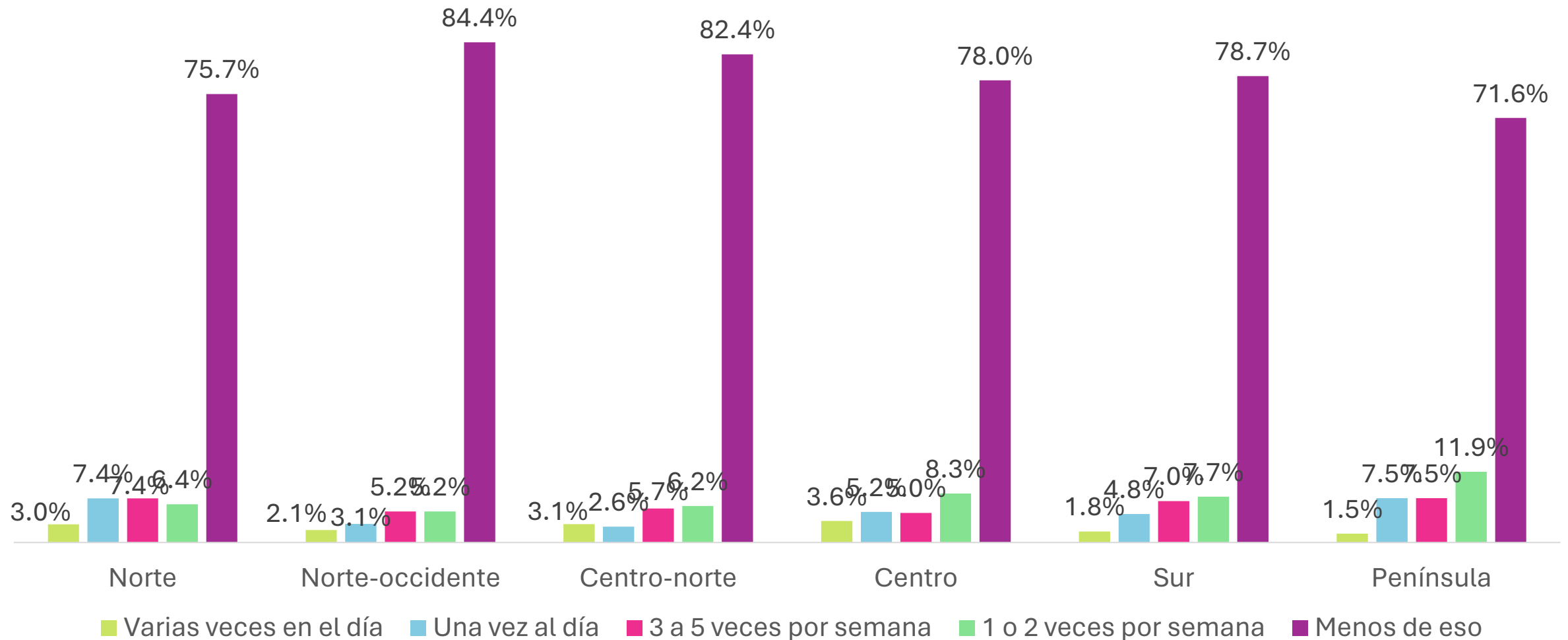
# En la última semana, ¿con qué frecuencia consumiste contenido sobre política en...?\*región

Podcasts

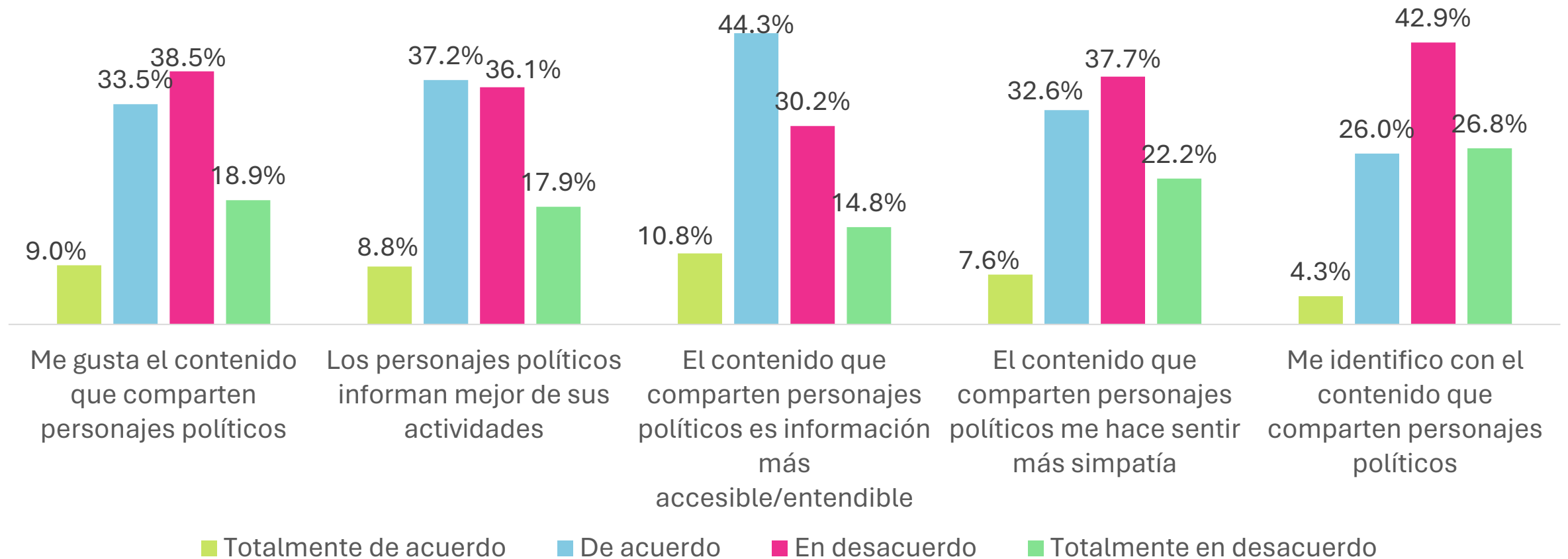


# En la última semana, ¿con qué frecuencia consumiste contenido sobre política en...?\*región

LinkedIn



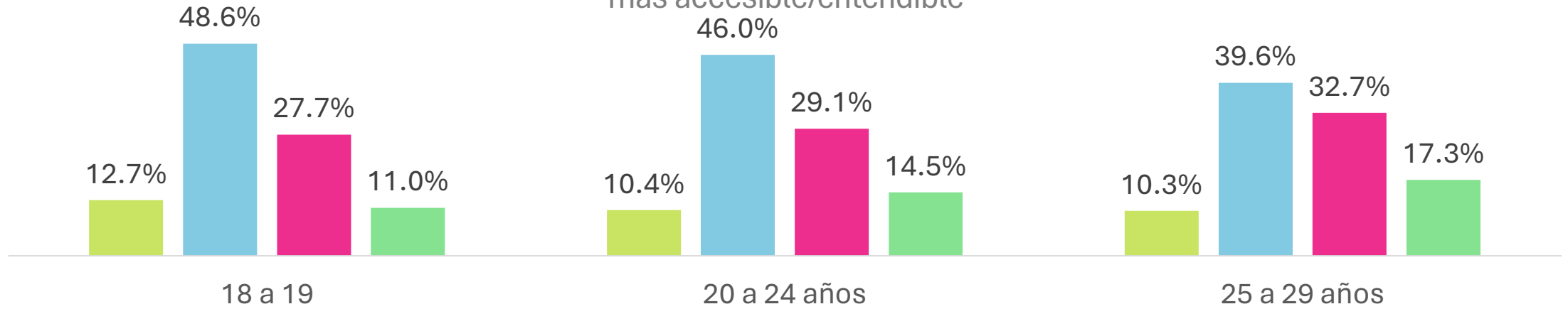
# Opinión sobre el contenido compartido por personajes de la política en plataformas digitales.



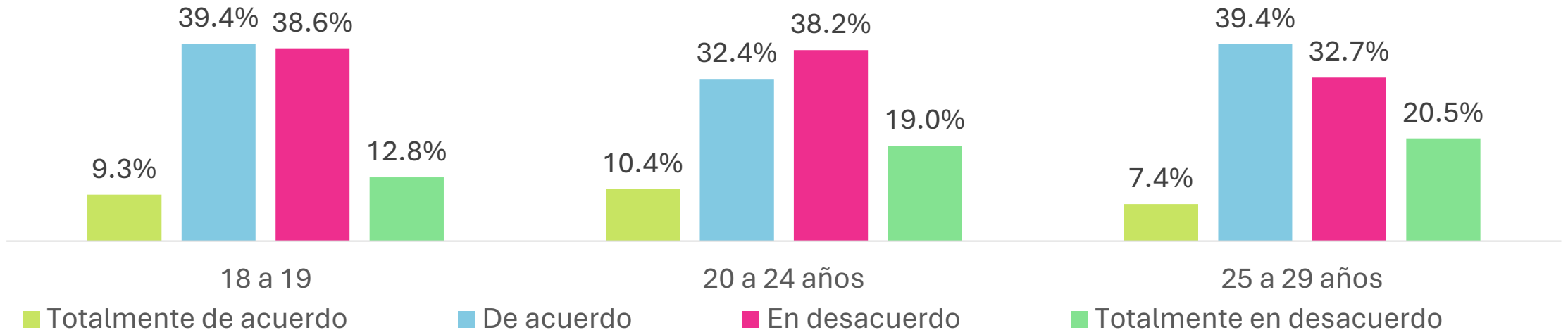


# Contenido compartido por personajes de la política en plataformas digitales\*edad

El contenido que comparten personajes políticos es información más accesible/entendible

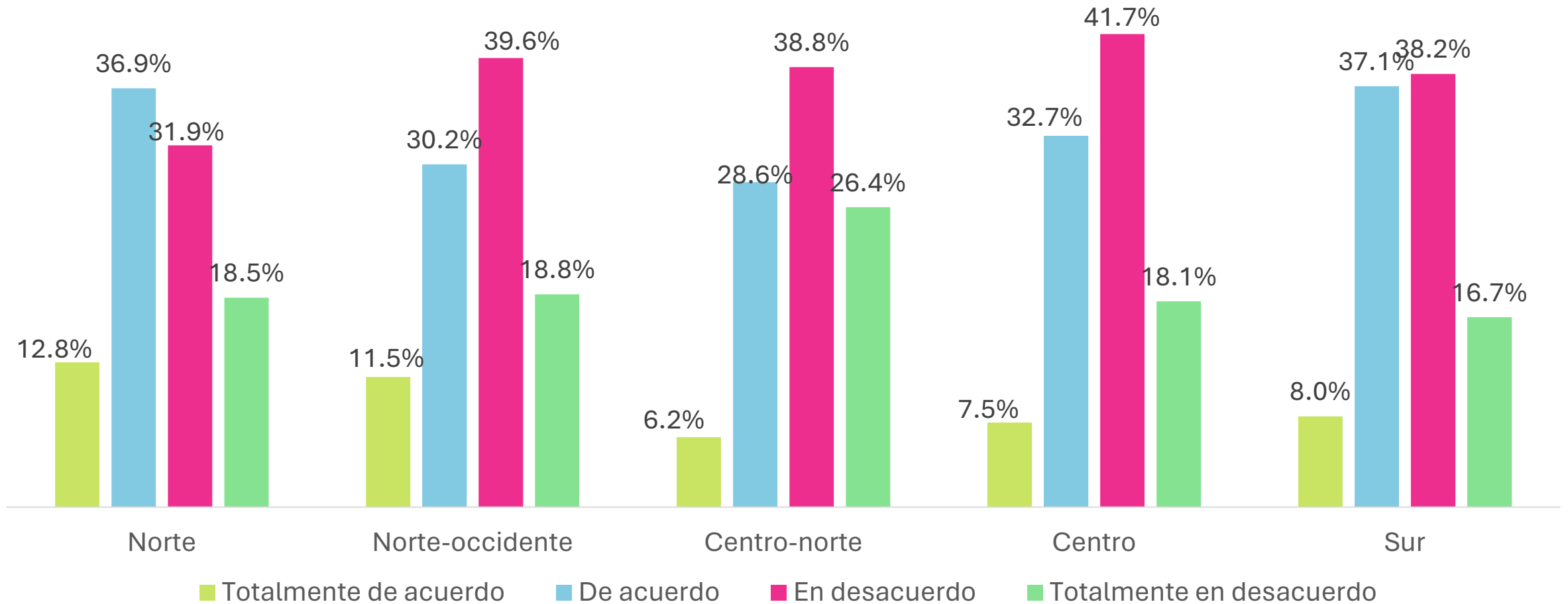


Los personajes políticos informan mejor de sus actividades



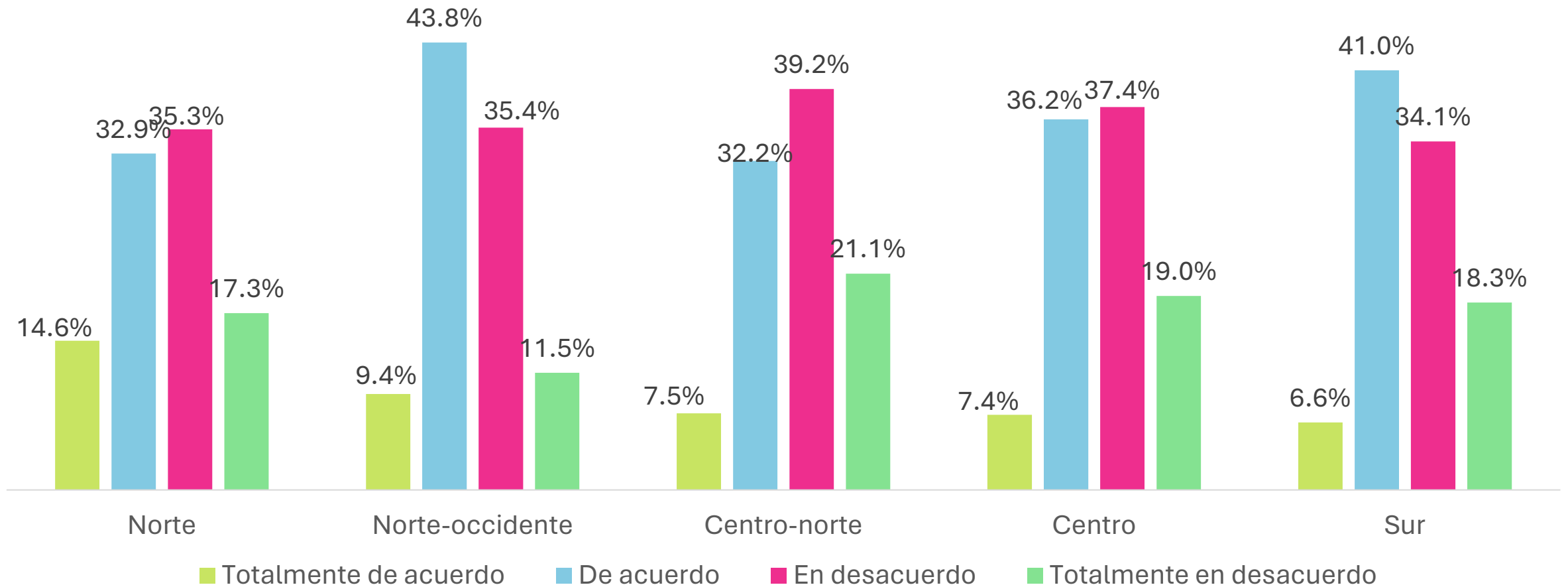
# Contenido compartido por personajes de la política en plataformas digitales\*región

Me gusta el contenido que comparten personajes políticos



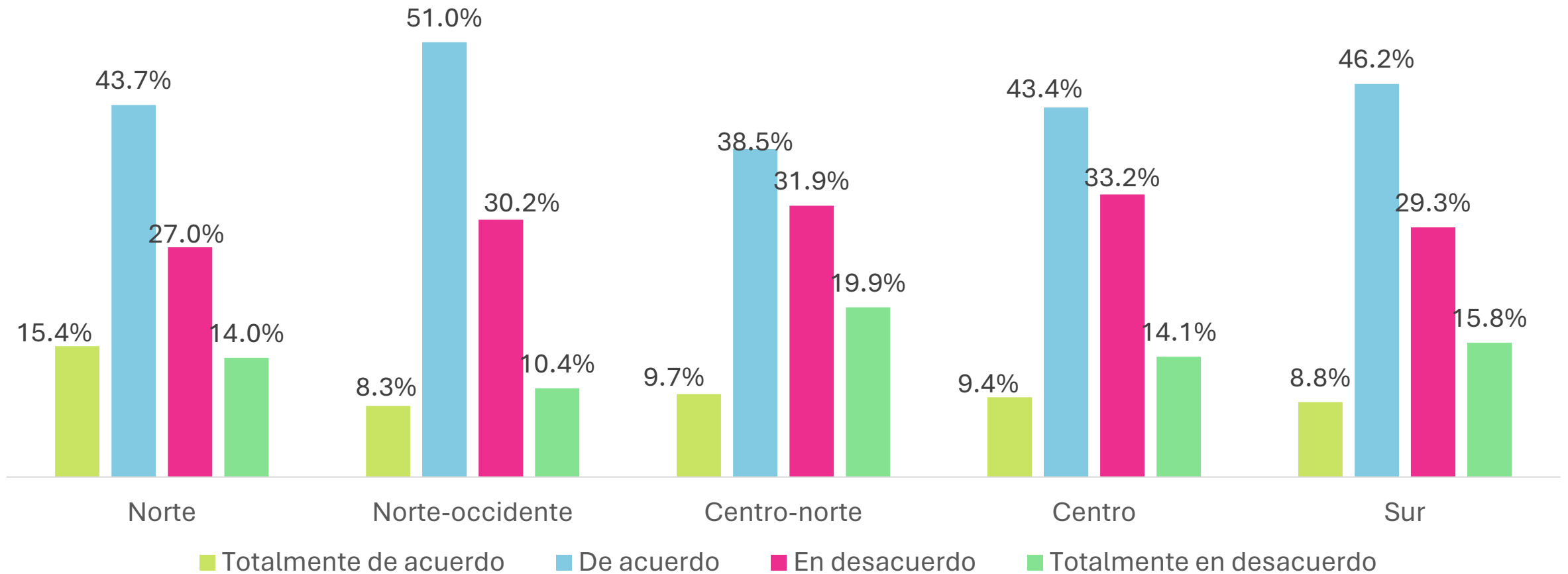
# Contenido compartido por personajes de la política en plataformas digitales\*región

Los personajes políticos informan mejor de sus actividades



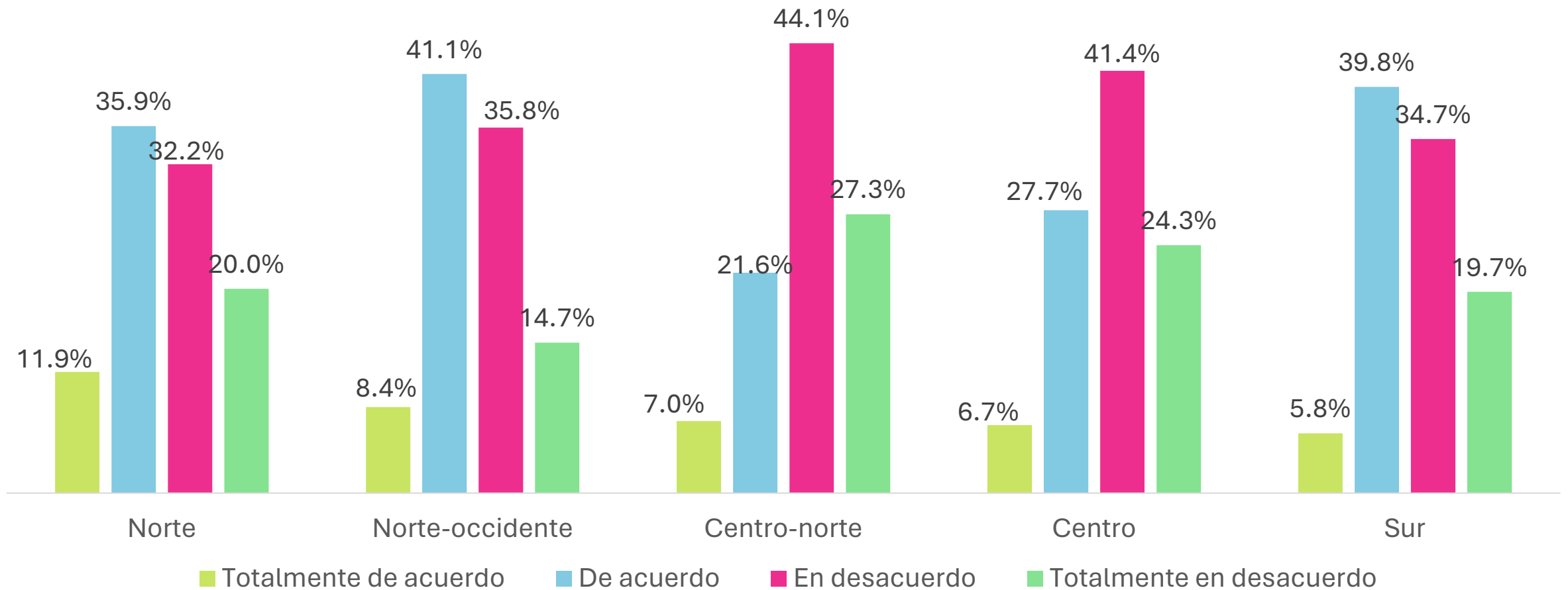
# Contenido compartido por personajes de la política en plataformas digitales\*región

El contenido que comparten personajes políticos es información más accesible/entendible



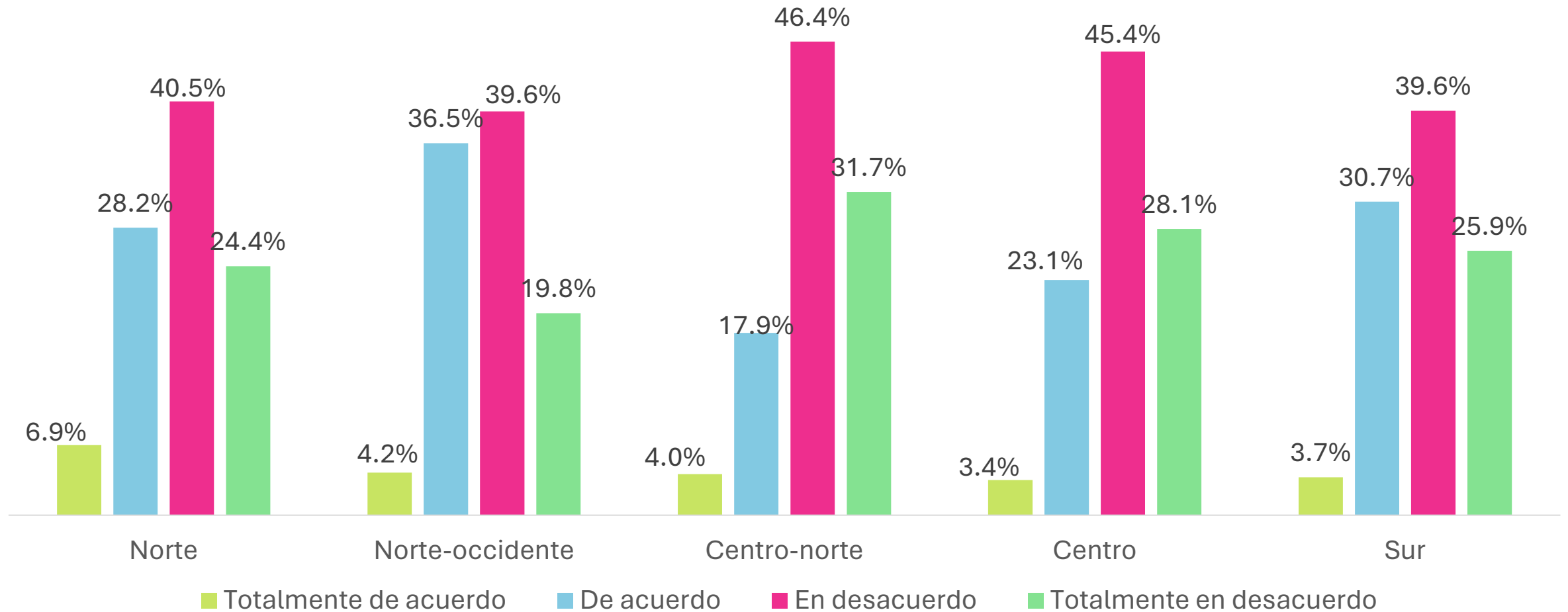
# Contenido compartido por personajes de la política en plataformas digitales\*región

El contenido que comparten personajes políticos me hace sentir más simpatía



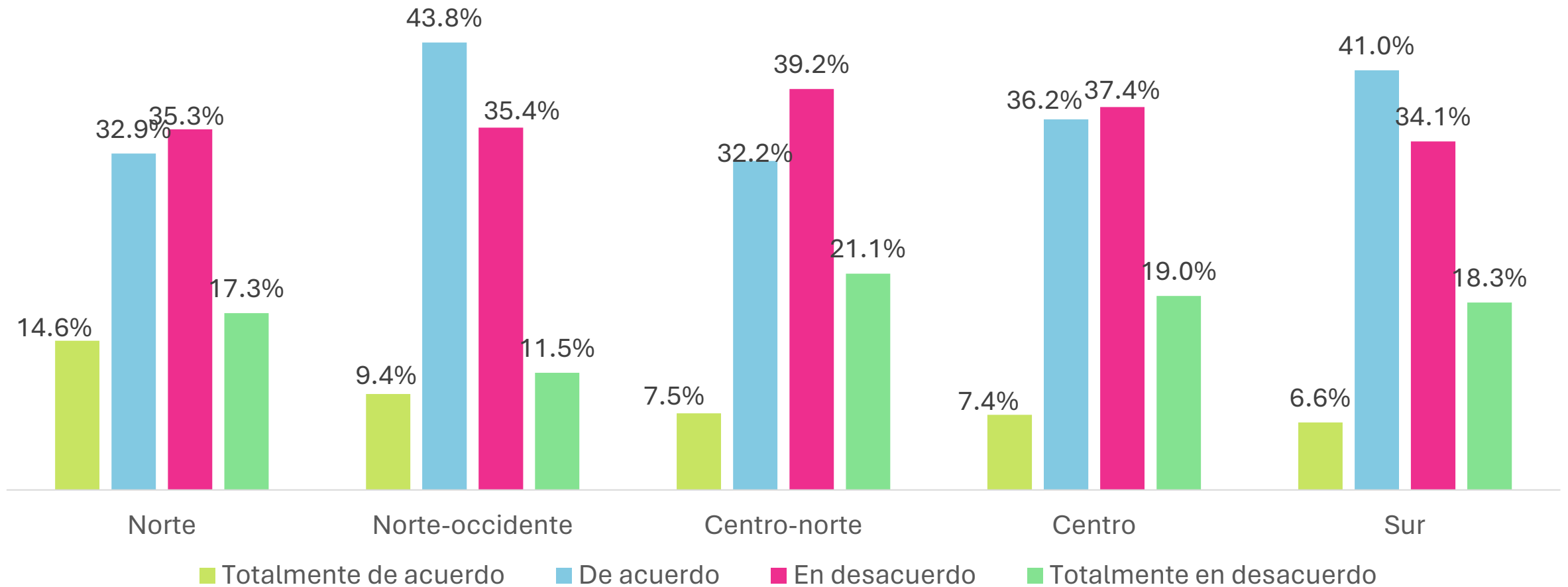
# Contenido compartido por personajes de la política en plataformas digitales\*región

Me identifico con el contenido que comparten personajes políticos



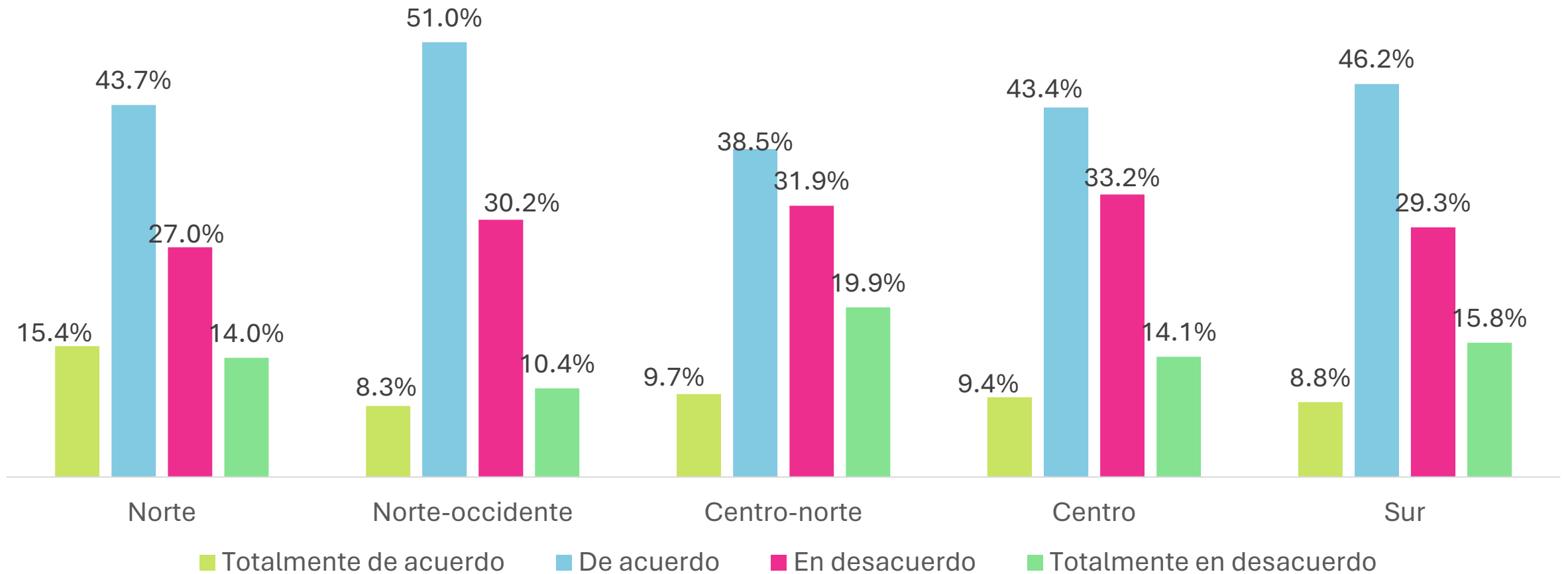
# Contenido compartido por personajes de la política en plataformas digitales\*región

Los personajes políticos informan mejor de sus actividades



# Contenido compartido por personajes de la política en plataformas digitales\*región

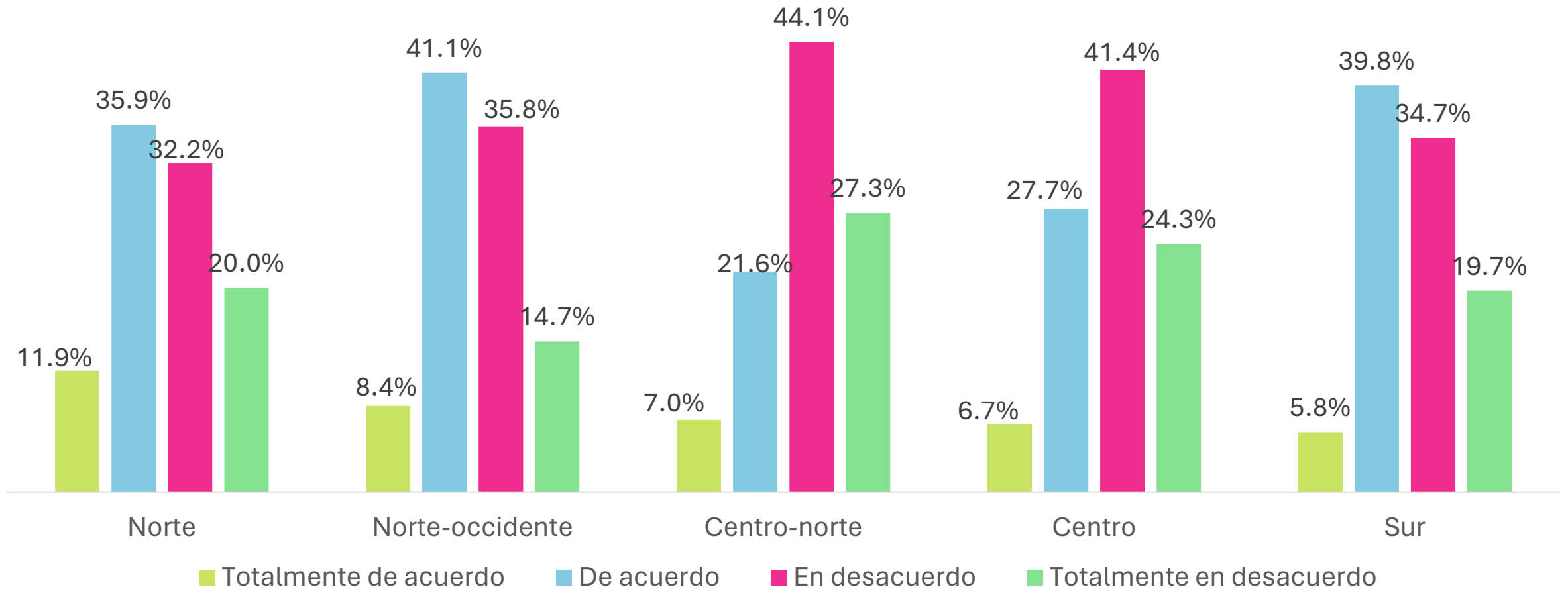
El contenido que comparten personajes políticos es información más accesible/entendible





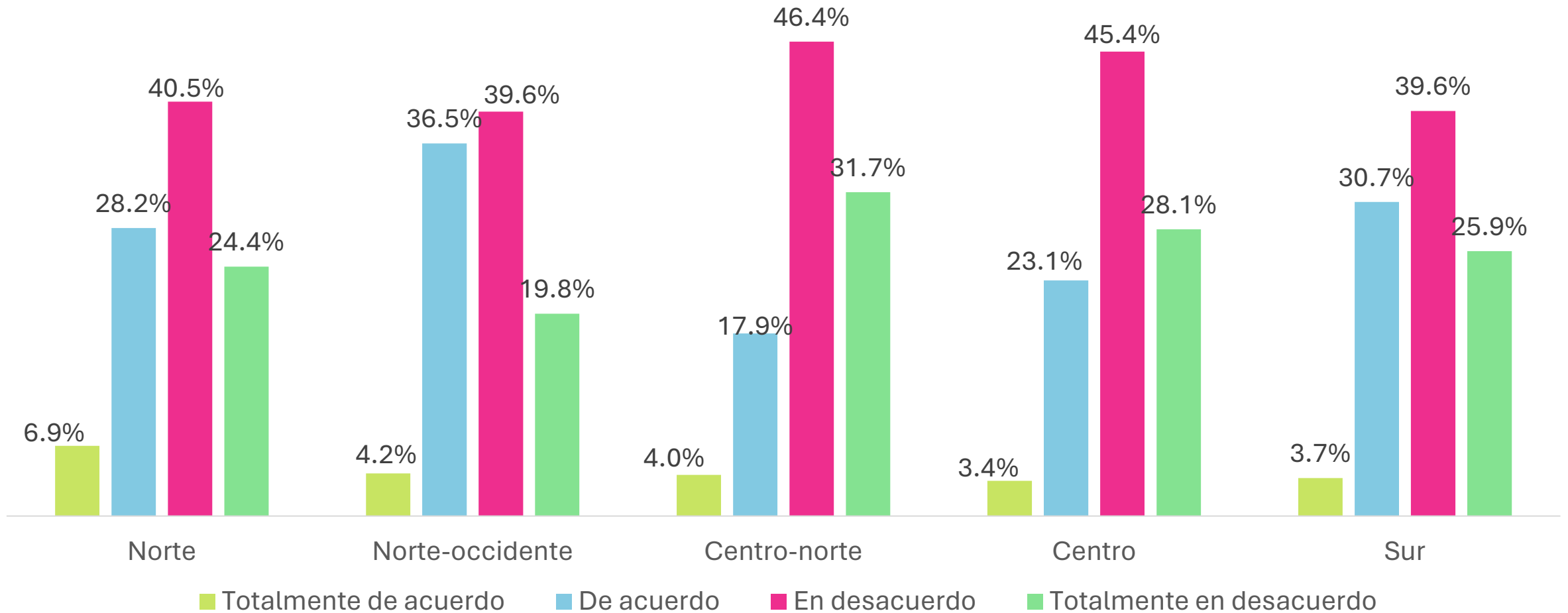
# Contenido compartido por personajes de la política en plataformas digitales\*región

El contenido que comparten personajes políticos me hace sentir más simpatía

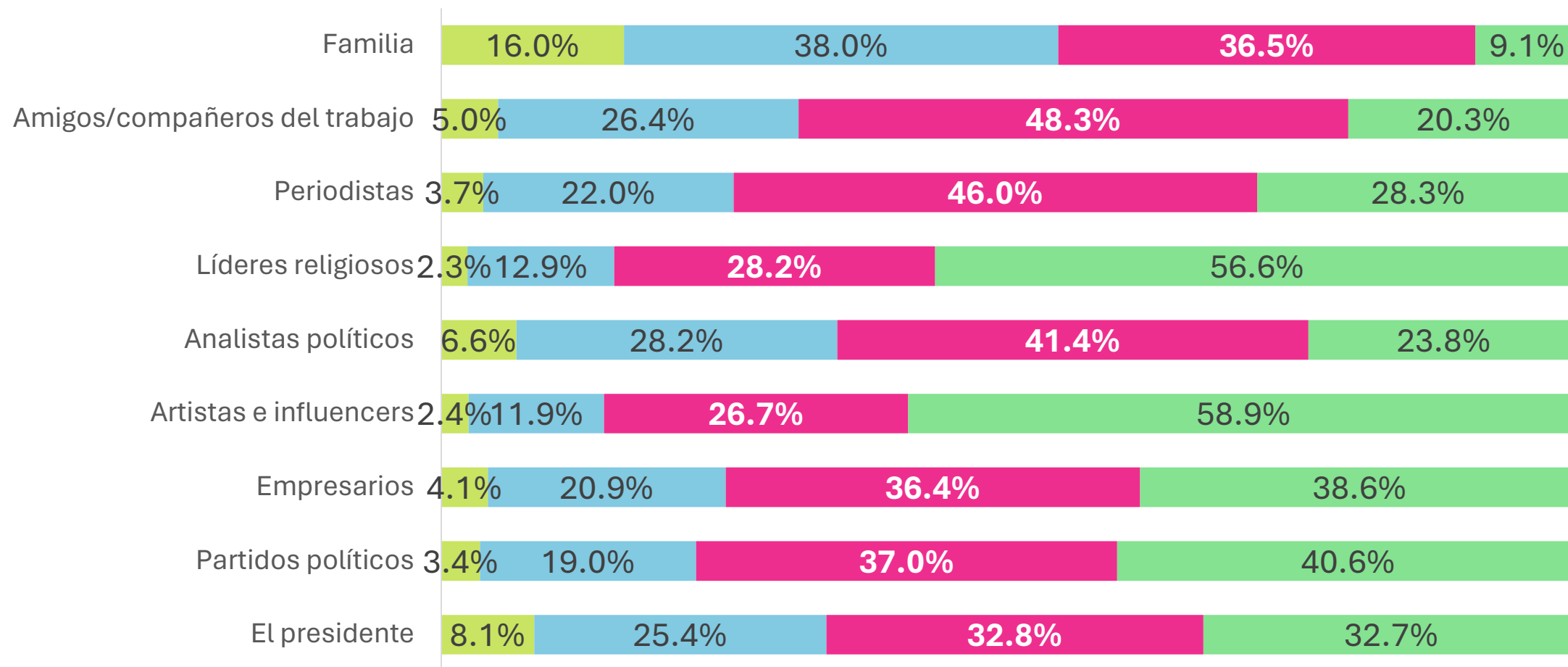


# Contenido compartido por personajes de la política en plataformas digitales\*región

Me identifico con el contenido que comparten personajes políticos

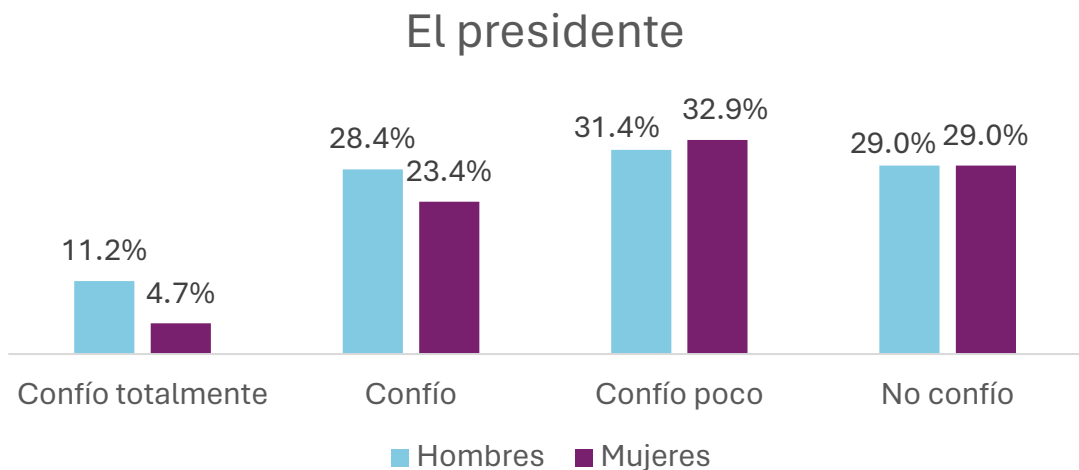


# ¿Qué tanto confías en la información sobre política que escuchas de...?

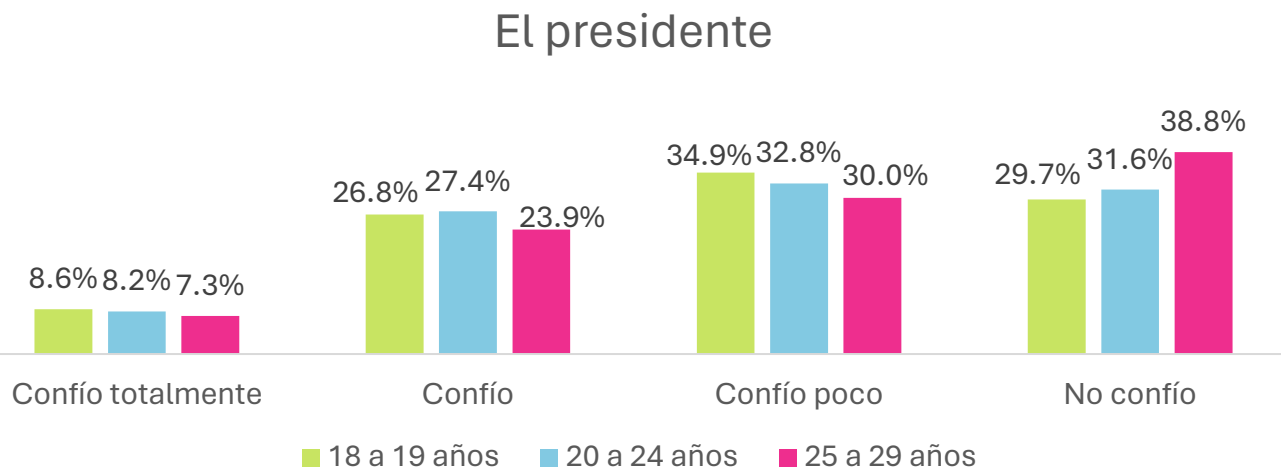


# ¿Qué tanto confías en la información sobre política que escuchas de...?

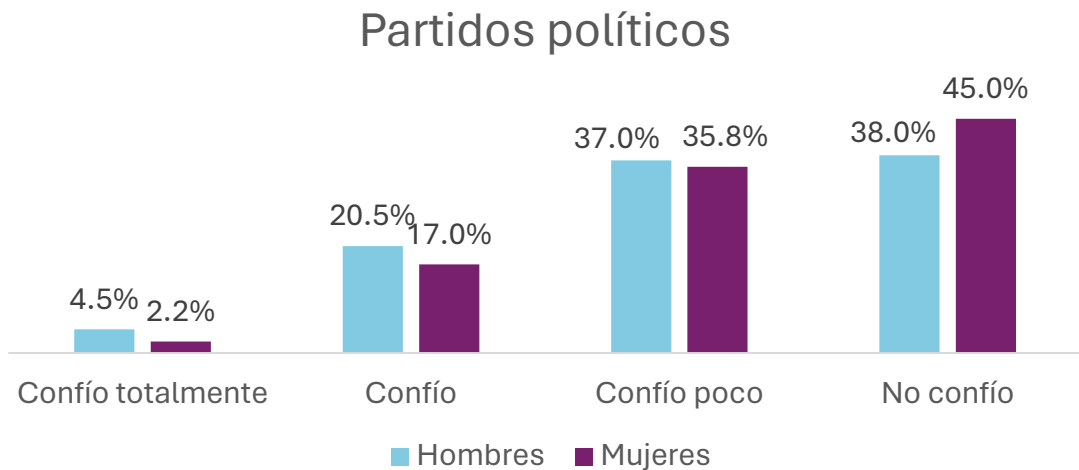
## El presidente



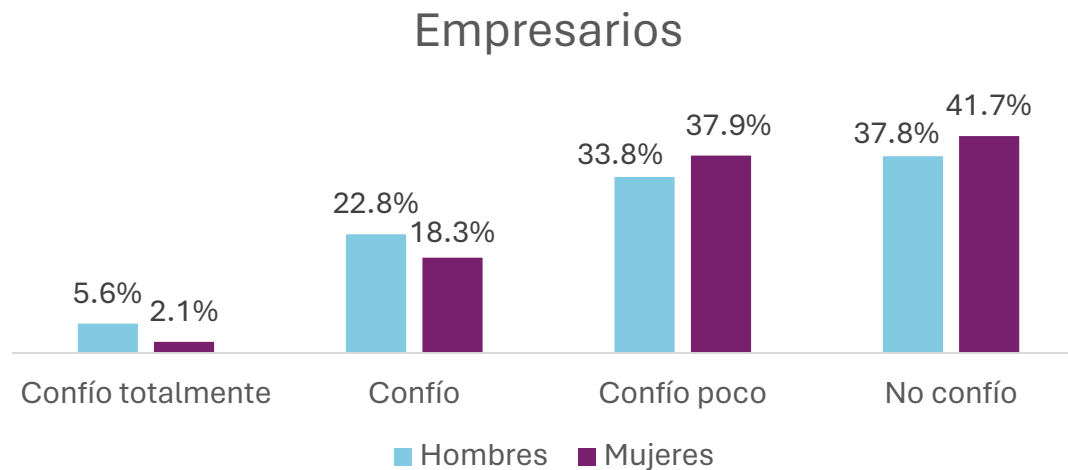
## El presidente



## Partidos políticos

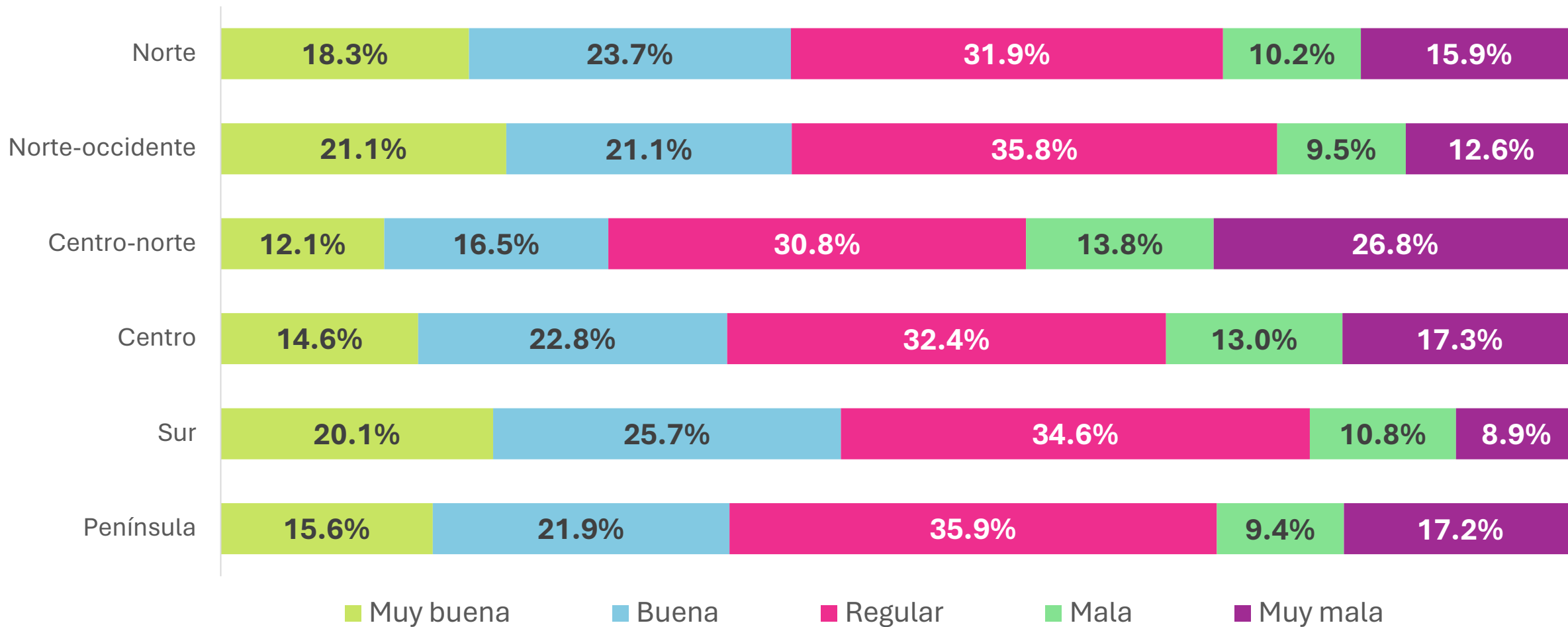


## Empresarios

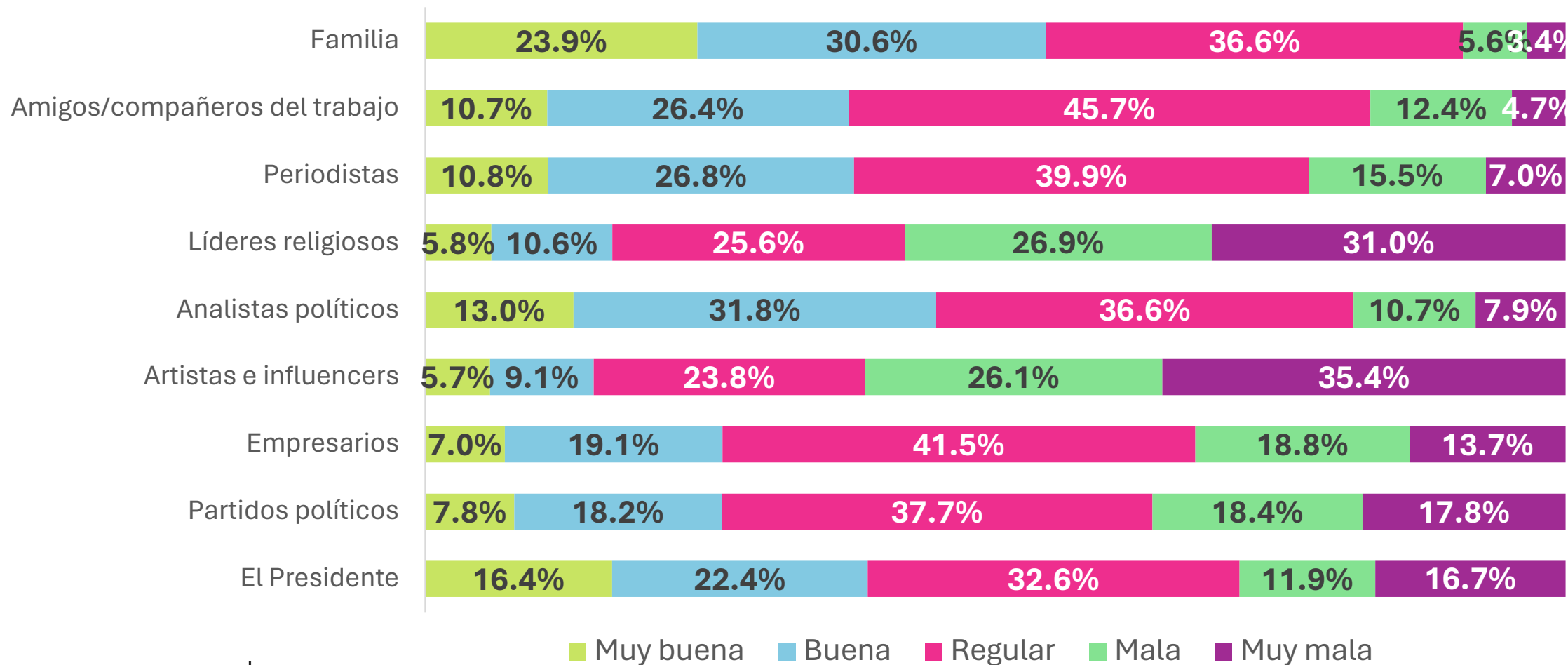


# ¿Cómo evaluarías la calidad de información política que emiten?\* región

El presidente

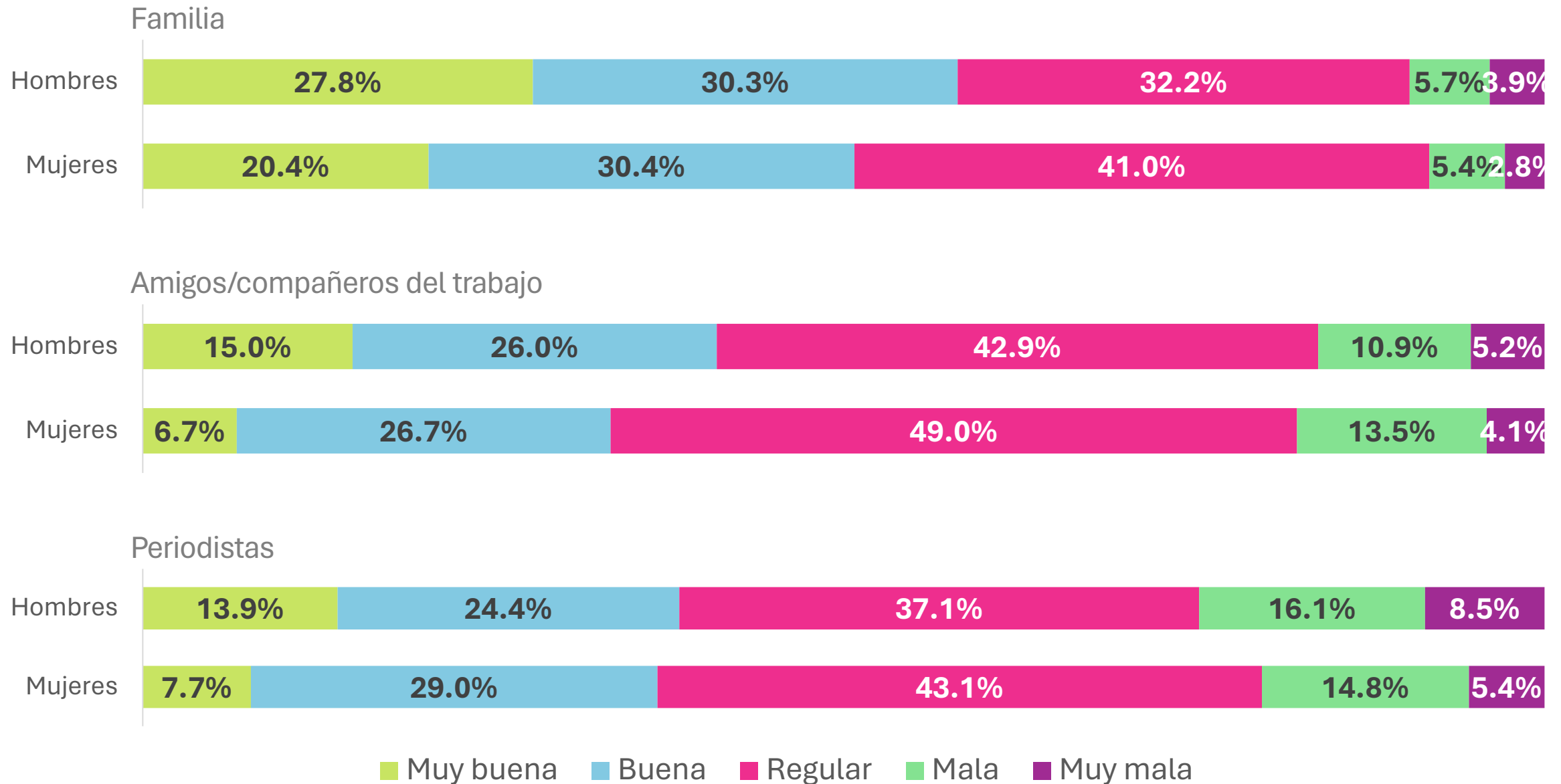


# ¿Cómo evalúas la calidad de la información política que emiten...?

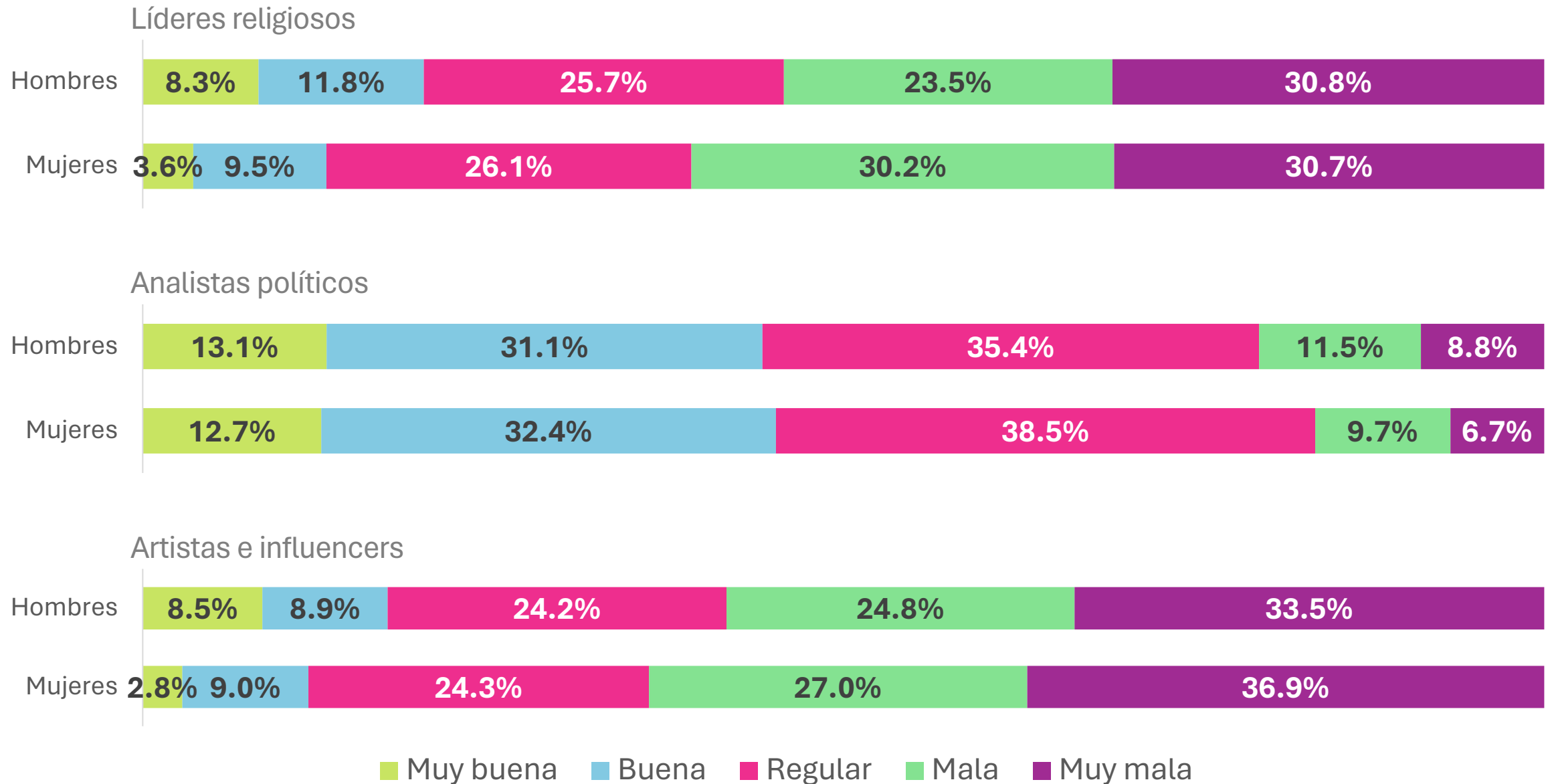


■ Muy buena
 ■ Buena
 ■ Regular
 ■ Mala
 ■ Muy mala

# ¿Cómo evalúas la calidad de la información política que emiten...?\*género

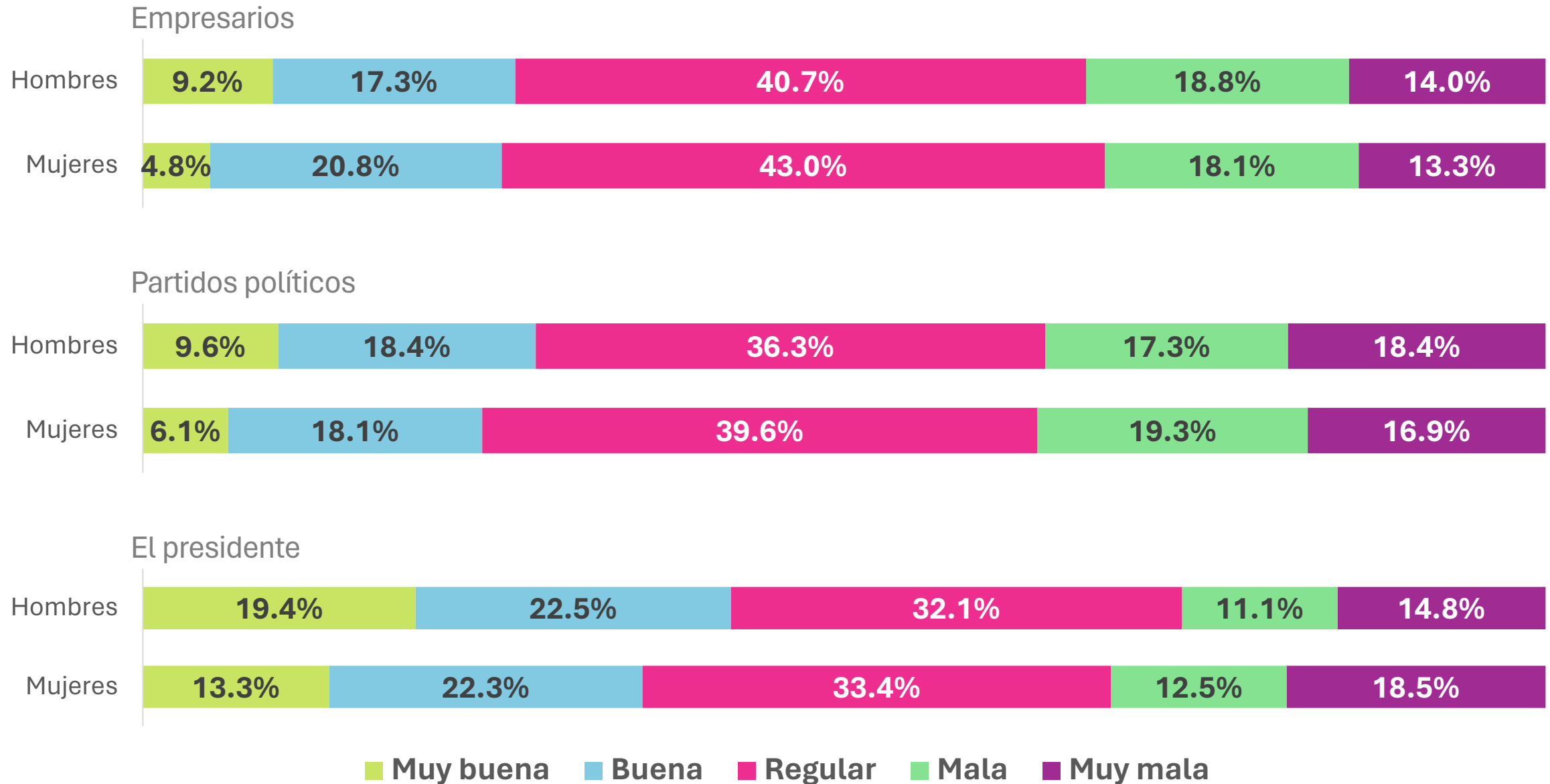


# ¿Cómo evalúas la calidad de la información política que emiten...?\* género



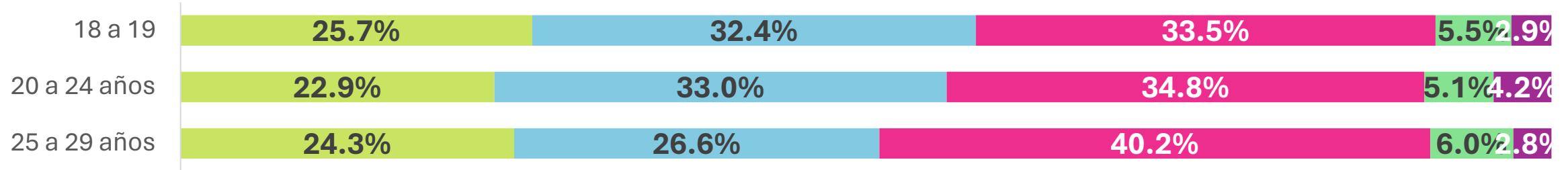


# ¿Cómo evalúas la calidad de la información política que emiten...?\* género

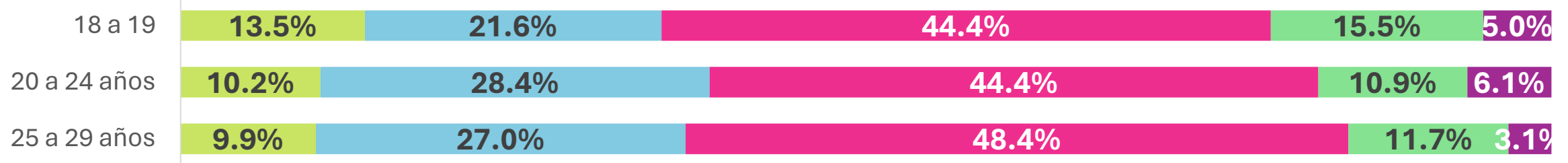


# ¿Cómo evalúas la calidad de la información política que emiten...?\* edad

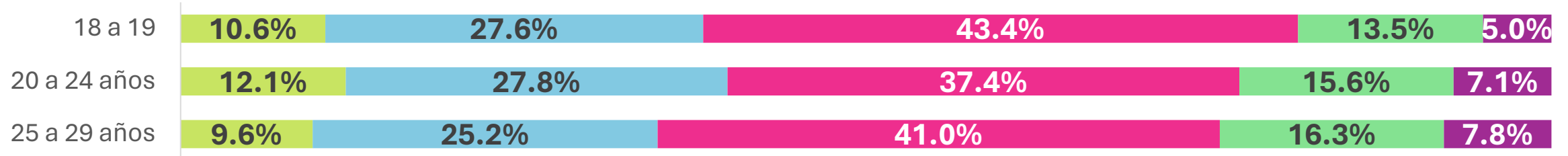
## Familia



## Amigos/compañeros del trabajo



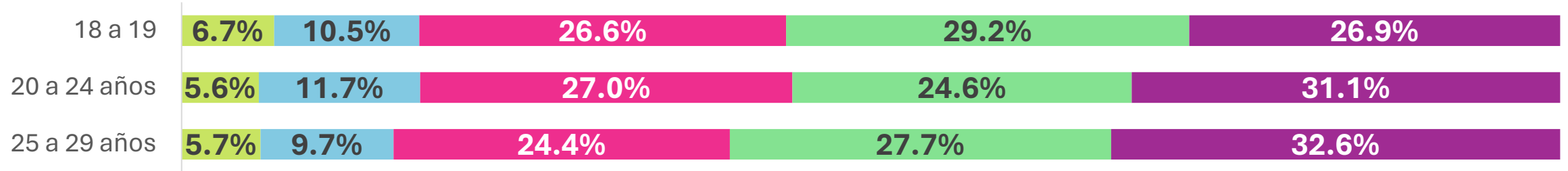
## Periodistas



■ Muy buena ■ Buena ■ Regular ■ Mala ■ Muy mala

# ¿Cómo evalúas la calidad de la información política que emiten...?\* edad

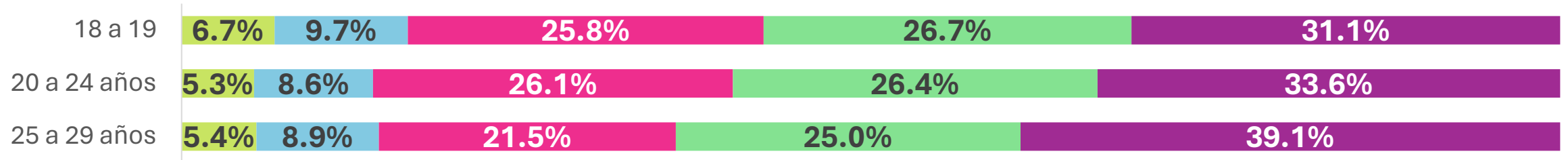
## Líderes religiosos



## Analistas políticos



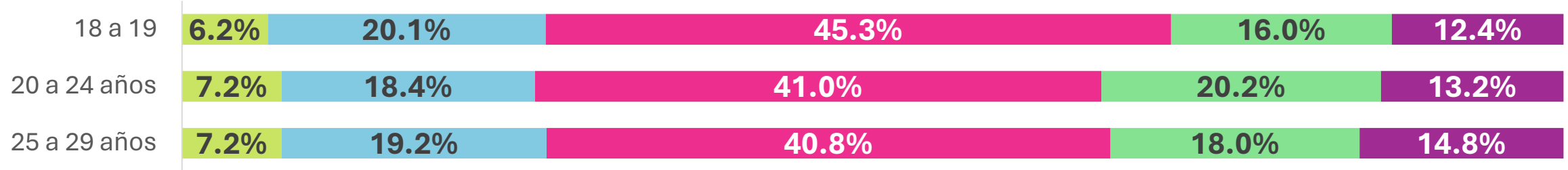
## Artistas e influencers



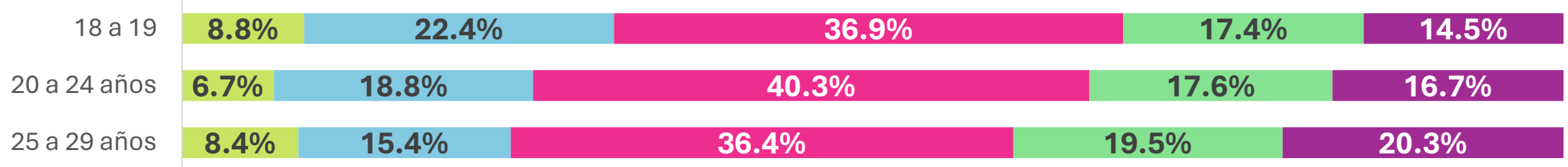
■ Muy buena ■ Buena ■ Regular ■ Mala ■ Muy mala

# ¿Cómo evalúas la calidad de la información política que emiten...?\* edad

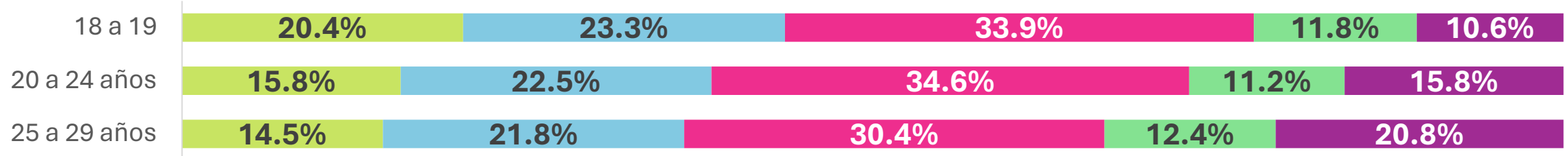
## Empresarios



## Partidos políticos



## El presidente

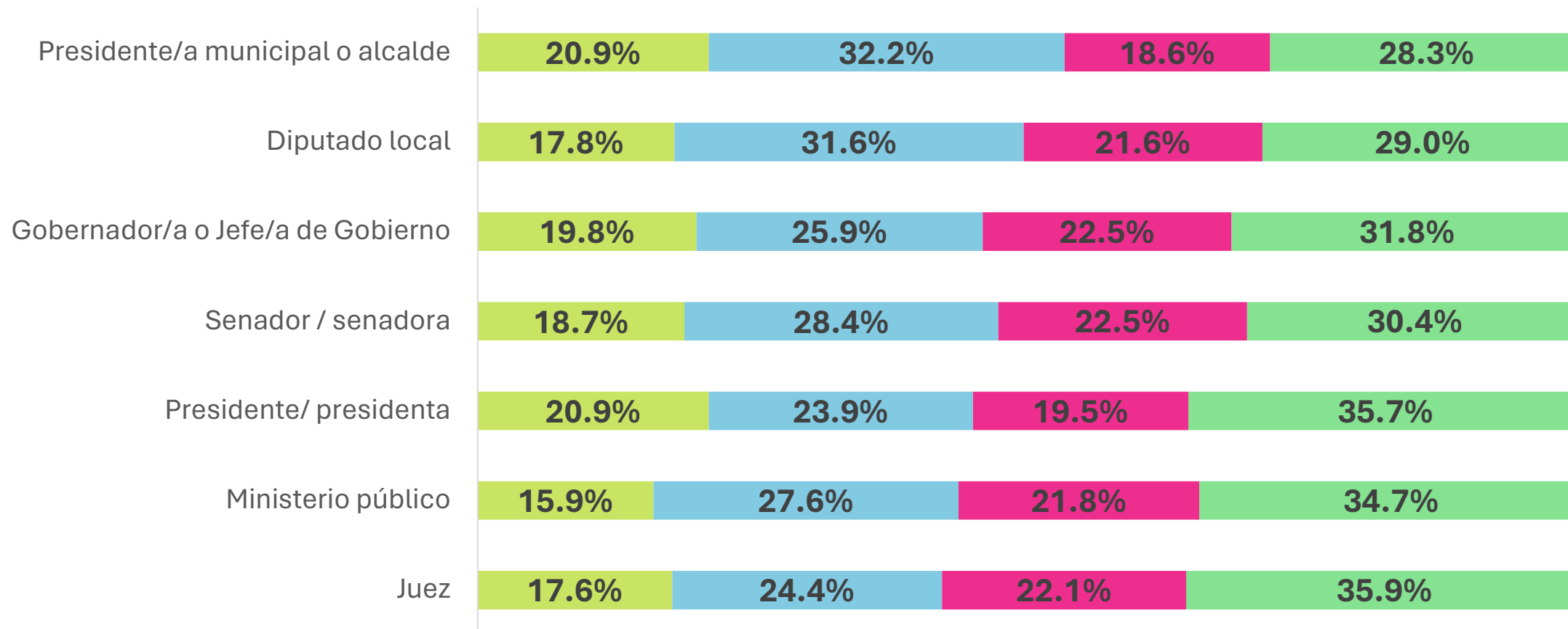


■ Muy buena ■ Buena ■ Regular ■ Mala ■ Muy mala

A young woman with curly hair is speaking into a microphone at a public event. The background is blurred, showing a crowd of people. The text is overlaid in a bright yellow-green color.

# Participación e intereses en temas y espacios públicos

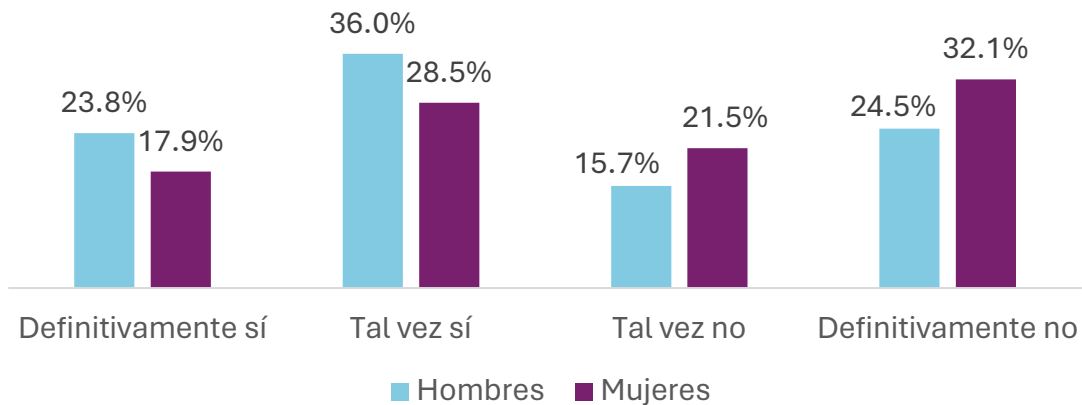
# Si tuvieras la oportunidad ¿te gustaría estar al frente de los siguientes cargos públicos?



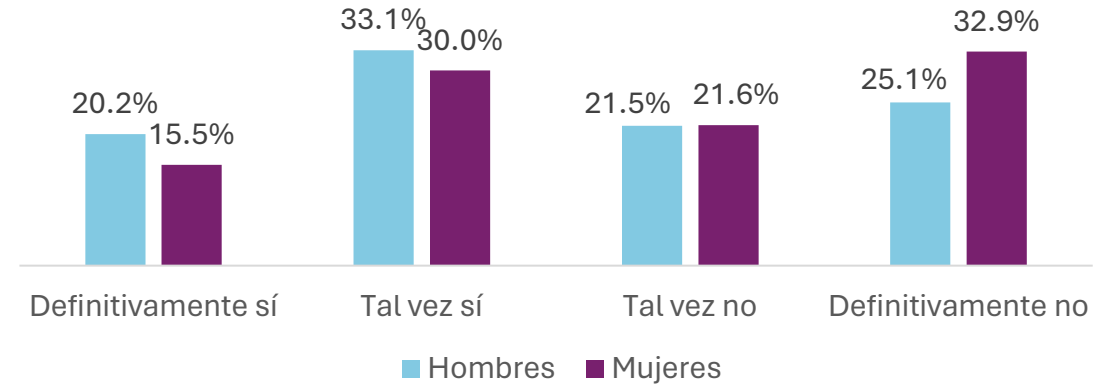
■ Definitivamente sí ■ Talvez sí ■ Tal vez no ■ Definitivamente no

# ¿Te gustaría estar al frente de los siguientes cargos públicos...?

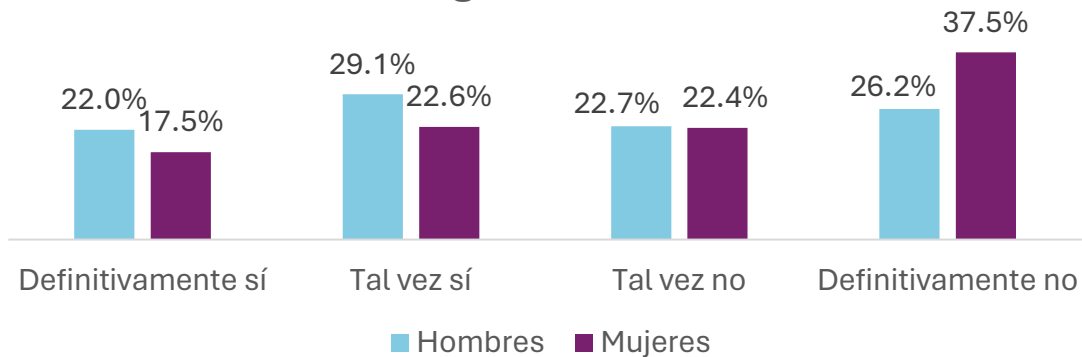
## Presidente municipal / alcalde



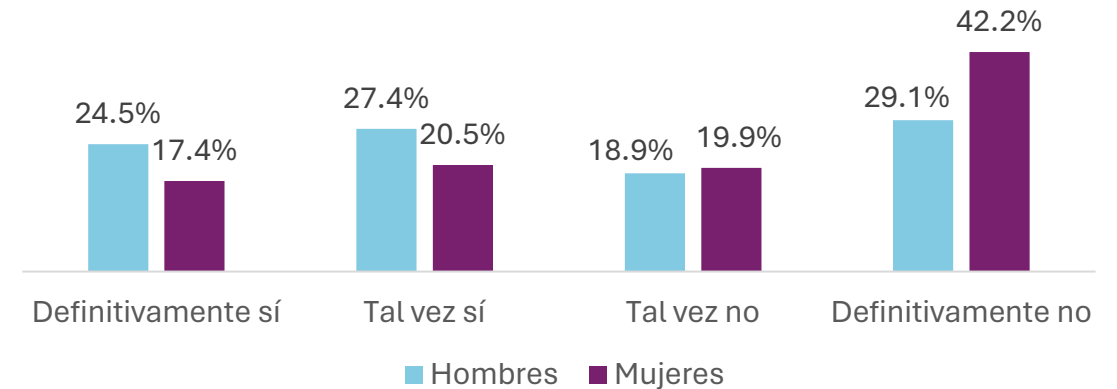
## Diputado local



## Gobernador / gobernadora/ Jefe / jefa de gobierno

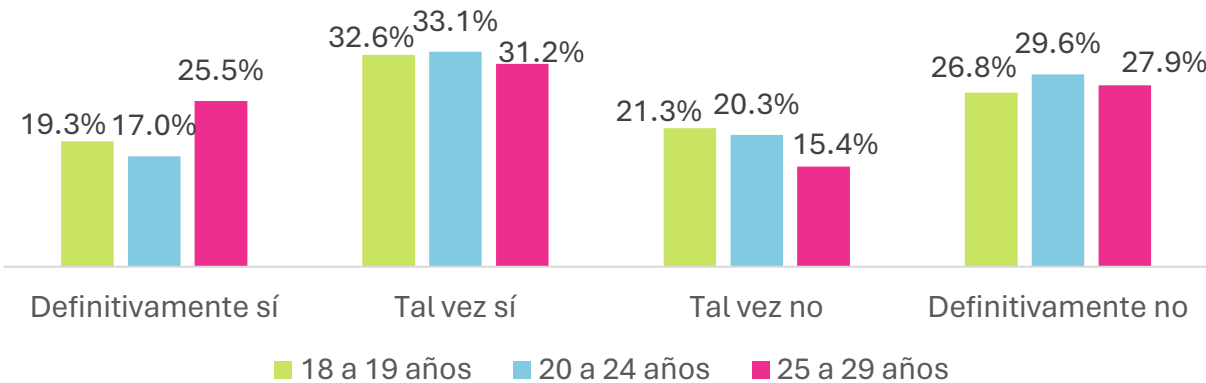


## Presidente / presidenta

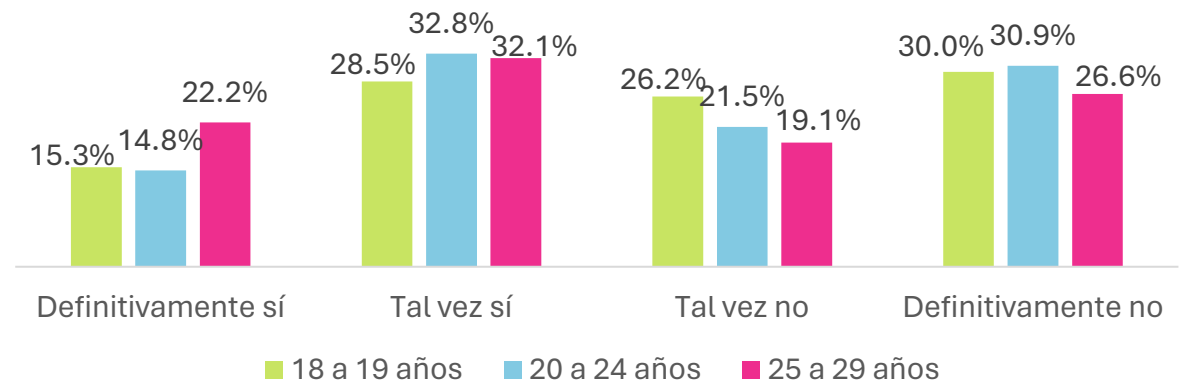


# ¿Te gustaría estar al frente de los siguientes cargos públicos...?

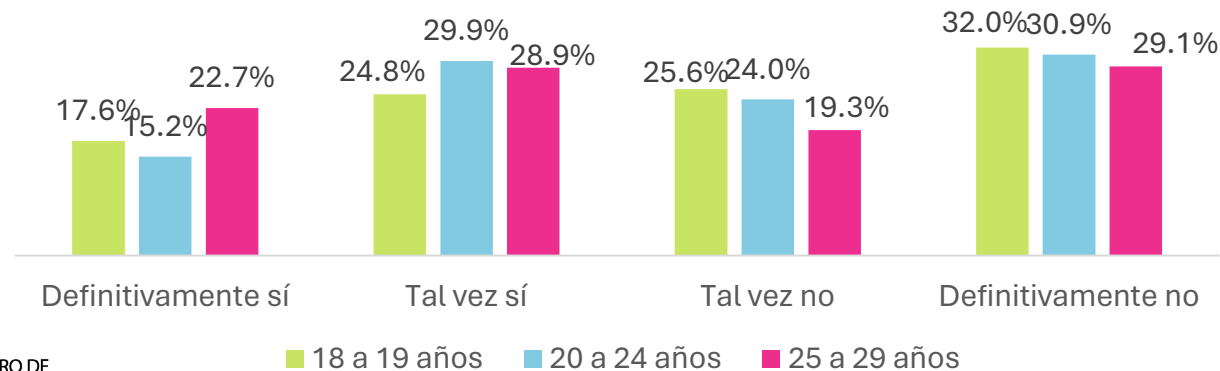
## Presidente municipal / alcalde



## Diputado local

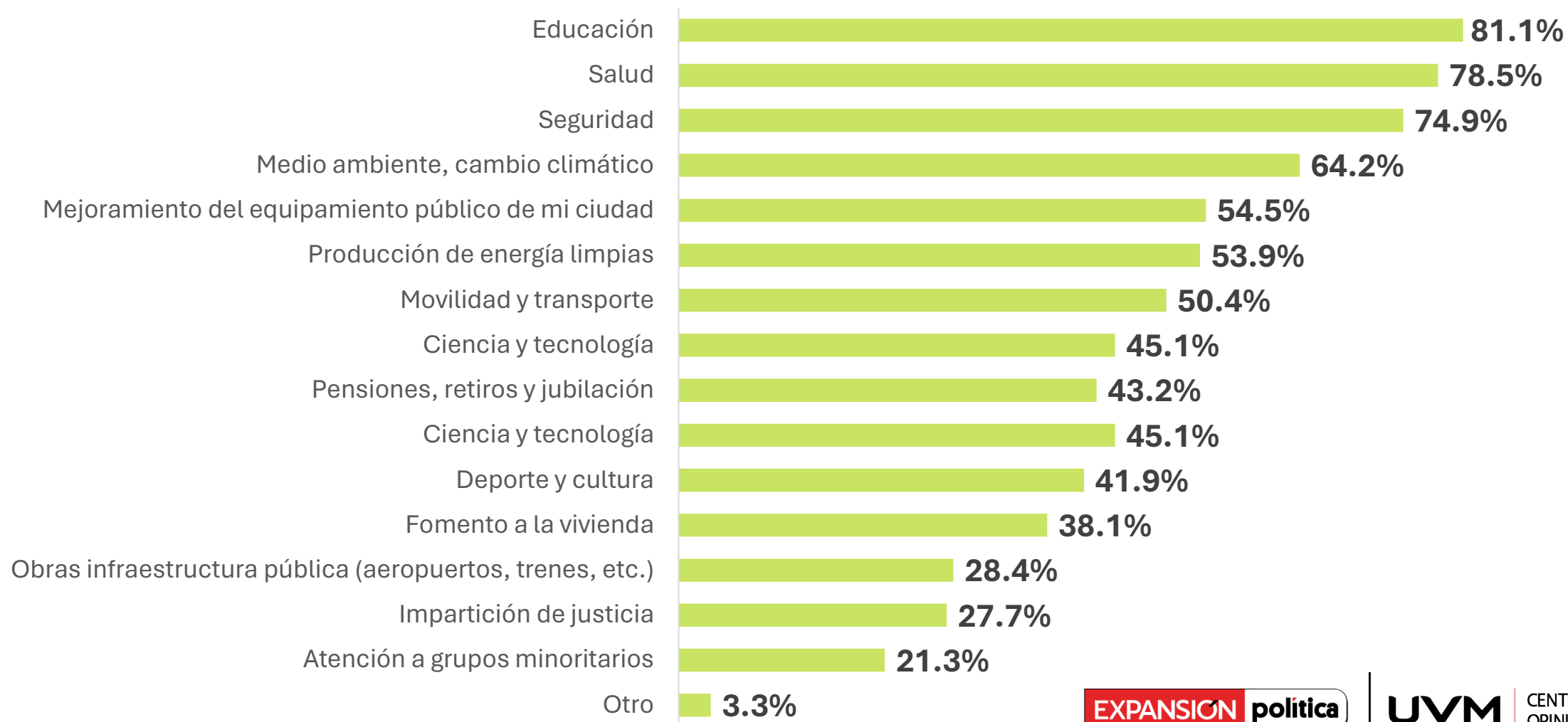


## Senador





# Si tuvieras la oportunidad, ¿a qué asuntos le darías más presupuesto?



# Si tuvieras la oportunidad, ¿a qué asuntos le darías más presupuesto?



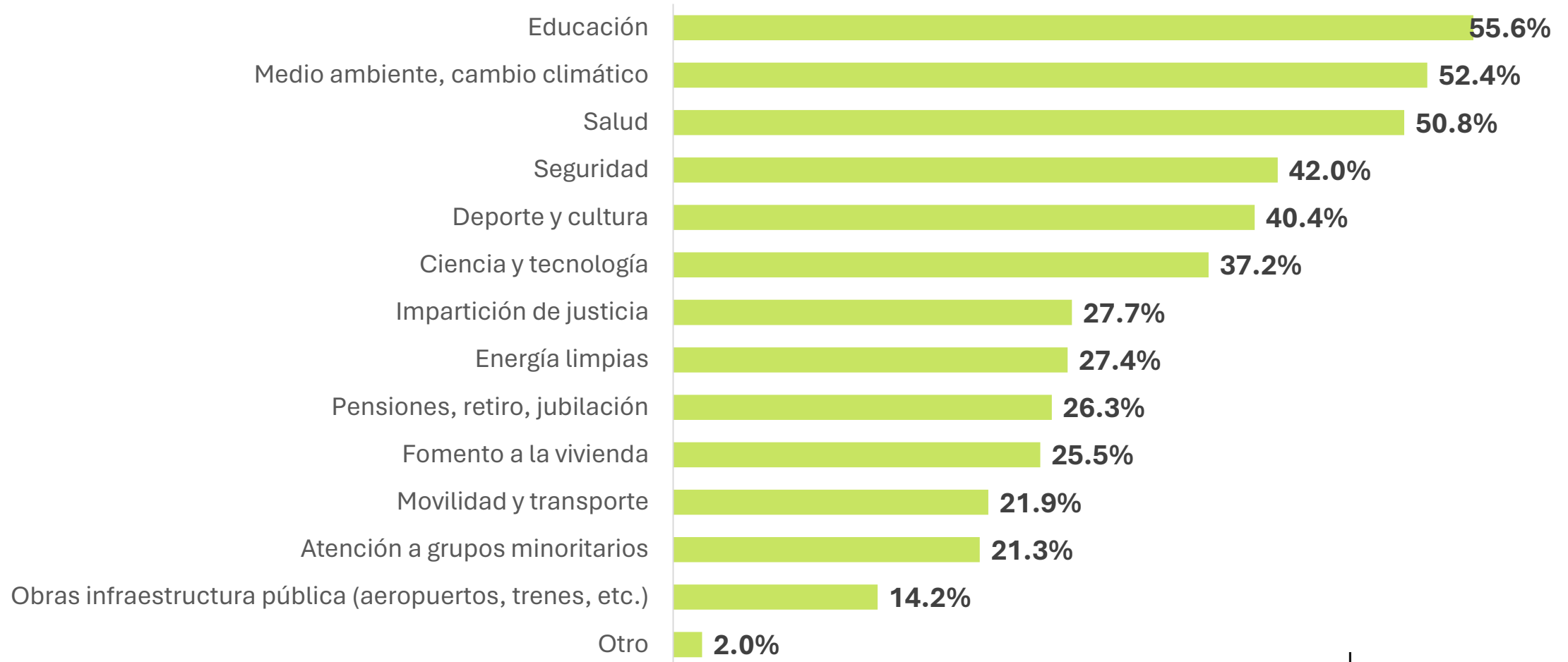
74.9% de los hombres y 82.1% daría presupuesto a Salud.  
50% de los hombres y 40.2% daría presupuesto a Ciencia y tecnología.

38.1% de los hombres y 48.2% daría presupuesto al retiro, jubilaciones, pensiones.

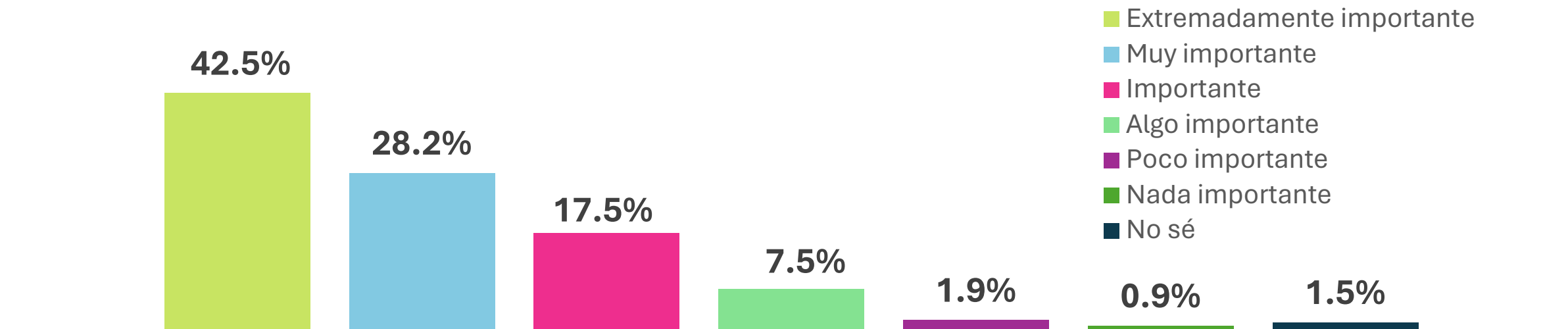
33.4% de los hombres y 42.8% daría presupuesto para fomento a la vivienda.



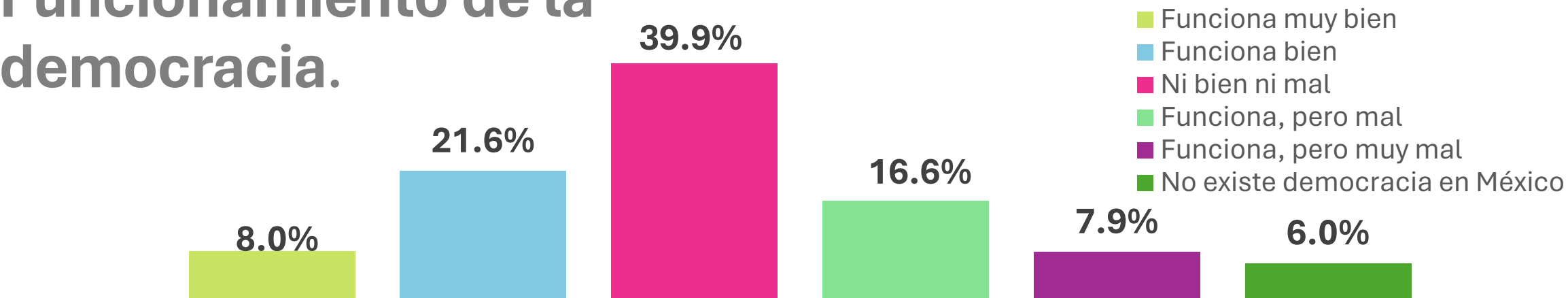
# Si tuvieras la oportunidad de participar en algún asunto público, ¿en cuál te gustaría participar?



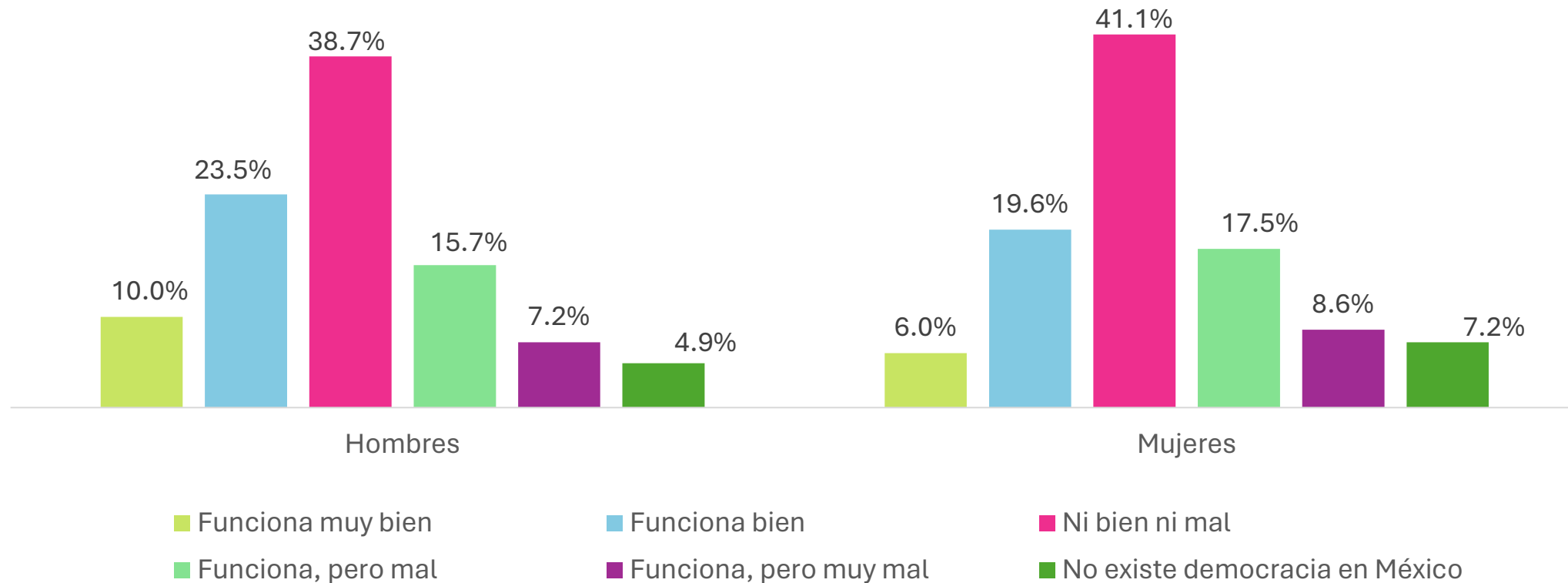
# ¿Qué tan importante es para ti que México sea un país democrático?



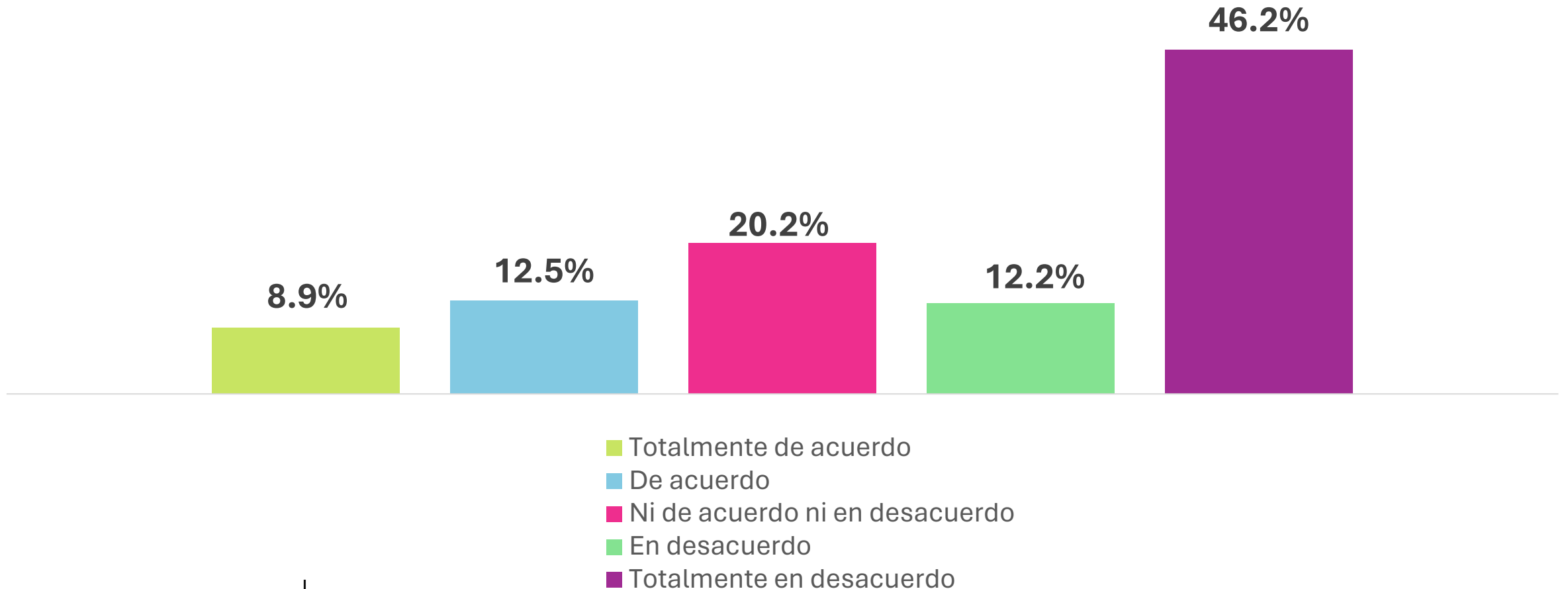
## Funcionamiento de la democracia.



# Evaluación de la democracia en México\*género

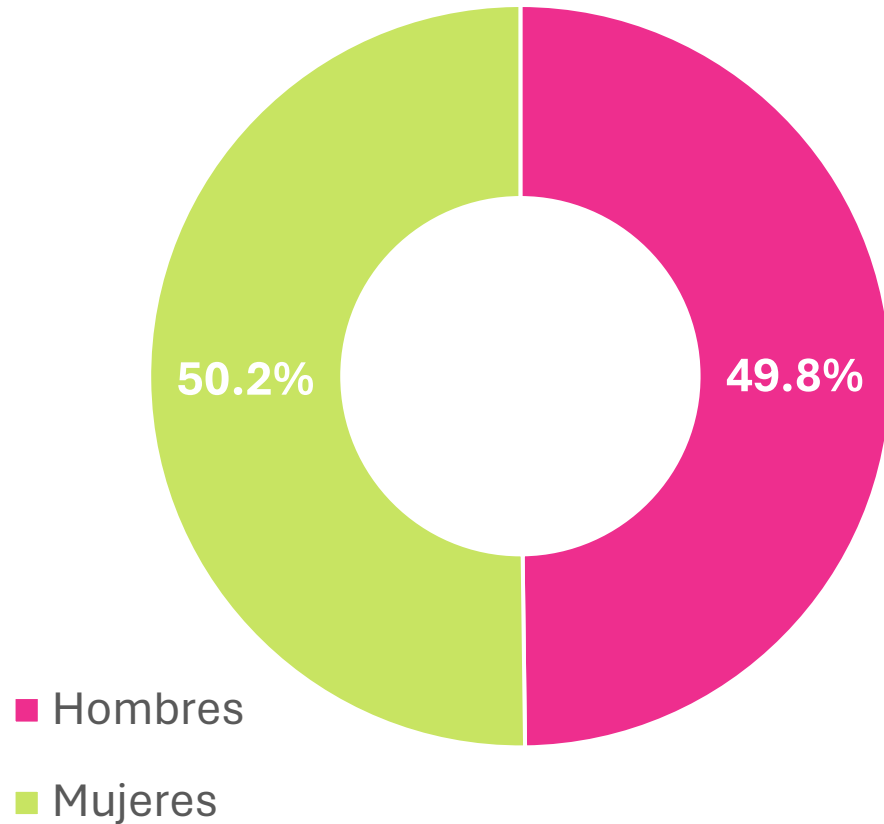


# ¿Qué tan de acuerdo estás con la frase? *Votaría por un candidato o candidata porque es de mi género*

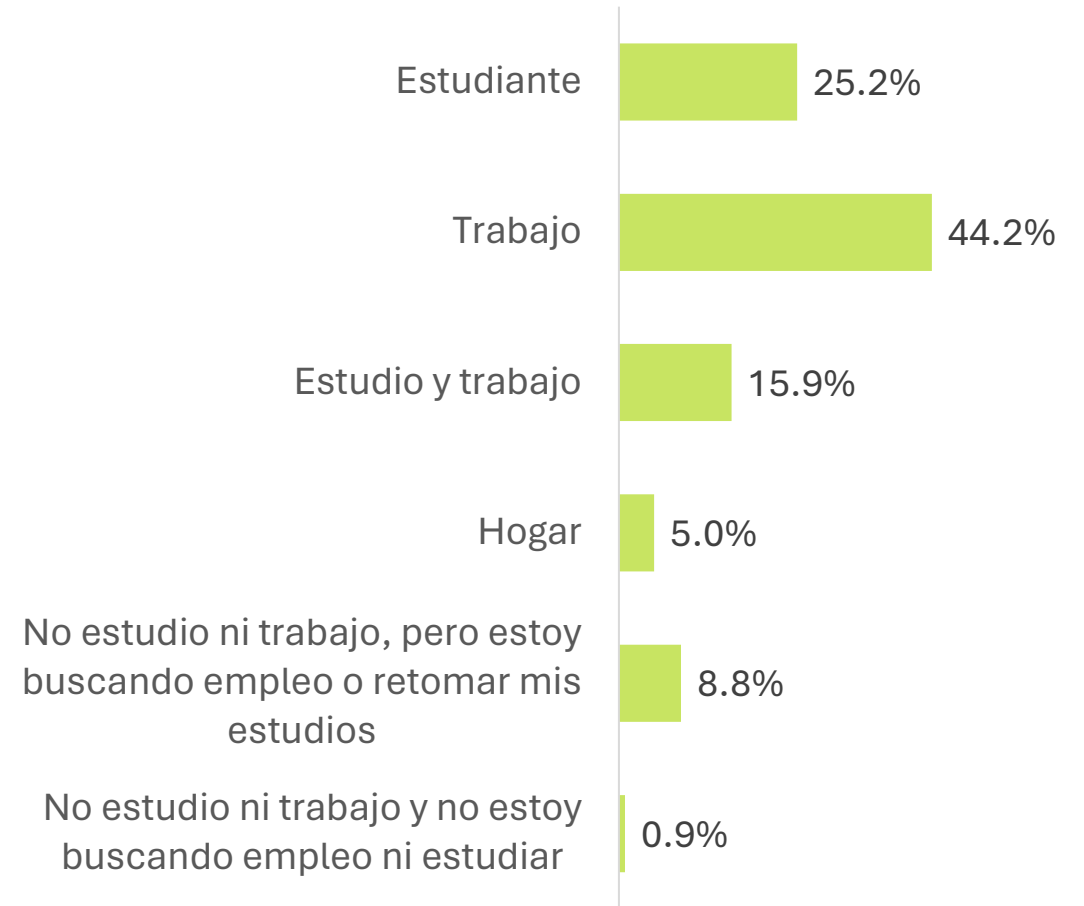


# Sociodemográficos

# Sociodemográficos

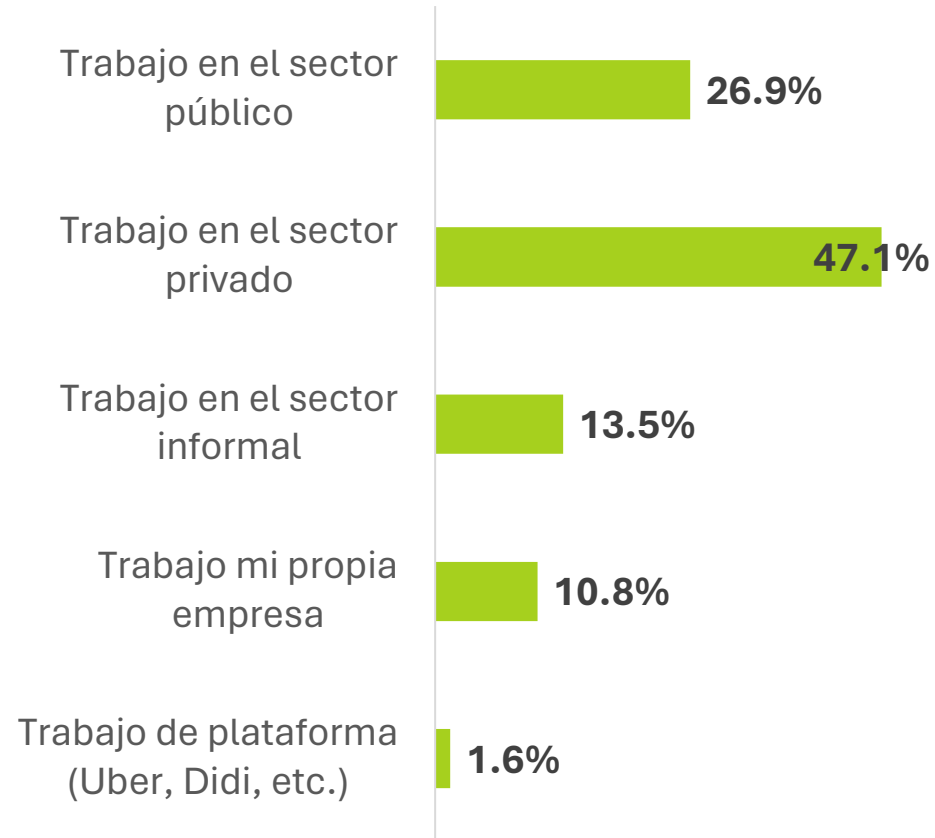


## Ocupación





# Sociodemográficos



Aguascalientes	1.3
BC	3.2
BCS	0.6
Campeche	0.8
Coahuila	2.4
Colima	0.8
Chiapas	4.4
Chihuahua	3.0
Ciudad de México	7.1
Durango	1.5
Guanajuato	5.0
Guerrero	2.6
Hidalgo	2.4
Jalisco	6.9
Edomex	13.6
Michoacán	3.5
Morelos	1.4
Nayarit	0.5
Nuevo León	5.6
Oaxaca	3.1
Puebla	5.5
Querétaro	2.2
Quintana Roo	1.7
San Luis Potosi	2.3
Sinaloa	2.3
Sonora	2.3
Tabasco	1.7
Tamaulipas	2.6
Tlaxcala	0.9
Veracruz	5.8
Yucatán	1.8
Zacatecas	1.3

# Metodología

- La investigación consideró un estudio mixto. En la fase cuantitativa se realizó una encuesta con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de  $\pm 2.5$ . El levantamiento de la encuesta fue del 16 de febrero al 4 de marzo de 2024 y se encuestaron a 1557 jóvenes a nivel nacional a través de un panel cuyos datos son reales y precisos calculados de acuerdo con la norma ISO 20252. 50.2% son mujeres y 49.8% hombres. Buscamos a jóvenes de 18 a 29 años de todo el país cuyas características fueron establecidas utilizando como marco muestral el más reciente Censo de Población y Vivienda del Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Para los cálculos del nivel socioeconómico fue utilizada la regla AMAI del año 2022.
- Para la fase cualitativa se efectuaron tres sesiones de grupo con jóvenes de 18 a 24 años en Ciudad de México, Monterrey y Mérida con la idea de escuchar las opiniones de jóvenes de tres regiones del país: norte, centro y península. Las sesiones fueron vía ZOOM y estuvieron conformada por 7 participantes, NSE C amplio; hubo dispersión al considerar desinterés o interés en la política, así como en su ocupación: estudiantes, empleados, amas de casa y sin ocupación. Predominantemente participaron jóvenes que acudirán a votar por primera vez. Las sesiones se llevaron a cabo la primera semana del mes de abril.