



ANÁLISIS CONTEXTUAL DE LA JUVENTUD GUANAJUATENSE



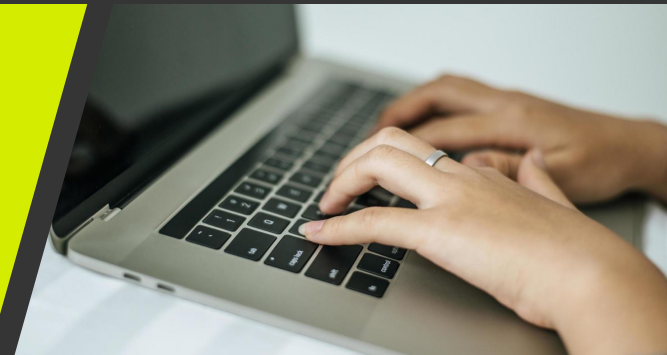
ÍNDICE

Introducción.....	3
Punto de partida	10
Jóvenes en América Latina	11
Jóvenes en México.....	16
Jóvenes en Guanajuato	22
Preocupaciones e interés de los jóvenes en Guanajuato.....	25
Según sexo y edad	30
Según nivel socioeconómico	41
Según nivel educativo.....	47
Por regiones	52
Análisis de personalidad de los jóvenes	63
Juventud guanajuatense	67
Conclusiones	74



INTRODUCCIÓN

01





En el siguiente estudio se presentará un análisis sobre los principales intereses y preocupaciones de los jóvenes guanajuatenses, así como los temas de más relevancia para ellos en las distintas redes sociales.

La información que abarca este análisis fue recopilada de jóvenes de la entidad, de ambos sexos, y cuyas edades oscilan entre los 12 y 30 años de edad.

El grupo de jóvenes estudiado fue dividido entre las VII respectivas regiones del estado, con el objetivo de recopilar información específica, mediante la cual se identifiquen las diferencias y similitudes en cuanto a los principales temas de interés, con el objetivo de impulsar la creación de políticas públicas enfocadas en cubrir las distintas necesidades de cada región.

Objetivo general:

Determinar las principales preocupaciones de jóvenes de Guanajuato de 12 a 30 años de edad expresadas en el espectro digital en el periodo **1 de enero de 2021 a 30 de septiembre de 2022.**

Objetivos específicos



Presentar información de las comunidades digitales de jóvenes guanajuatenses existentes en el Estado de Guanajuato, así como su participación social y política en la entidad.





INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA

Para llevar a cabo esta investigación se recopilaron reseñas de jóvenes habitantes de Guanajuato para procesar comentarios públicos y analizar sus conversaciones en torno a sus principales preocupaciones e intereses, por medio de una herramienta de investigación que funciona a través de inteligencia artificial.

Esta herramienta trabaja específicamente con el uso de redes neuronales que responden a la tecnología Watson de IBM y que constituyen un instrumento para entender la forma en que interactúan los internautas en el periodo ya mencionado.

INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA

La investigación se desarrolla en el espectro digital porque representa una estructura de interacciones sociales en las que se comparten conocimientos, emociones, intereses comunes o desacuerdos de jóvenes, y su retroalimentación puede ser significativa para la construcción de mejores espacios y servicios para su desarrollo.





RELEVANCIA DE LOS JÓVENES PARA GUANAJUATO

La **relevancia** de este estudio recae en la necesidad de **comprender** la forma de pensar de las y los jóvenes del estado, con el principal objetivo de **atender sus necesidades** y **preocupaciones**, para así poder **implementar** políticas públicas y estrategias de comunicación acertivas para conectar con ese sector poblacional y **promover su participación** política.



RELEVANCIA DE LOS JÓVENES PARA GUANAJUATO

Es **importante** para el Gobierno de Guanajuato **relacionarse** de manera óptima con las futuras generaciones, **brindándoles espacios** y plataformas donde sus voces puedan ser escuchadas y **abriendo canales** de comunicación y colaboración para **impulsar los cambios positivos** que sus ideas innovadoras puedan traer al estado.

Por último, **ayudará a comprender** la forma en la que se relacionan en cuestiones políticas y sociales, con la intención de **aumentar los niveles** de involucramiento de los jóvenes en las presentaciones de iniciativas, así como en la **toma de decisiones**, impulsando la participación ciudadana de este grupo en beneficio de la entidad.

PUNTO DE PARTIDA

02



JÓVENES EN AMÉRICA LATINA

2.1





Según La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)¹, la población de jóvenes en esta extensión territorial concentra aproximadamente **160 millones**, lo cual significa **casi un cuarto de la población total** de la región.

Según este organismo, la economía de Latinoamérica, que había tenido una evolución prometedora en épocas recientes, ahora se encuentra en fase de ralentización, lo cual pone en riesgo los avances sociales, políticos y económicos de la última década.

Por lo anterior, los jóvenes se encuentran en una encrucijada y encarnan las **promesas y los desafíos** de la región.

1. CEPAL: <https://www.cepal.org/es/subtemas/juventud#>

CONTEXTO

Parte de la situación que aqueja a los jóvenes en América Latina y el Caribe actualmente, se debe a los obstáculos a los que hoy en día enfrentan para su plena inclusión en la sociedad.

Para ello, se necesita impulsar el desarrollo de las capacidades de las nuevas generaciones, lo cual requiere tratar a los jóvenes como agentes esenciales del cambio estructural.

Lo anterior se lleva a cabo por medio al acceso a la salud y la educación, a oportunidades de encontrar un empleo digno y de **participar en las decisiones sobre los asuntos de interés público.**





PARTICIPACIÓN JUVENIL

El punto de partida para la total integración de los jóvenes latinoamericanos en sus respectivas sociedades es **reforzar la participación de los jóvenes en los procesos políticos.**

Es crucial tomar lo anterior en cuenta, debido a que la región se enfrenta a una desconexión creciente entre las demandas de la sociedad y las respuestas ofrecidas por los gobiernos.

Esto genera bajos niveles de confianza en las instituciones democráticas, haciendo mayor la brecha entre la sociedad y los gobiernos en América Latina y el Caribe.

Por otra parte, la juventud latinoamericana ha adoptado nuevos instrumentos, basados en herramientas tecnológicas, que les permite organizarse, movilizarse y hacer oír sus demandas y expectativas políticas.

La forma de entender las preocupaciones y sus necesidades es que los respectivos gobiernos de los países de AL, se involucren más en los medios y formas por las cuales los jóvenes llevan a cabo dichas movilizaciones políticas, es decir los medios de comunicación de carácter tecnológico como las redes sociales.

Por esta razón, es que los gobiernos de los respectivos países de la región tienen como tarea **modernizar su forma de hacer política**, para llegar y **conectar** con la población juvenil, pues son ellos los que marcarán la pauta y el dinamismo del desarrollo de los países latinoamericanos a futuro.



JÓVENES EN MÉXICO

2.2



México cuenta con alrededor de **38 millones de jóvenes**, cifra que representa aproximadamente el **30% de la población total del país**, según el INEGI.²

Pese a un avance considerable, datos de **La Base de Datos Socioeconómicos para América Latina y el Caribe (SEDLAC)**³ han demostrado que **persisten brechas en la inclusión social y laboral de los jóvenes** en el país. Estas problemáticas se refleja en fenómenos como el **desempleo, la deserción escolar, la pobreza, la brecha de género**

El **desempleo en los jóvenes** ha ido en **aumento**. Además, **México está** entre los países de **La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)**⁴ con **mayores proporciones de jóvenes que no trabajan, estudian, ni reciben capacitación**.

Aunado a esto, **el país cuenta con una gran brecha de género** ya que las **jóvenes mujeres** tienen **tres veces más probabilidades** de **no tener empleo, no estudiar, ni recibir capacitación** que los hombres.

2. INEGI, (2022), Comunicado de prensa, núm. 436/22, página 1/5:
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Juventud22.pdf
3. OCDE/CEPAL/CAF (2016), Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento, OECD Publishing, Paris, pág 307.
<http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>
4. IBID





CONTEXTO

En cuanto al **tema educativo, México enfrenta** altas tasas de **deserción escolar y un bajo índice de finalización** de ciclos de enseñanza

El nivel educativo en México es menor que el promedio de la región en educación secundaria, pero mayor en educación superior.

Por esta razón, la educación técnica y vocacional desempeña un importante papel social en México al ofrecer posibilidades de aprendizaje a estudiantes que corren el riesgo de abandonar sus estudios o que viven en regiones apartadas.

PARTICIPACIÓN JUVENIL

La proporción de jóvenes mexicanos que expresan confianza en la transparencia de los resultados electorales es menor que las de adultos en México y que el promedio en Latinoamérica.

Los jóvenes mexicanos presentan una extendida apatía hacia la política, reditúa negativamente en el funcionamiento de la democracia local, en general.

Esta apatía se atribuye a la **falta de respuesta eficaz** por parte del Gobierno **ante sus necesidades y demandas**.





PARTICIPACIÓN JUVENIL

Uno de los problemas que presenta el país es que las expectativas de la sociedad están puestas en las juventudes, pero pocas veces hay detenimiento por parte de las autoridades políticas para pensar en lo que ellos necesitan.

De acuerdo con la Constitución Política de la Ciudad de México⁵, las instituciones tienen la obligación de incorporar **acciones que permitan a las juventudes** una participación directa en la postulación a los cargos de **elección popular**.

5. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos [CPEUM] Artículo 4, párrafo 18, 24 diciembre 2020:

<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>

PARTICIPACIÓN JUVENIL

Por esta razón, los órganos electorales tienen la tarea de **reinventarse** para otorgar **certeza y confianza** a las y los votantes durante los comicios y, en los cuales, **los medios de comunicación**, principalmente los de índole tecnológica, **jugarán un papel fundamental** para **mantener a la juventud informada**.

Tomando en cuenta lo anterior, además de compartir información de manera eficaz, los medios de comunicación permiten **presentar a la ciudadanía las diversas acciones y estrategias** que serán implementadas con el **objetivo de mejorar la calidad de vida de este grupo social**.



JÓVENES EN GUANAJUATO

2.3





¿CUÁNTOS JÓVENES VIVEN EN GUANAJUATO?

Actualmente en Guanajuato la población entre **12 y 30 años de edad** asciende a **2 millones 028 mil 811 personas**, cifra que representa **33.06% del total de los habitantes** de la entidad (6 millones 166 mil 934), según datos sustraídos del Censo Poblacional 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

En la **región 7** es donde se concentra el mayor número de jóvenes sumando el **28%** de este sector, le sigue la **región 3** con el **25.33%**, después la **región 6** con el **17.04%**, a continuación la **región 2** con el **8.95%**, la **región 4** con el **7.96%**, la región 5 con el **7.31%** y por último la **región 1** con el **5.41%**.

PREOCUPACIONES E INTERESES DE LOS JÓVENES EN GUANAJUATO

03



PREOCUPACIONES E INTERESES

La pobreza, falta de empleo, carencias sociales e inseguridad son los principales problemas a los cuales se enfrentan adolescentes y jóvenes guanajuatenses, los cuales son considerados como sus principales preocupaciones.

A su vez, es relevante destacar que hoy en día las y los jóvenes guanajuatenses tienen un interés especial por pasar tiempo en redes sociales. Por esta razón, se ha procurado destacar los temas de más relevancia para este grupo social en estos medios. Algunos ejemplos son, **bailes en tendencia, temas deportivos, comedia, temas relacionados a la comida, así como información o actividades relacionadas con viajes.**





PREOCUPACIONES E INTERESES

Aun cuando las actividades de esparcimiento son variadas entre los jóvenes al margen de bailes y eventos musicales, los apasionados por **las nuevas tecnologías, informática y electrónica** se centra en el segmento de varones de **12 a 15 años**, mientras que las **mujeres de 12 a 20 años** manifiestan especial interés en el tema de **protección a animales y ubicar espacios de tolerancia para sus mascotas**, sin soslayar el interés en temas de **preparación y consumos de platillos**, vistas a restaurantes y destinos para viajar o espacios y eventos a los cuales acudir.

A mayor **capacidad económica**, se revela más afinidad por **conocer nuevos lugares** de destino turístico y/o esparcimiento y **menos interés** por los **bailes de tendencia y contenidos virales** en redes sociales. Cuando los jóvenes internautas tienen **menor capacidad económica**, manifiestan mayor interés en **bailes de tendencia y seguimiento de influencers**, según se desprende de las mediciones en redes sociales.

PREOCUPACIONES E INTERESES

La **principal preocupación** de los jóvenes en las siete regiones de Guanajuato, tiene que ver con la **violencia e inseguridad que se registra en la entidad**. En **redes sociales** es mayor la frecuencia expresada referente a **hechos violentos y delitos de alto impacto** como son desapariciones de personas, **homicidios y feminicidios**, que las relacionadas con robos y asaltos, motivo por el cual **este segmento poblacional** expresa sentirse inseguro y tiene una **sensación de falta de paz**.

Otra de las inquietudes expresadas por los jóvenes durante el periodo de su investigación se refiere al **tema económico**, principalmente con su vinculación por **desempleo**, falta de fuentes de empleo y **bajos salarios** percibidos y ofertados.

Mientras que para **varones de 16 a 20 años**, la **principal preocupación** expresada es la **educación**, especialmente por el **otorgamiento de becas** para continuar con sus estudios.





PREOCUPACIONES E INTERESES

Para quienes fluctúan entre los **26 y 30 años** es la **violencia e inseguridad** la principal preocupación; ocurre el mismo comportamiento con las **mujeres**, sin embargo, la proporción es mucho mayor en este género **superando las expresiones de intranquilidad** en 8 puntos.

Otros temas que discuten los jóvenes en el **espacio digital** refieren a **corrupción e ineficiencia en el gobierno** .

Cabe señalar que los **jóvenes del target "C" y "D"** están más preocupados por la **falta de empleo**, el encarecimiento de bienes y **los bajos salarios** percibidos y ofertados por parte del sector patronal. **El nerviosismo** por la situación **económica** también se visibiliza en las conversaciones digitales de quienes tienen estudios a **nivel técnico**.

PRINCIPALES INTERESES Y PREOCUPACIONES

Hombres y Mujeres

Categoría	Principales intereses	Horas de consumo semanal	Afinidad de consumo	Principales preocupaciones	%
Hombres 16 a 20 años	Trends virales	2.5 hrs	41%	Educación Pública	31%
	Comedia	1.0 hrs	26%	Violencia e inseguridad	21%
	Deportes	1.5 hrs	19%	Salud Pública	9%
Mujeres 16 a 20 años	Trends virales	5.0 hrs	22%	Violencia e inseguridad	35%
	Petfriendly	2.0 hrs	51%	Educación Pública	27%
	Moda/Belleza	1.0 hrs	47%	Salud Pública	16%
Hombres 21 a 25 años	Trends virales	4.5 hrs	44%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	29%
	Comedia	1.0 hrs	35%	Violencia e inseguridad	27%
	Deportes	2.5 hrs	29%	Economía	9%
Mujeres 21 a 25 años	Trends virales	4.5 hrs	29%	Violencia e inseguridad	35%
	Moda/Belleza	2.5 hrs	36%	Economía	21%
	Foodie	1.0 hrs	59%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	9%
Hombre 26 a 30 años	Trends virales	2.0 hrs	42%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	30%
	Comedia	1.0 hrs	59%	Violencia e inseguridad	29%
	Deportes	2.5 hrs	30%	Economía	22%
Mujeres 26 a 30 años	Trends virales	2.0 hrs	28%	Violencia e inseguridad	37%
	Foodie	2.5 hrs	51%	Economía	24%
	Traveler	1.0 hrs	30%	Salud Pública	19%

Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando de como resultado 100%

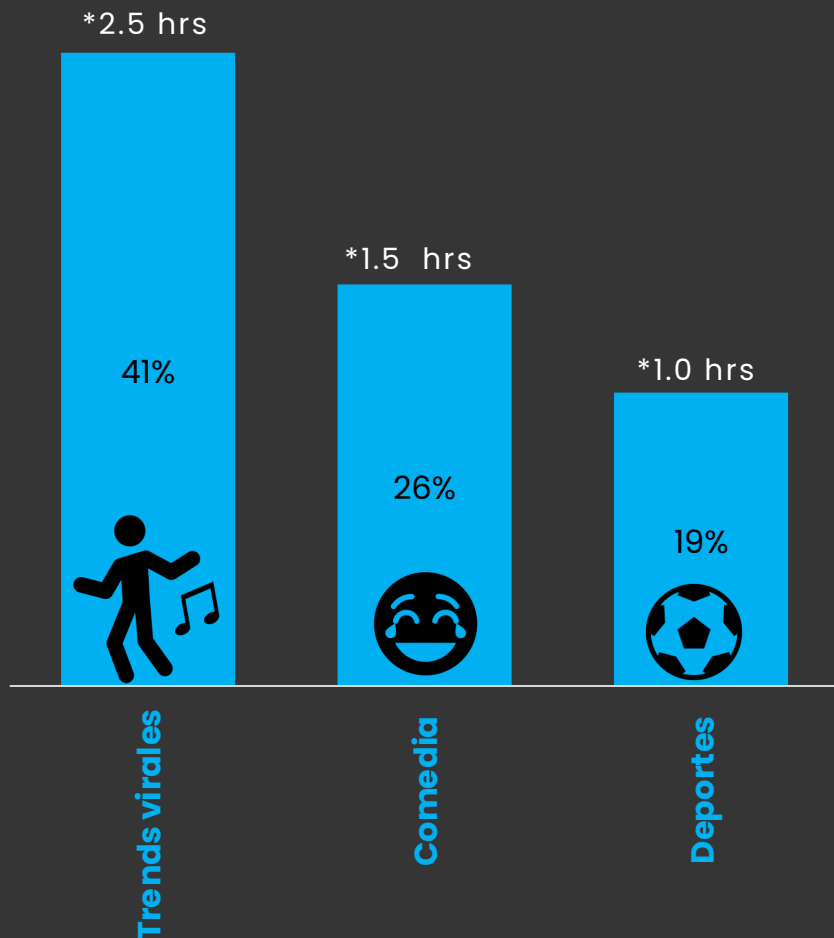
SEGÚN SEXO Y EDAD

3.1

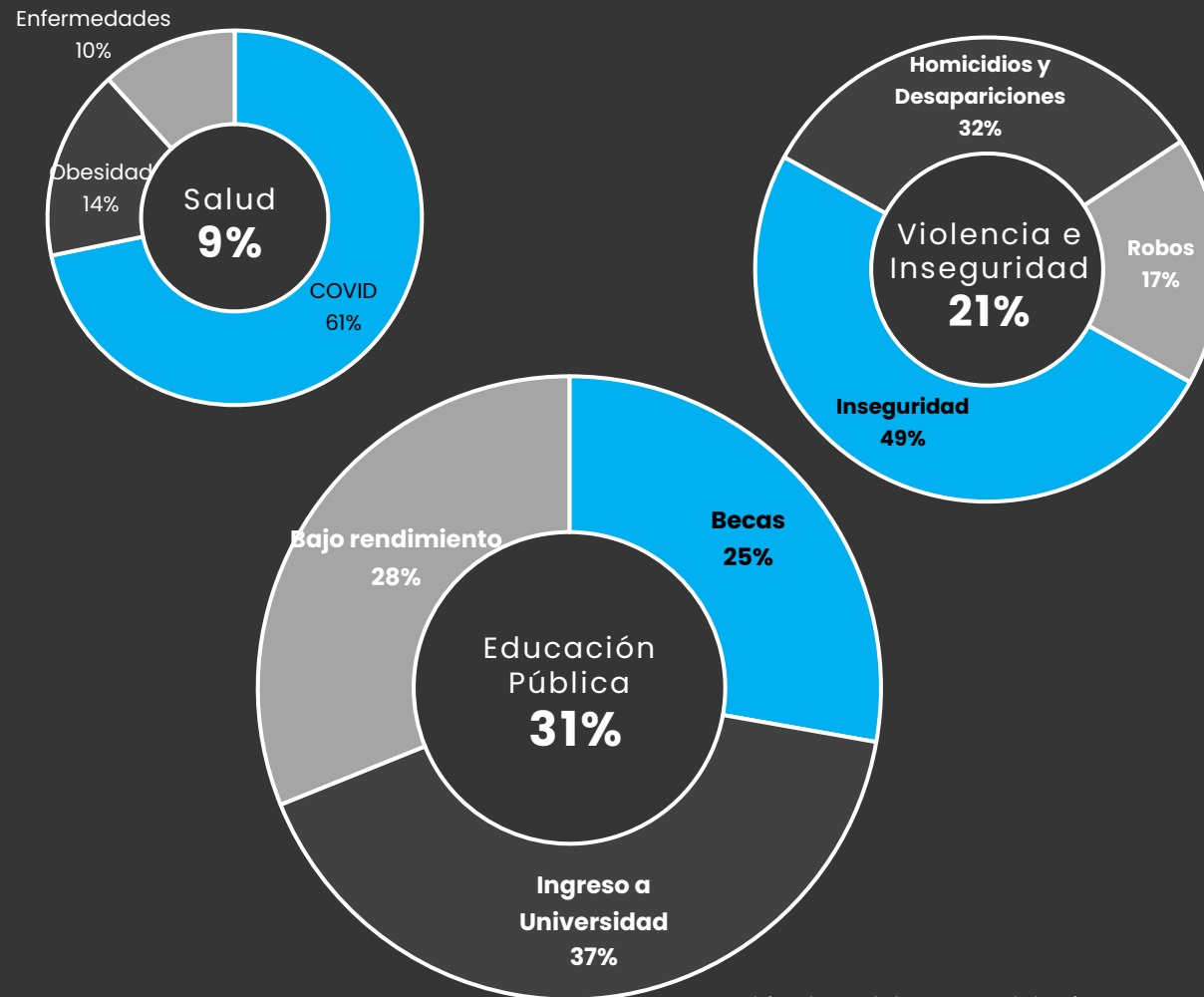


Hombres 16 a 20 años

Intereses



Preocupaciones

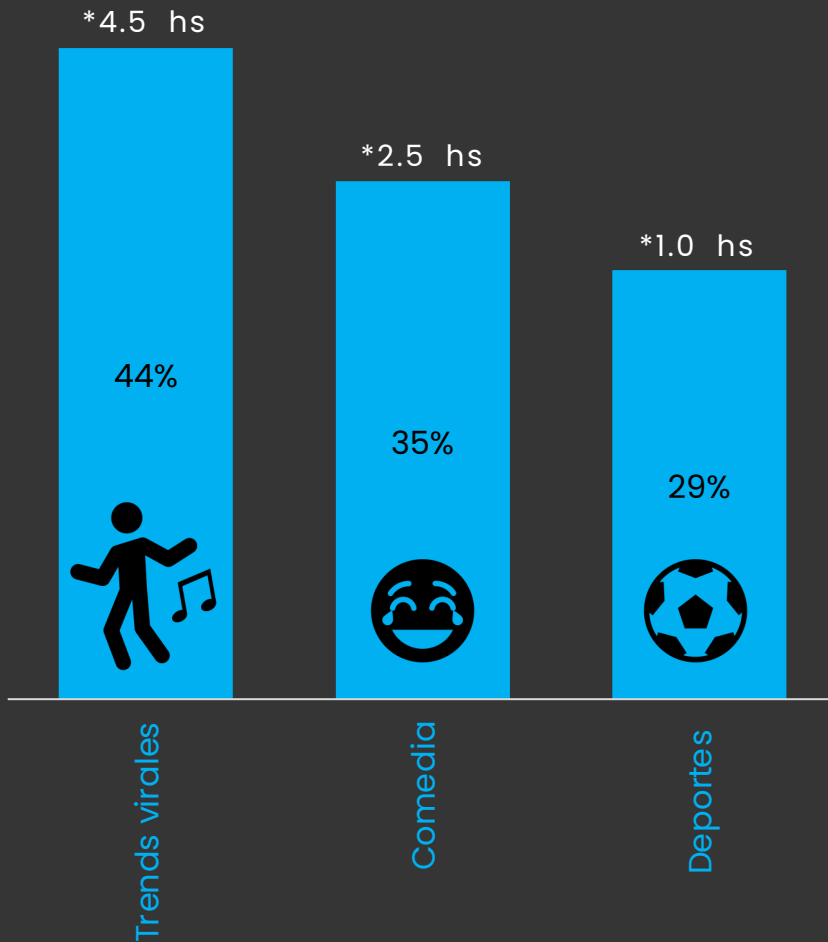


*Horas destinadas por semana a redes sociales.

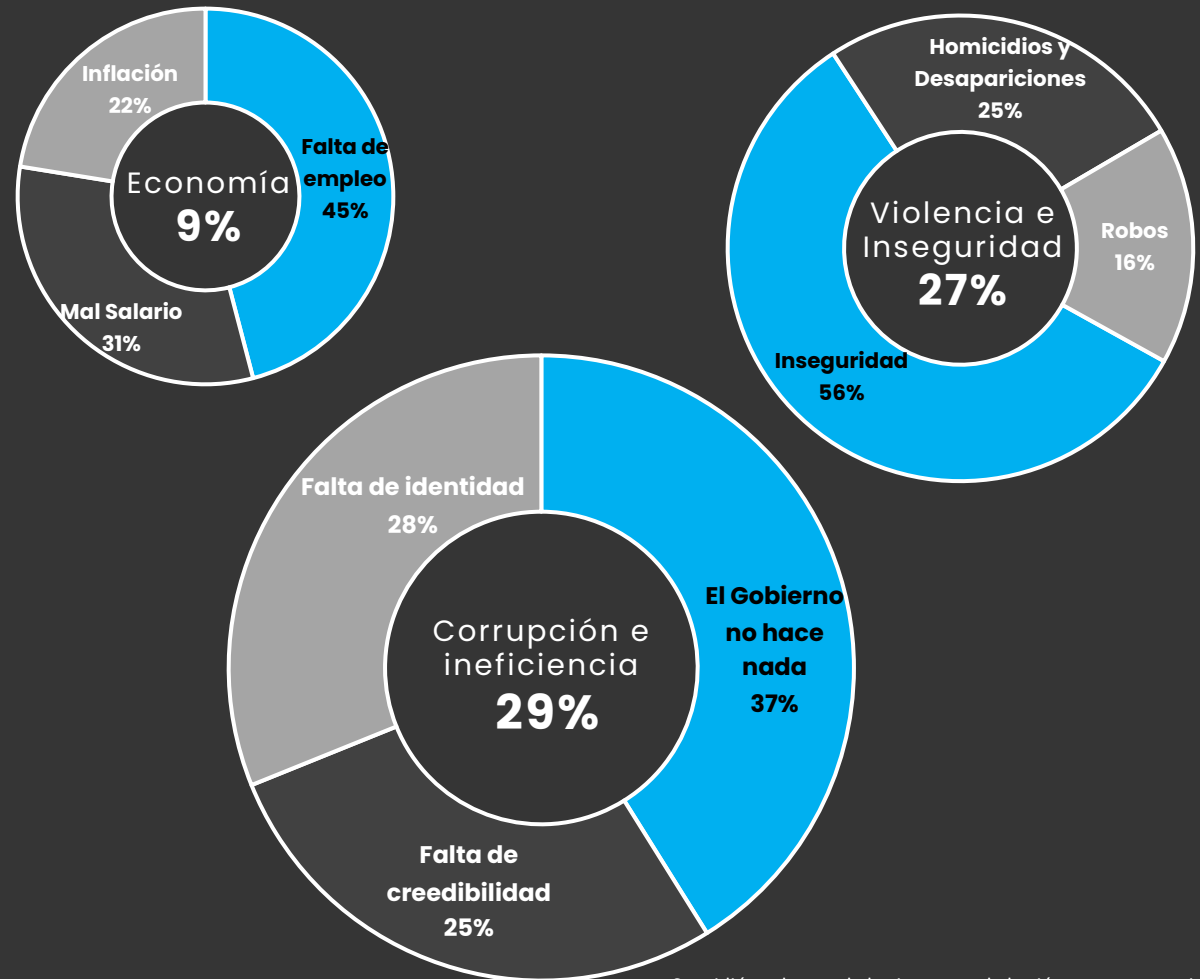
Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

Hombres 21 a 25 años

Intereses



Preocupaciones

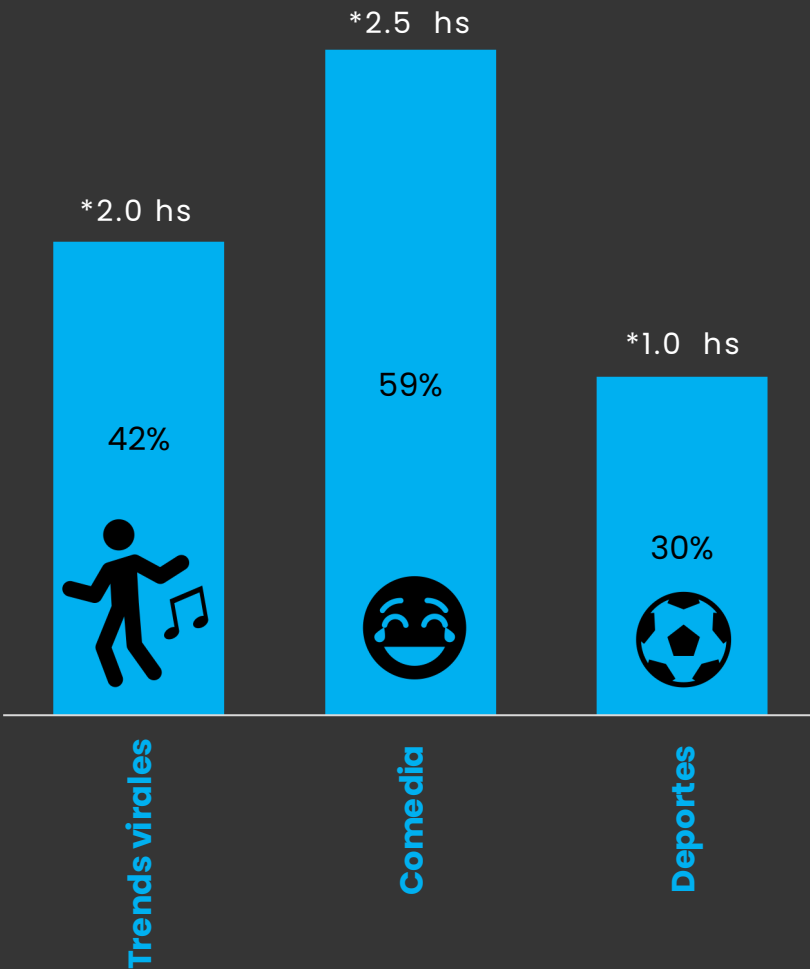


*Horas destinadas por semana a redes sociales.

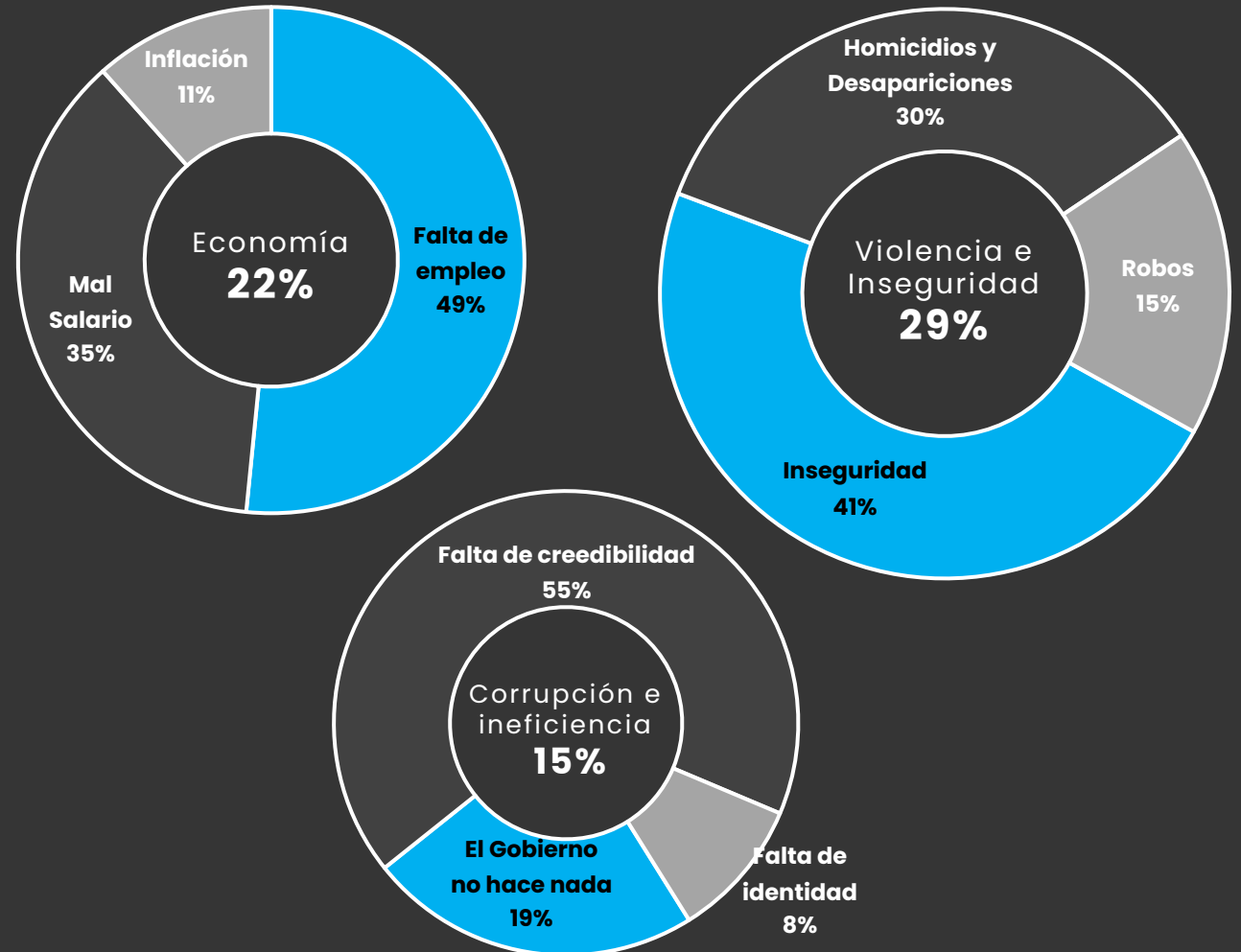
Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

Hombres 26 a 30 años

Intereses



Preocupaciones



*Horas destinadas por semana a redes sociales.

Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

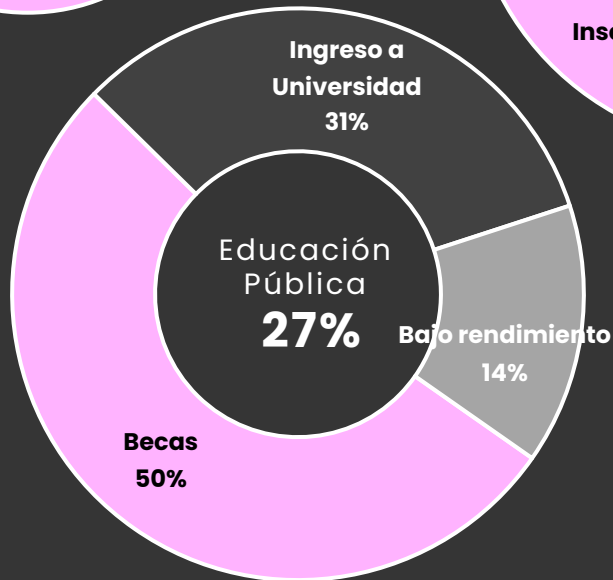
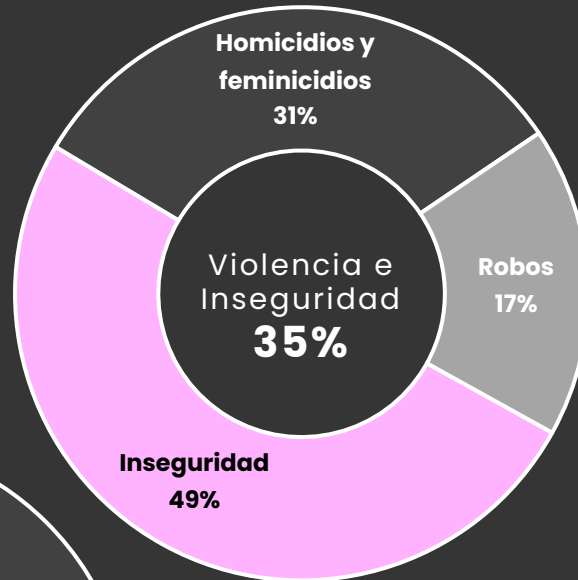
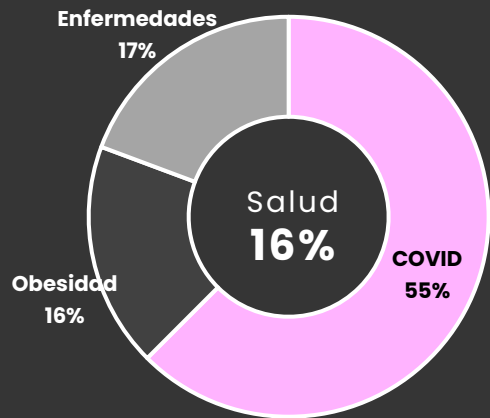
INTERESES Y PREOCUPACIONES

HOMBRES DE 16 A 30 AÑOS

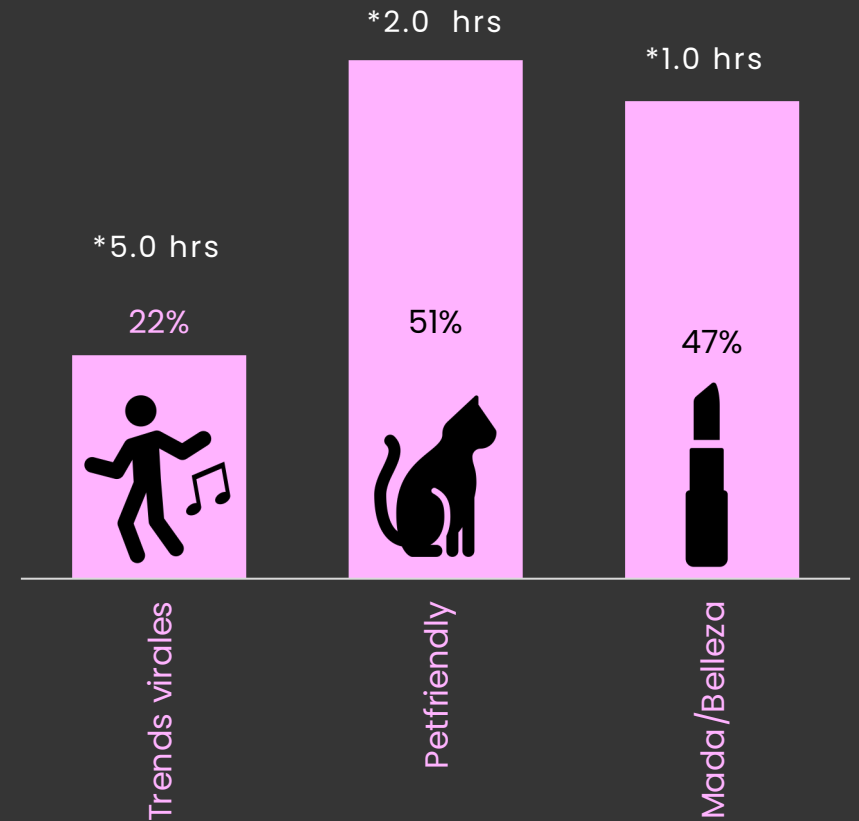
- Los hombres de 16 a 20 años con mayor interés en trends virales son quienes más destinan tiempo de consumo a redes sociales, al promediar 2.5 horas a la semana. Afirmaron que su principal preocupación es la violencia y la inseguridad.
- El sector de hombres de 21 a 25 años con un mayor interés en trends virales fueron los que mencionaron como principal preocupación la corrupción e ineficiencia en el gobierno. En promedio, destinan 4.5 horas al consumo semanal de redes sociales .
- Por otro lado, los hombres de 26 a 30 años con mayor interés a la comedia afirmaron que su principal preocupación es la violencia y la inseguridad. Este grupo destina 2.5 horas de consumo semanal en redes sociales.
- Los hombres que menos tiempo consumen son aquellos que tiene como interés los deportes, con un promedio general de 1.0 hora a la semana.

Mujeres 16 a 20 años

Preocupaciones



Intereses

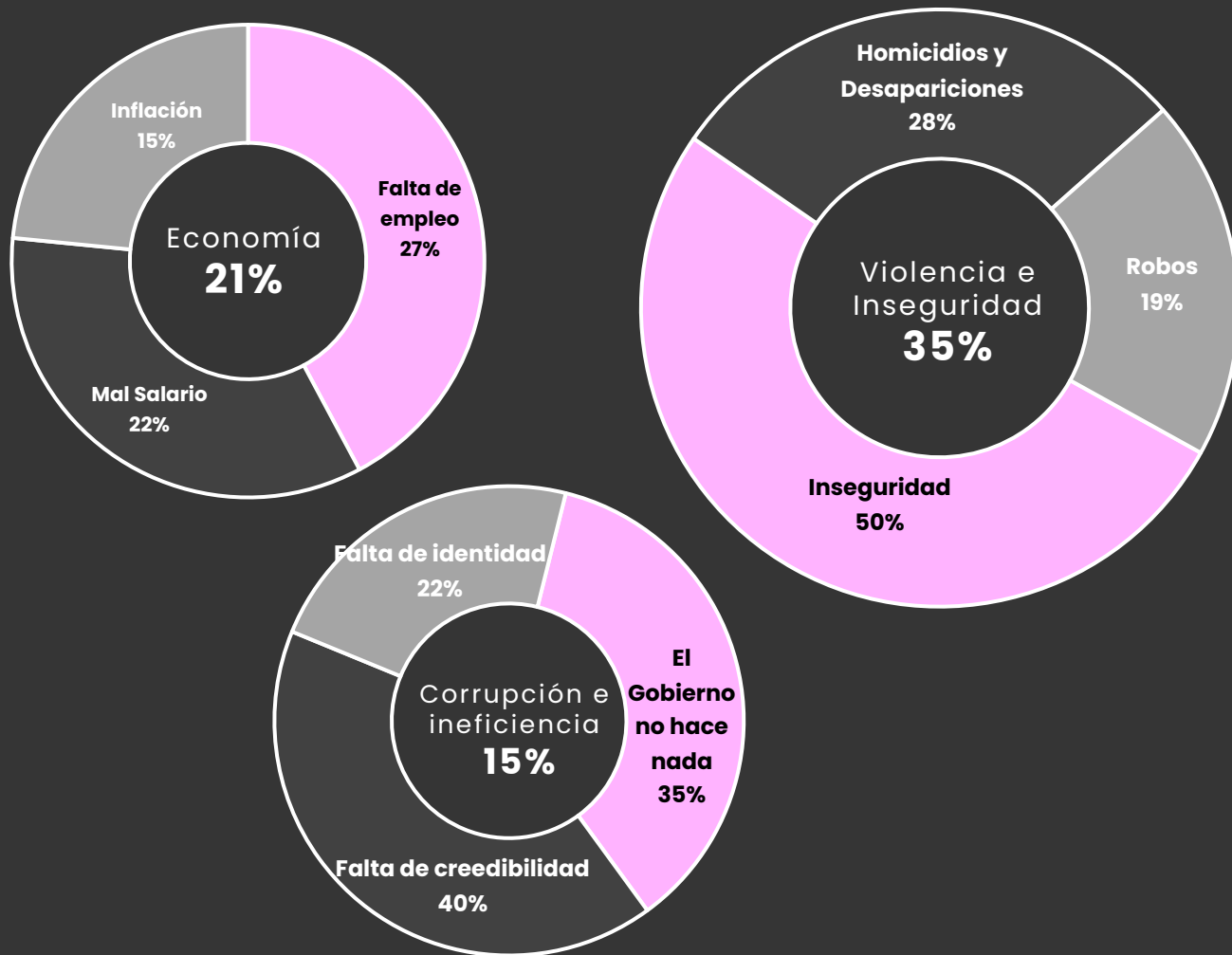


Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando d  como resultado 100%

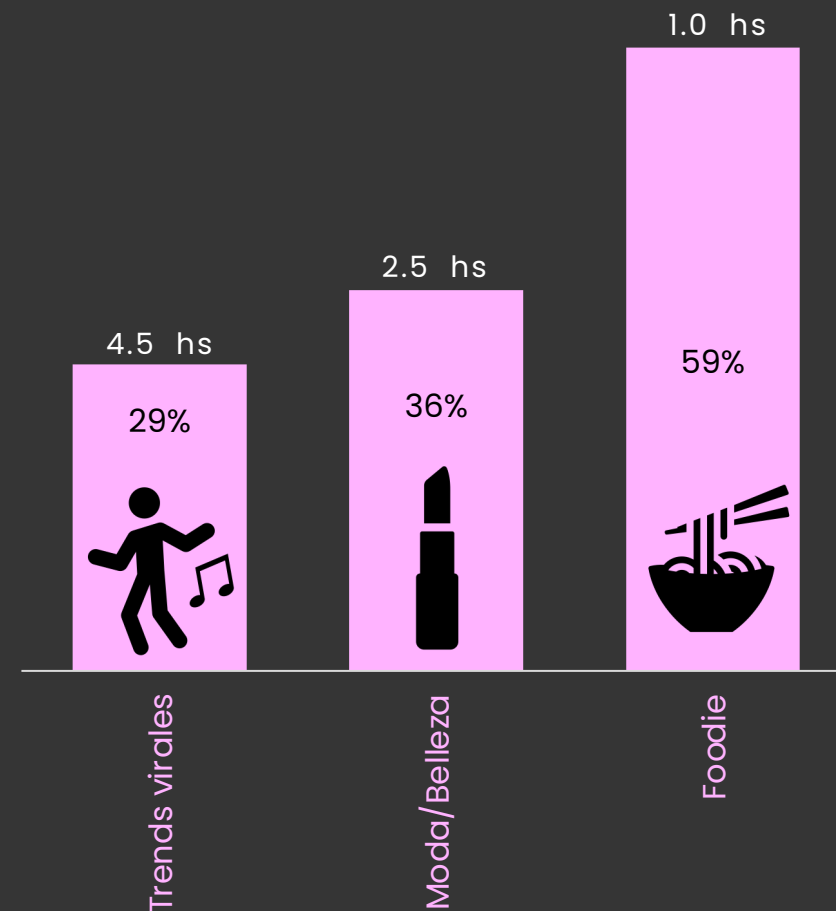
*Horas destinadas por semana a redes sociales.

Mujeres 21 a 25 años

Preocupaciones



Intereses

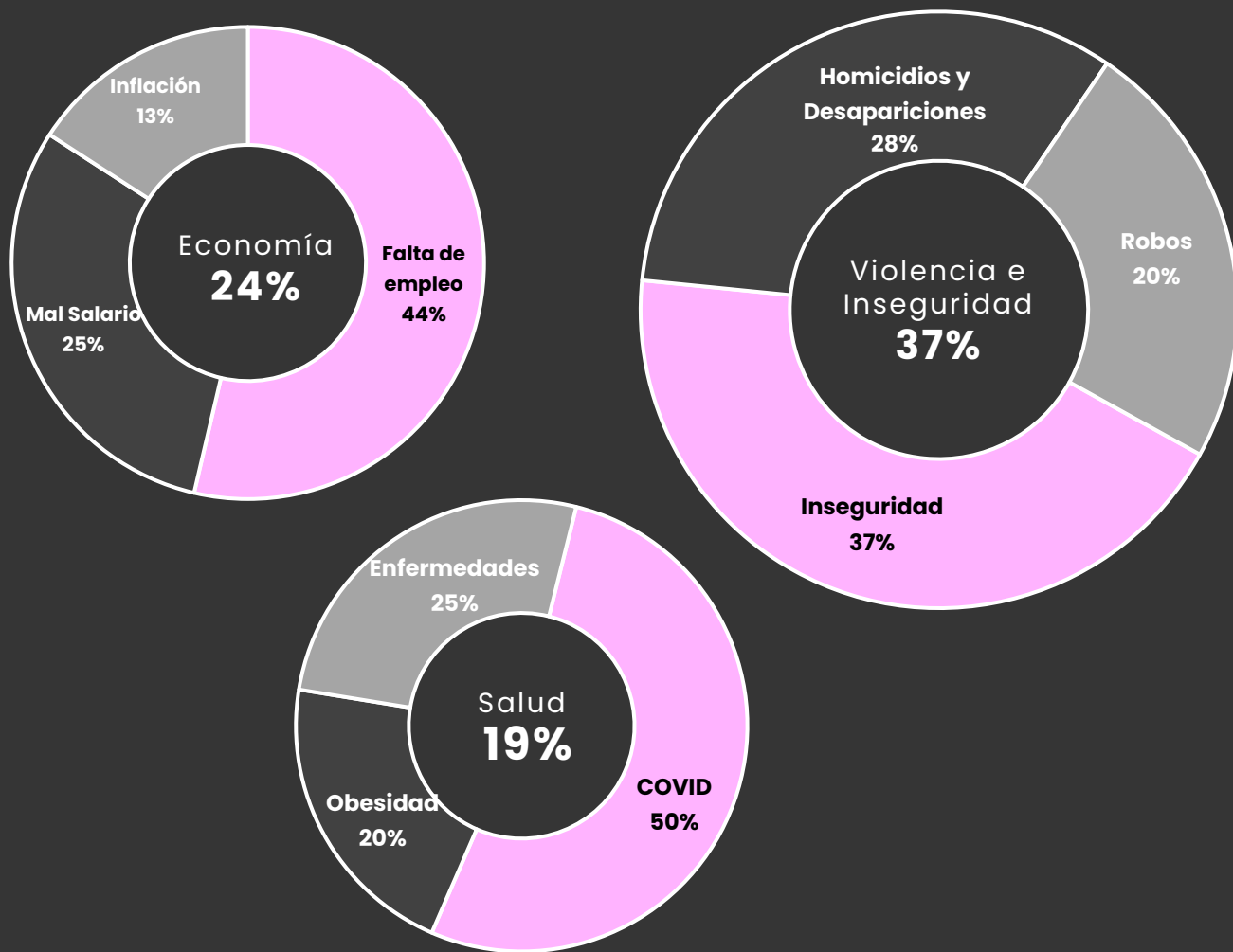


Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando de como resultado 100%

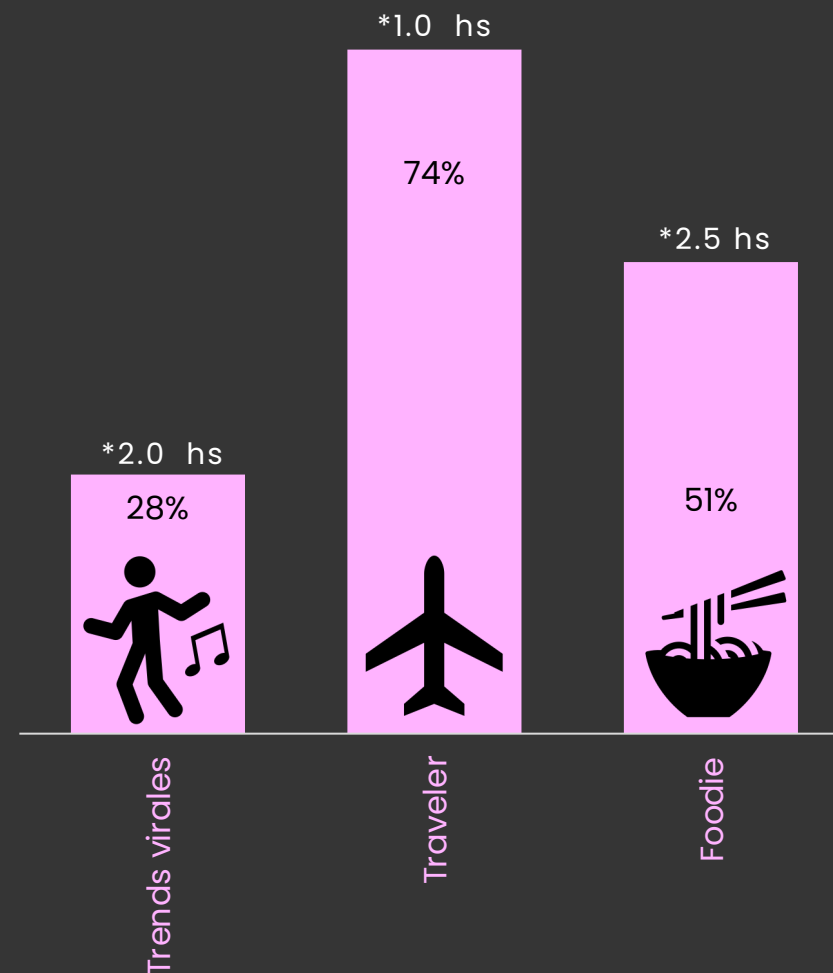
*Horas destinadas por semana a redes sociales.

Mujeres 26 a 30 años

Preocupaciones



Intereses



Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

*Horas destinadas por semana a redes sociales.

INTERESES Y PREOCUPACIONES

MUJERES DE 16 A 30 AÑOS

- Las mujeres de 16 a 20 años con interés en trends virales son quienes más destinan tiempo de consumo a redes sociales, al promediar 5.0 horas a la semana. Afirmaron que su principal preocupación es la violencia y la inseguridad.
- Las mujeres de 21 a 25 años con un mayor interés en temas de comida, mencionaron como principal preocupación la violencia y la inseguridad. En promedio, destinan 1.0 horas al consumo semanal de redes sociales .
- Por otro lado, las mujeres de 26 a 30 años con mayor interés en viajar, coincidieron que su principal preocupación es la violencia y la inseguridad. Este grupo destina 1.0 horas de consumo semanal en redes sociales.

SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO

3.2



PRINCIPALES INTERESES Y PREOCUPACIONES

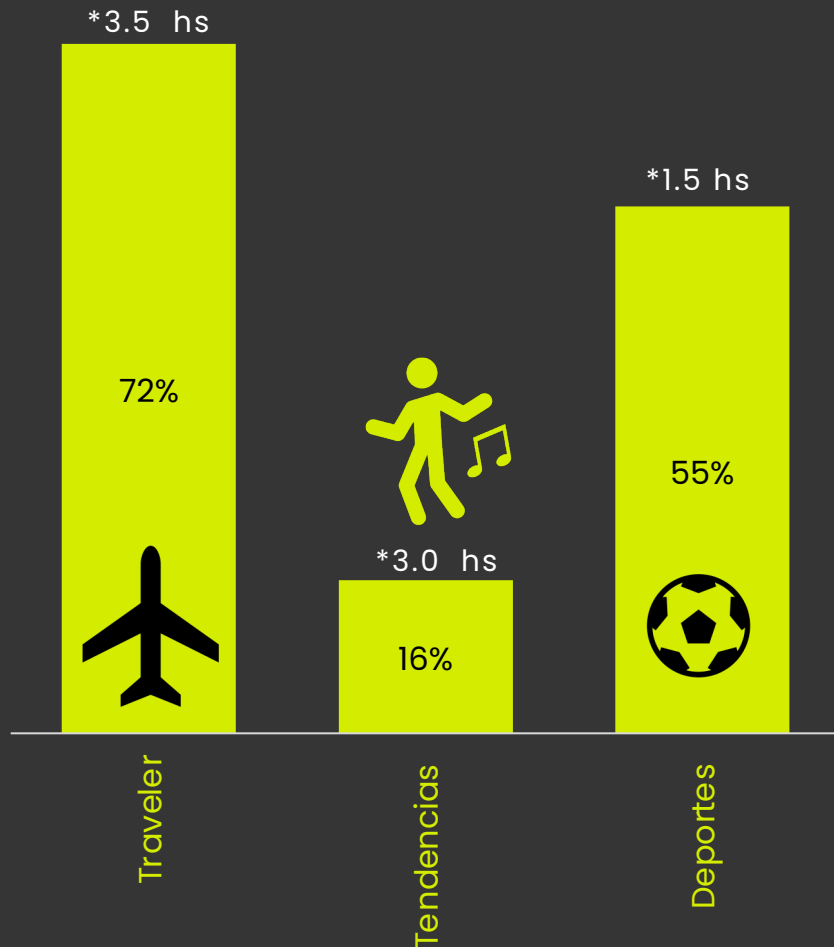
Según nivel socioeconómico

Categoría	Principales intereses	Horas de consumo semanal	Afinidad de consumo	Principales preocupaciones	%
Jóvenes AB+	Traveler	3.5 hrs	72%	Violencia e inseguridad	37%
	Trends virales	3.0 hrs	16%	Defensa de Derechos Humanos	19%
	Deporte	1.5 hrs	55%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	15%
B	Trends virales	5.5 hrs	21%	Violencia e inseguridad	37%
	Deporte	3.5 hrs	39%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	24%
	Comedia	3.0 hrs	61%	Economía	15%
C	Trends virales	3.5 hrs	42%	Economía	42%
	Comedia	3.0 hrs	55%	Violencia e inseguridad	33%
	Deporte	1.5 hrs	31%	Educación Pública	11%
D+	Trends virales	3.5 hrs	61%	Economía	51%
	Comedia	2.5 hrs	49%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	26%
	Deporte	1.5 hrs	41%	Violencia e inseguridad	14%

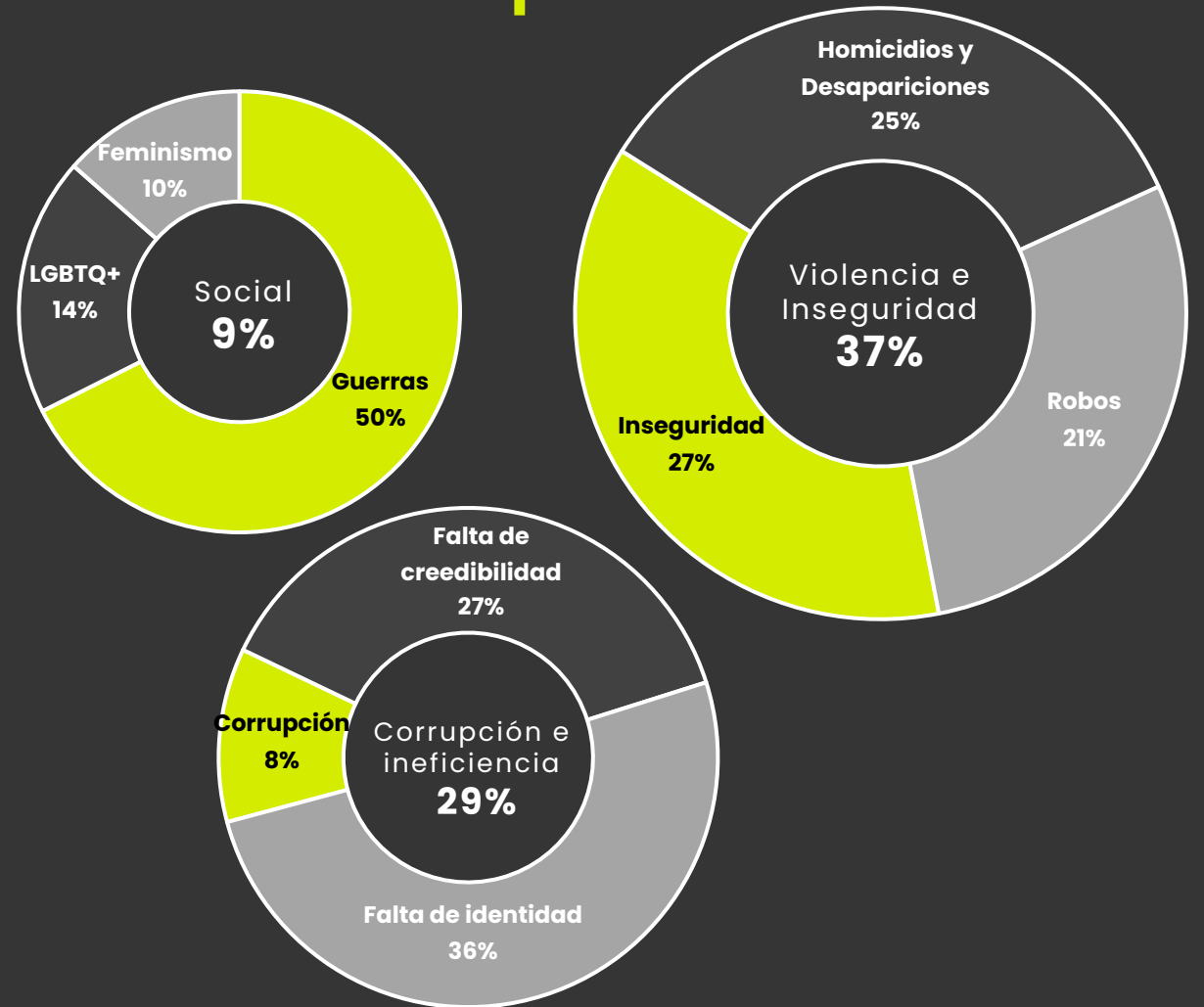
Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

Jóvenes AB+

Intereses



Preocupaciones

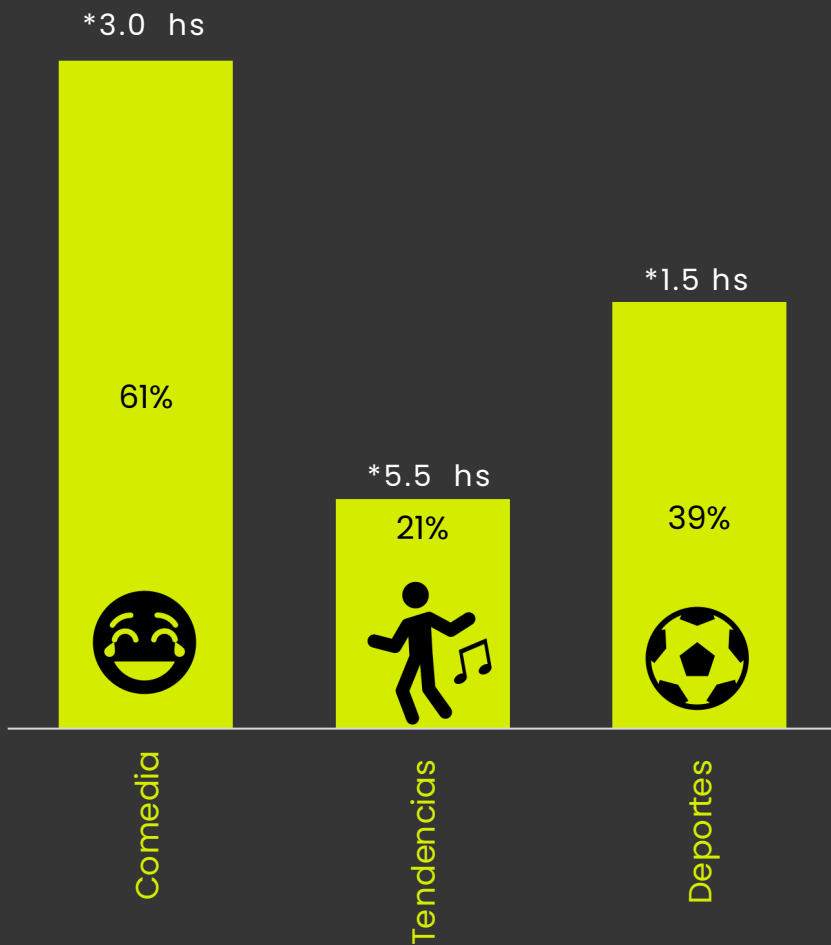


*Horas destinadas por semana a redes sociales.

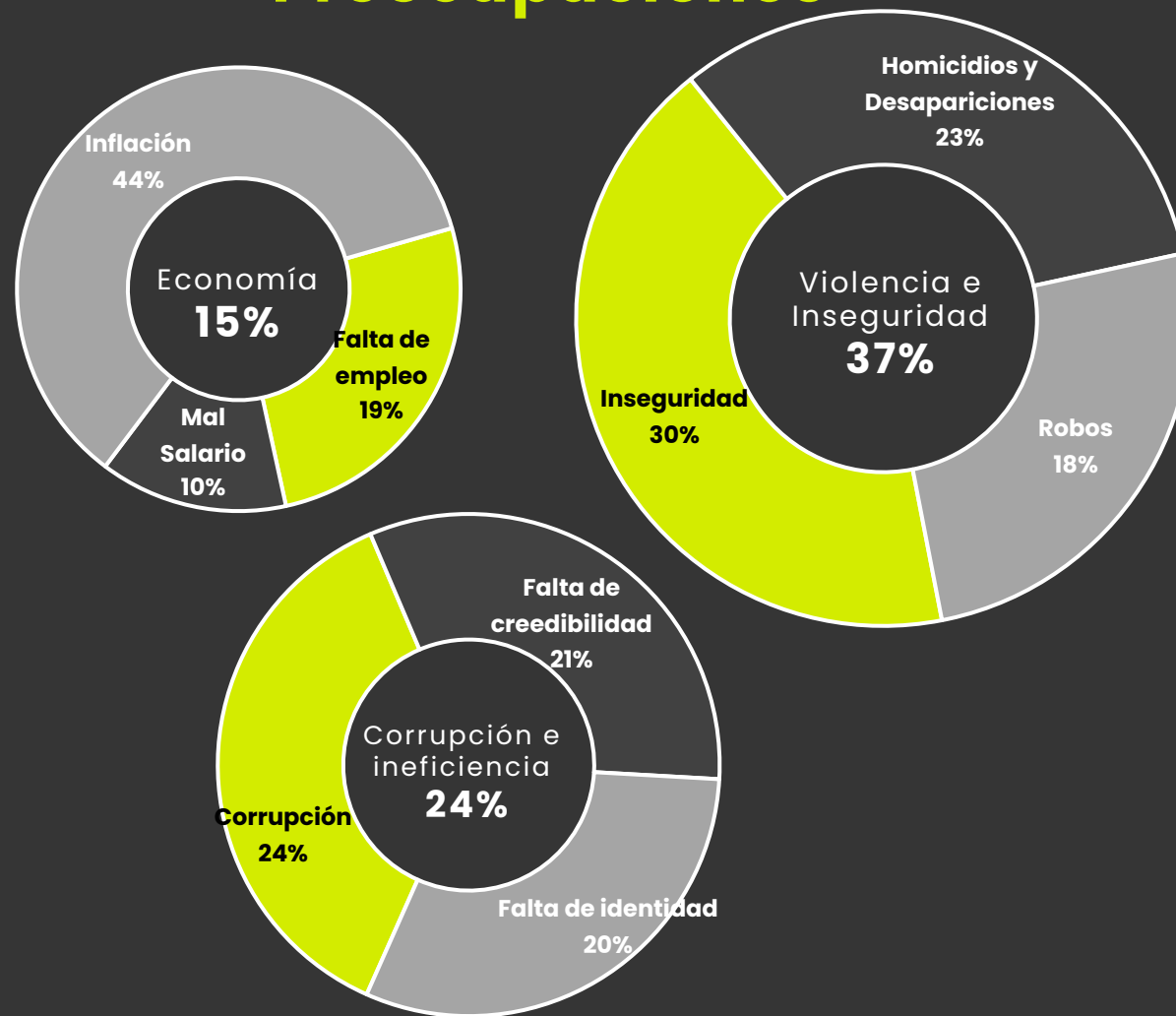
Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

Jóvenes B

Intereses



Preocupaciones



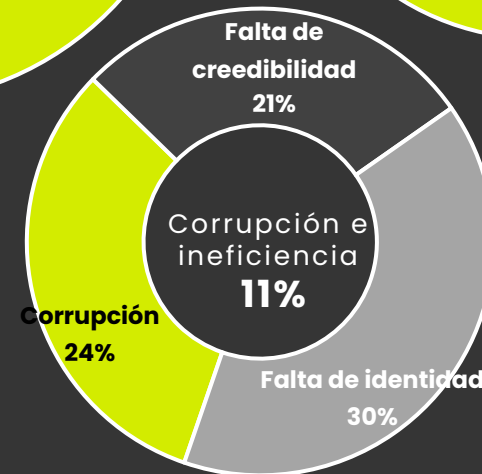
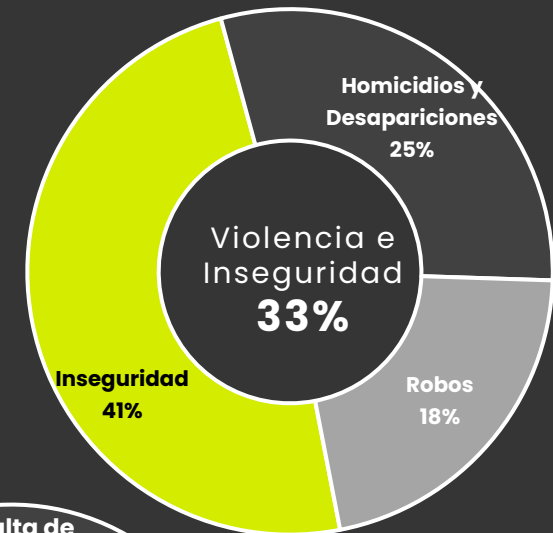
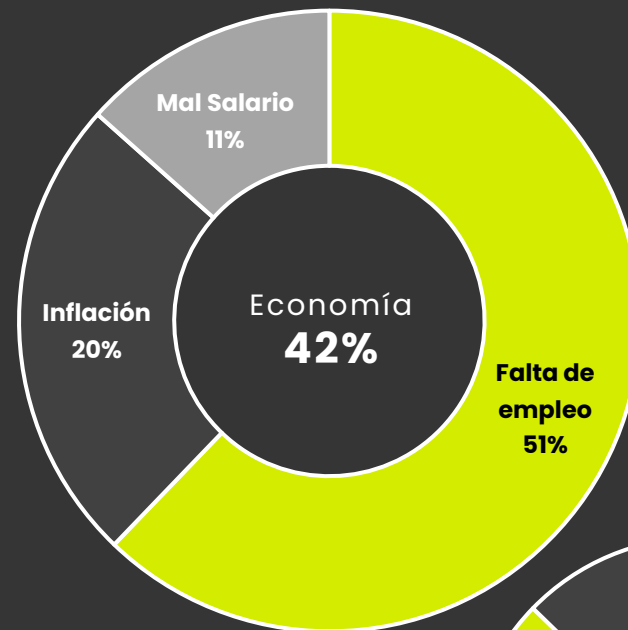
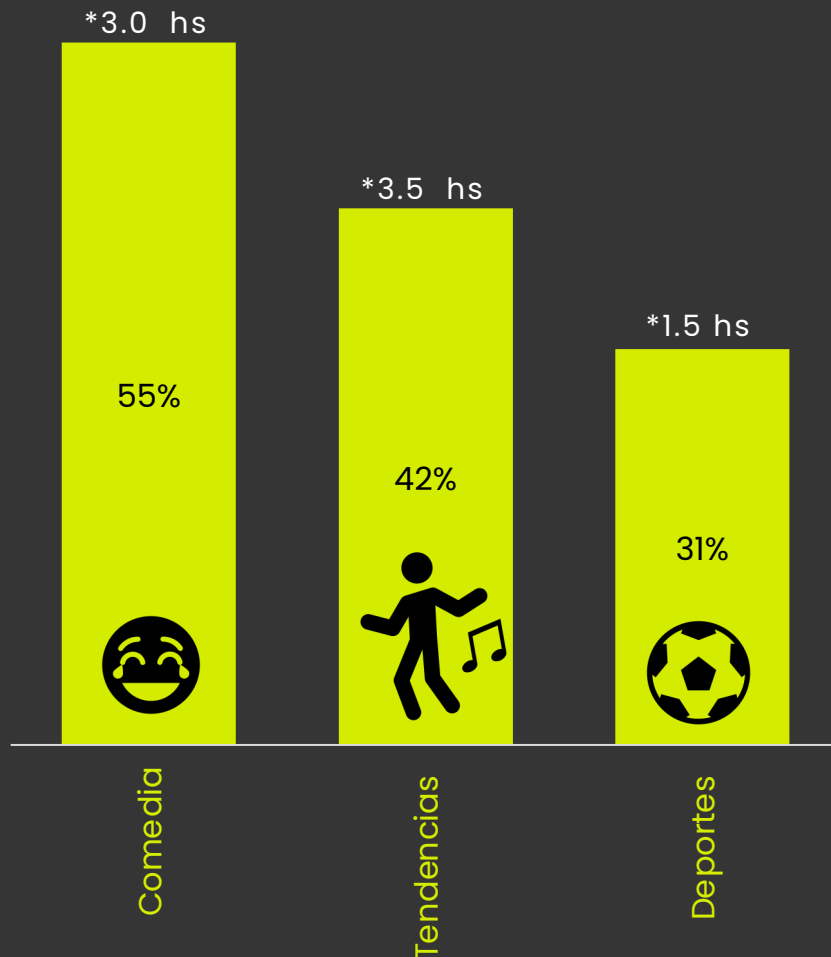
*Horas destinadas por semana a redes sociales.

Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

Jóvenes C

Preocupaciones

Intereses

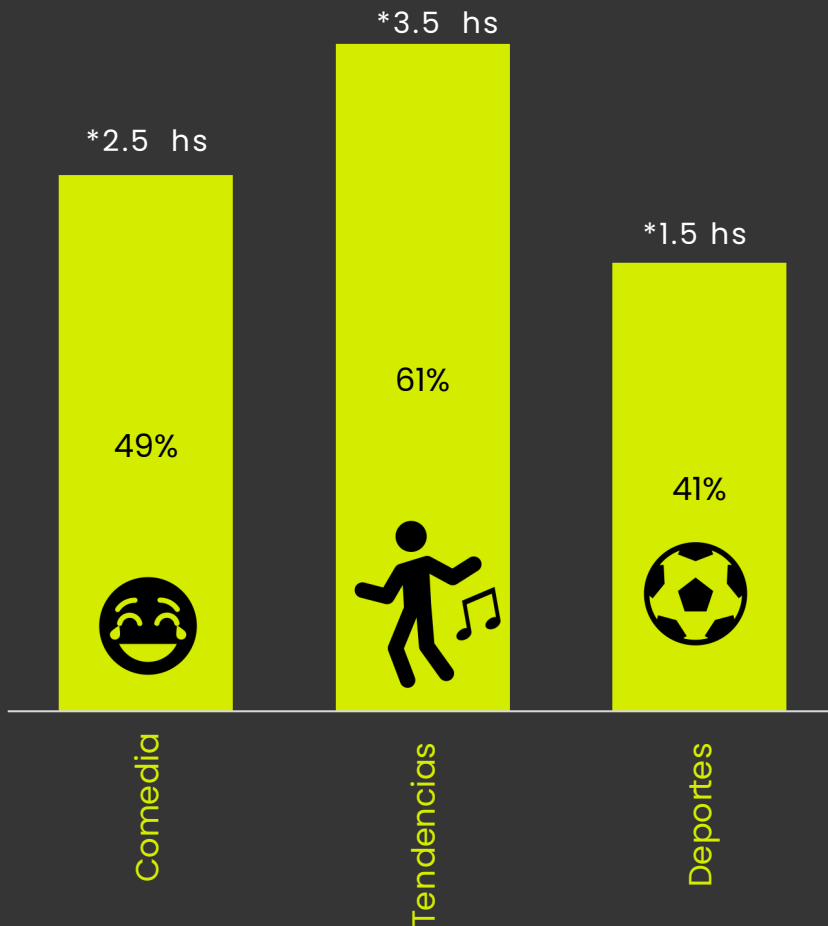


*Horas destinadas por semana a redes sociales.

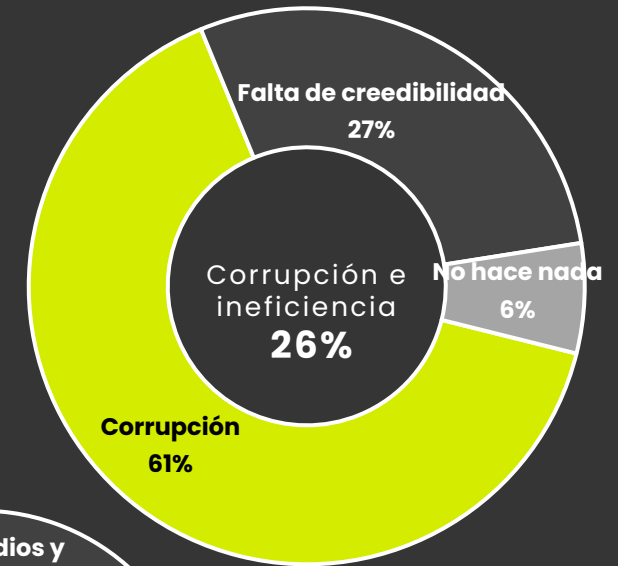
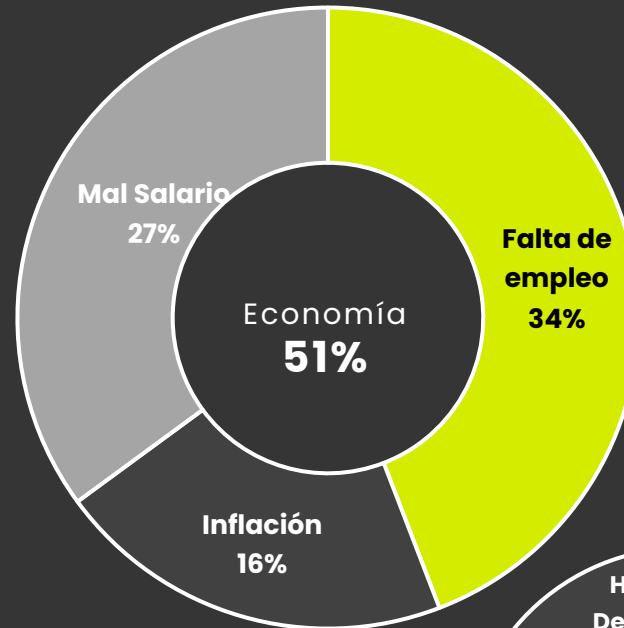
Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

Jóvenes D+

Intereses



Preocupaciones



*Horas destinadas por semana a redes sociales.

Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

INTERESES Y PREOCUPACIONES

TARGET AB+, B, C, D+

- El target AB+ con mayor interés en viajar son quienes más destinan tiempo de consumo a redes sociales, al promediar 3.5 horas a la semana. Afirmaron que su principal preocupación es la violencia y la inseguridad.
- El target B con un mayor interés en temas de comedia, mencionaron como principal preocupación la violencia y la inseguridad. En promedio, destinan 3.0 horas al consumo semanal de redes sociales .
- Por otro lado, el target C con mayor interés en la comedia, afirmaron que su principal preocupación es la economía. Este grupo destina 3.0 horas de consumo semanal en redes sociales.
- El target D+ que menos tiempo consumen son aquellos que tiene como interés el futbol y otros deportes con 1.5 horas diarias. Para ellos, su preocupación principal es la economía.

SEGÚN NIVEL EDUCATIVO

3.3



PRINCIPALES INTERESES Y PREOCUPACIONES

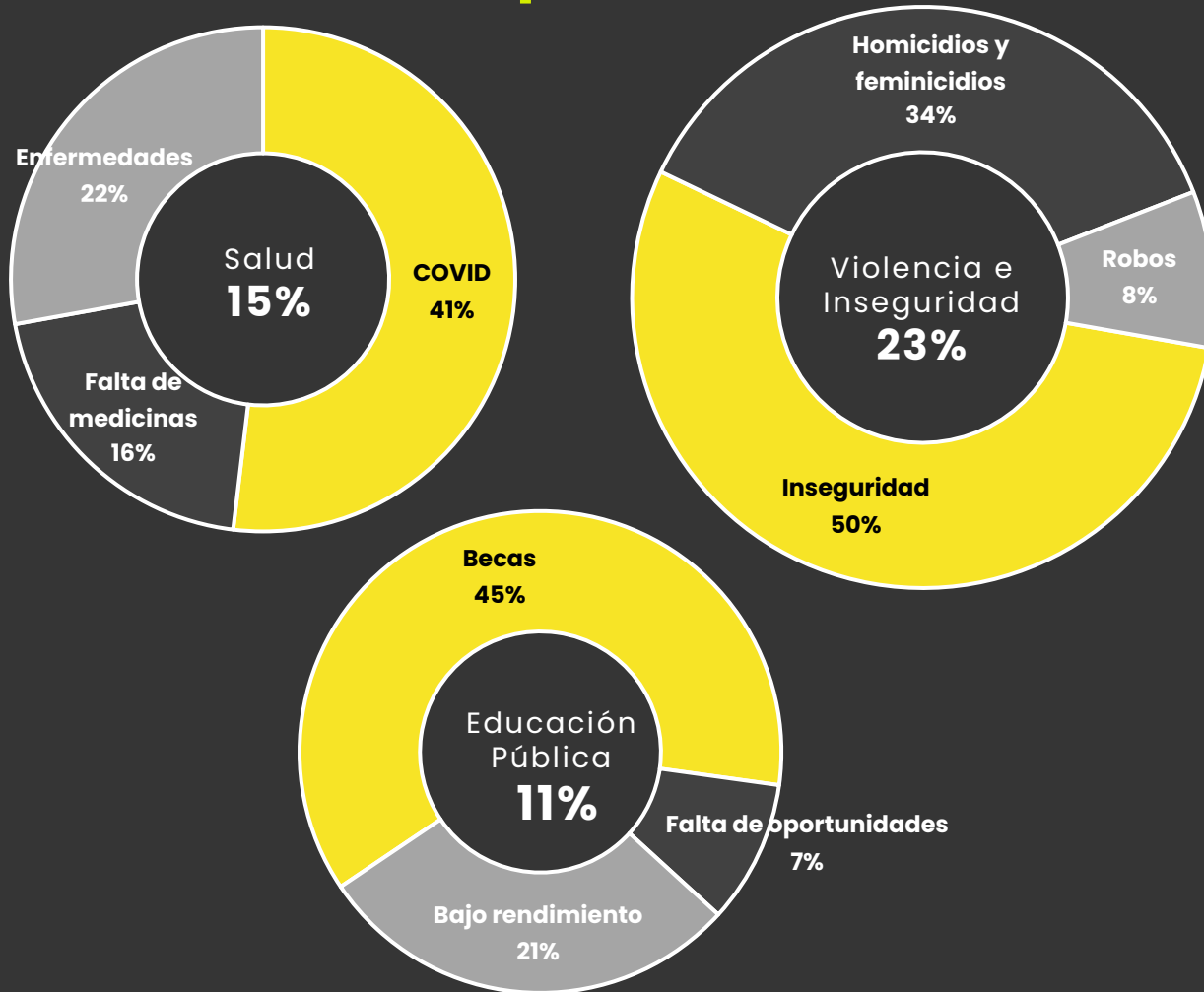
Según nivel educativo

Categoría	Principales intereses	Horas de consumo semanal	Afinidad de consumo	Principales preocupaciones	%
Educación Media Superior	Trends virales	3.5 hrs	39%	Violencia e inseguridad	23%
	Comedia	2.5 hrs	33%	Salud Pública	15%
	Deporte	1.0 hrs	21%	Educación Pública	11%
Educación Técnica	Trends virales	2.5 hrs	39%	Economía	51%
	Comedia	2.5 hrs	33%	Violencia e inseguridad	23%
	Deporte	1.5 hrs	21%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	16%
Educación Superior	Trends virales	2.5 hrs	49%	Violencia e inseguridad	29%
	Comedia	2.0 hrs	40%	Economía	25%
	Deporte	2.0 hrs	35%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	20%

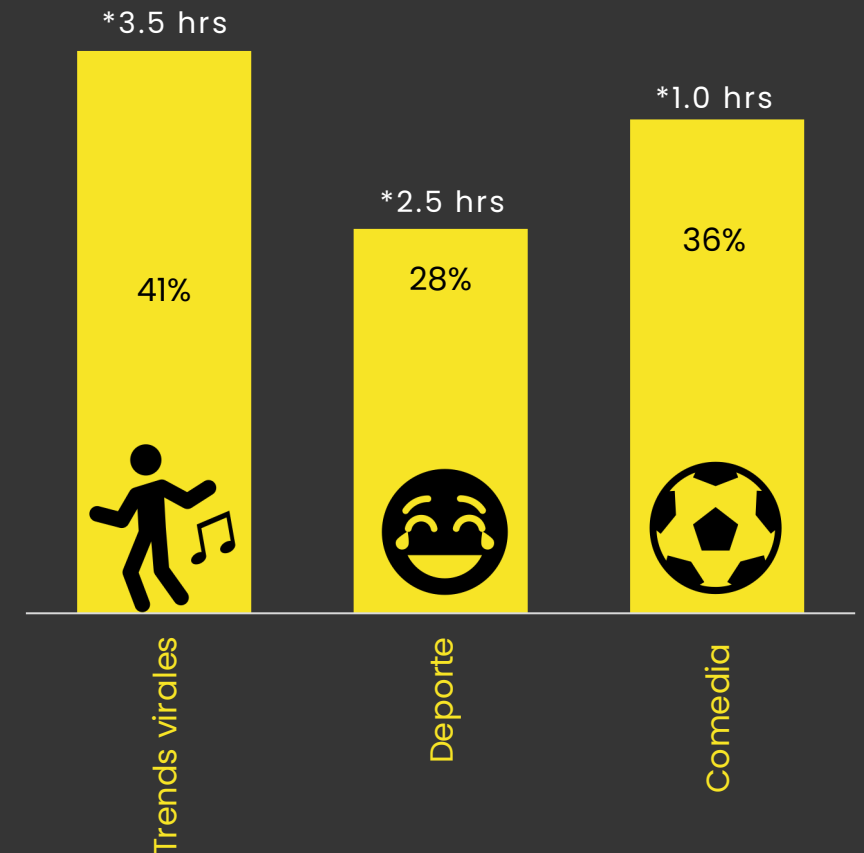
Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando de como resultado 100%

Jóvenes Educación media superior

Preocupaciones



Intereses

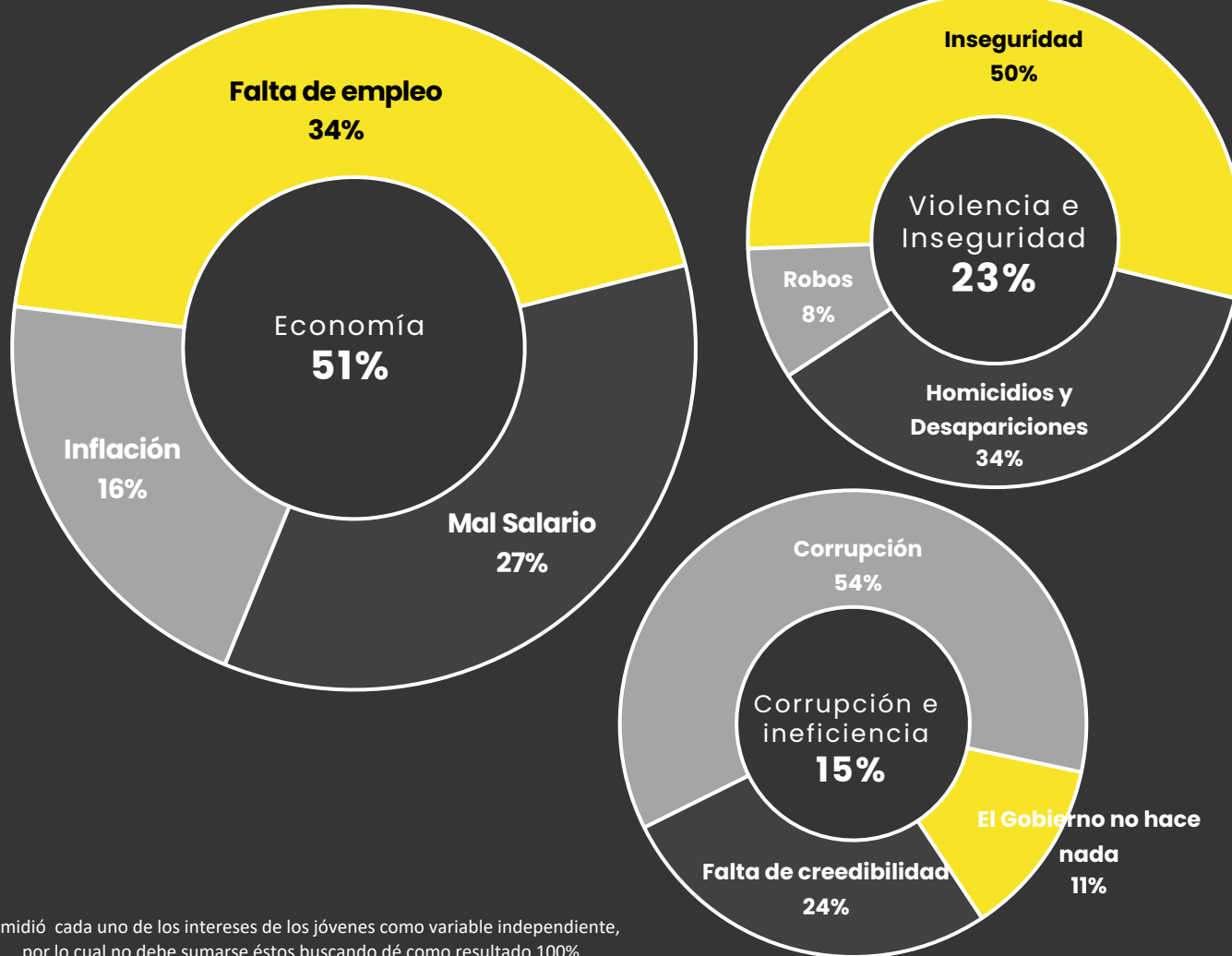


Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

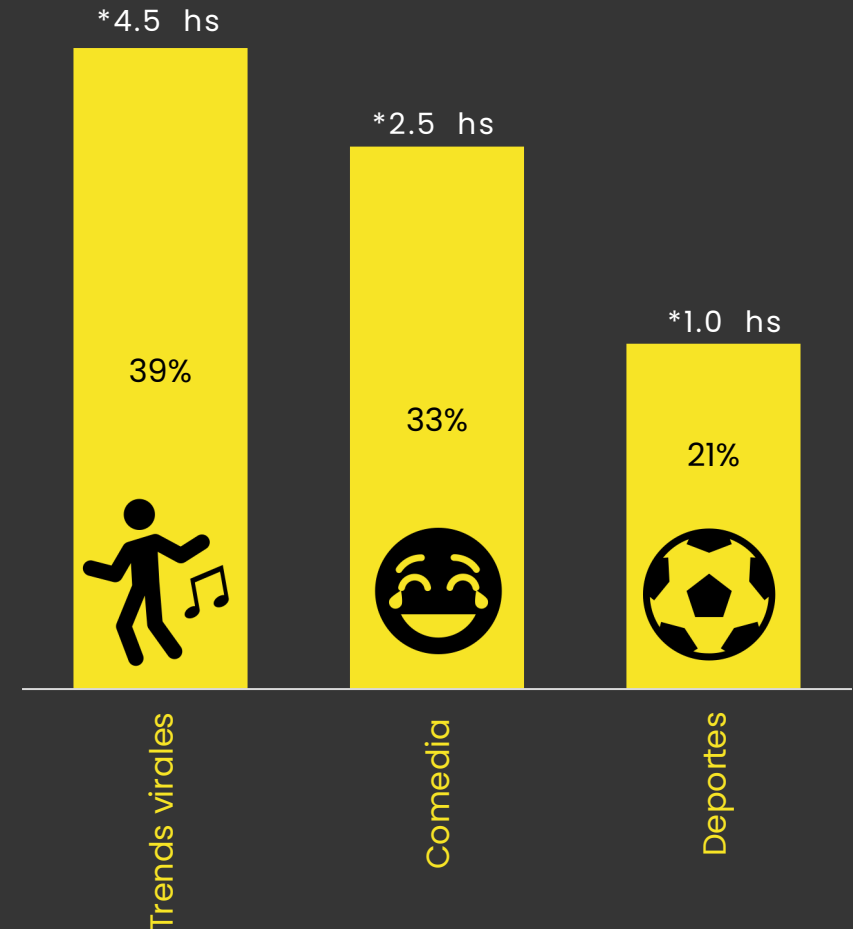
*Horas destinadas por semana a redes sociales.

Jóvenes Educación técnica

Preocupaciones



Intereses

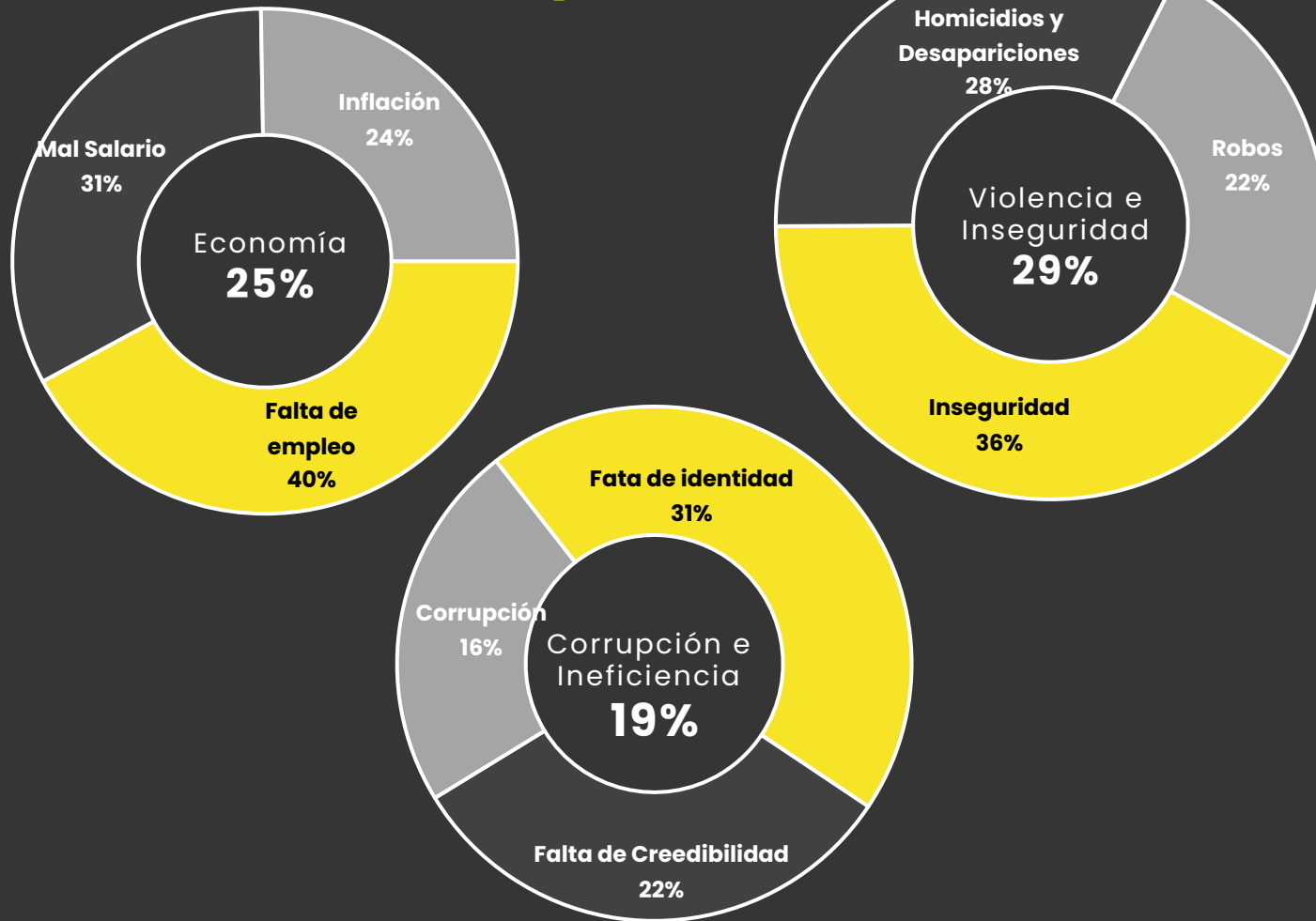


*Horas destinadas por semana a redes sociales.

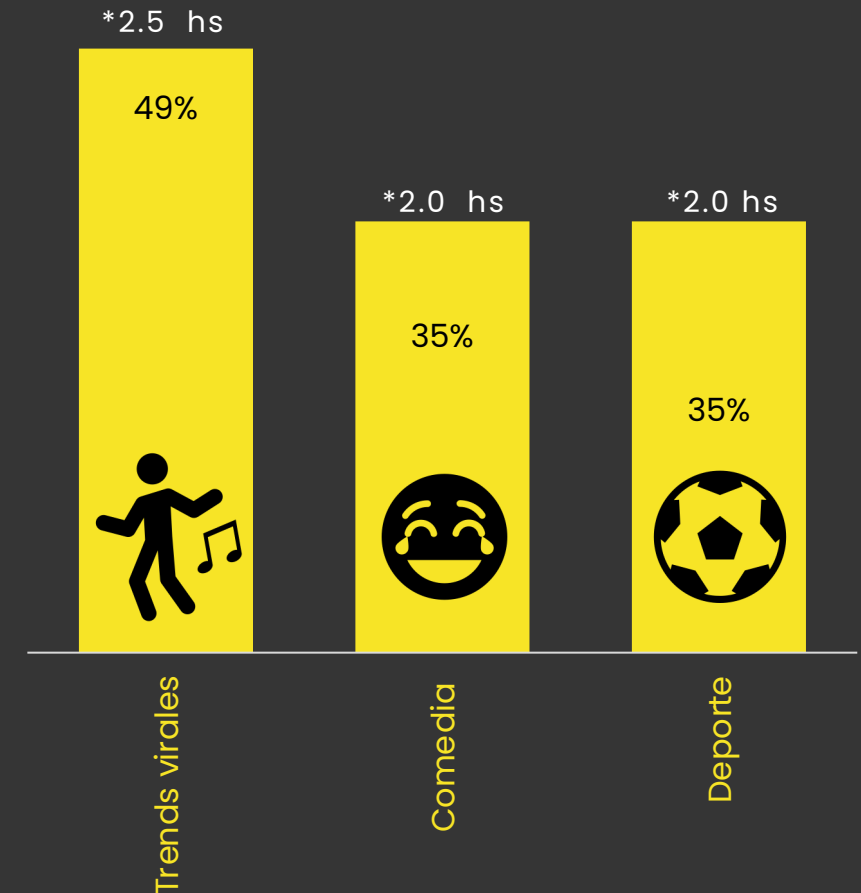
Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

Jóvenes Educación Superior

Preocupaciones



Intereses



*Horas destinadas por semana a redes sociales.

Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

INTERESES Y PREOCUPACIONES

NIVELES EDUCATIVOS

- Los jóvenes con nivel de Educación media superior con mayor interés en *trends* virales son quienes más destinan tiempo de consumo a redes sociales, al promediar 3.5 horas a la semana. Afirmaron que su principal preocupación es la violencia y la inseguridad.
- Los jóvenes de Educación Técnica con un mayor interés en *trends* virales, mencionaron como principal preocupación la economía. En promedio, destinan 2.5 horas al consumo semanal de redes sociales .
- Por otro lado, los jóvenes con nivel de Educación Superior con interés en *trends* virales , afirmaron que su principal preocupación es la violencia y la inseguridad. Este grupo destina 2.5 horas de consumo semanal en redes sociales.

POR REGIONES

3.4



PRINCIPALES INTERESES Y PREOCUPACIONES

Por regiones

Categoría	Principales intereses	Horas de consumo semanal	Afinidad de consumo	Principales preocupaciones	%
Región I	Trends virales	3.5 hrs	52%	Violencia e inseguridad	42%
	Comedia	3.0 hrs	43%	Economía	31%
	Deporte	1.5 hrs	26%	Educación Pública	17%
Región II	Trends virales	4.5 hrs	57%	Violencia e inseguridad	37%
	Comedia	4.0 hrs	41%	Economía	31%
	Deporte	1.5 hrs	47%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	19%
Región III	Trends virales	3.5 hrs	59%	Violencia e inseguridad	39%
	Comedia	3.0 hrs	61%	Economía	30%
	Deporte	1.5 hrs	55%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	15%
Región IV	Trends virales	4.5 hrs	57%	Violencia e inseguridad	37%
	Comedia	3.5 hrs	50%	Economía	24%
	Deporte	1.0 hrs	42%	Educación Pública	13%
Región V	Trends virales	5.5 hrs	45%	Violencia e inseguridad	41%
	Comedia	4.0 hrs	40%	Economía	25%
	Deporte	1.5 hrs	56%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	16%
Región VI	Trends virales	4.0 hrs	40%	Violencia e inseguridad	46%
	Comedia	2.5 hrs	45%	Economía	21%
	Deporte	1.5 hrs	38%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	15%
Región VII	Trends virales	5.5 hrs	36%	Violencia e inseguridad	43%
	Comedia	4.0 hrs	41%	Economía	19%
	Deporte	1.5 hrs	3%	Corrupción e ineficiencia en el gobierno	11%

Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

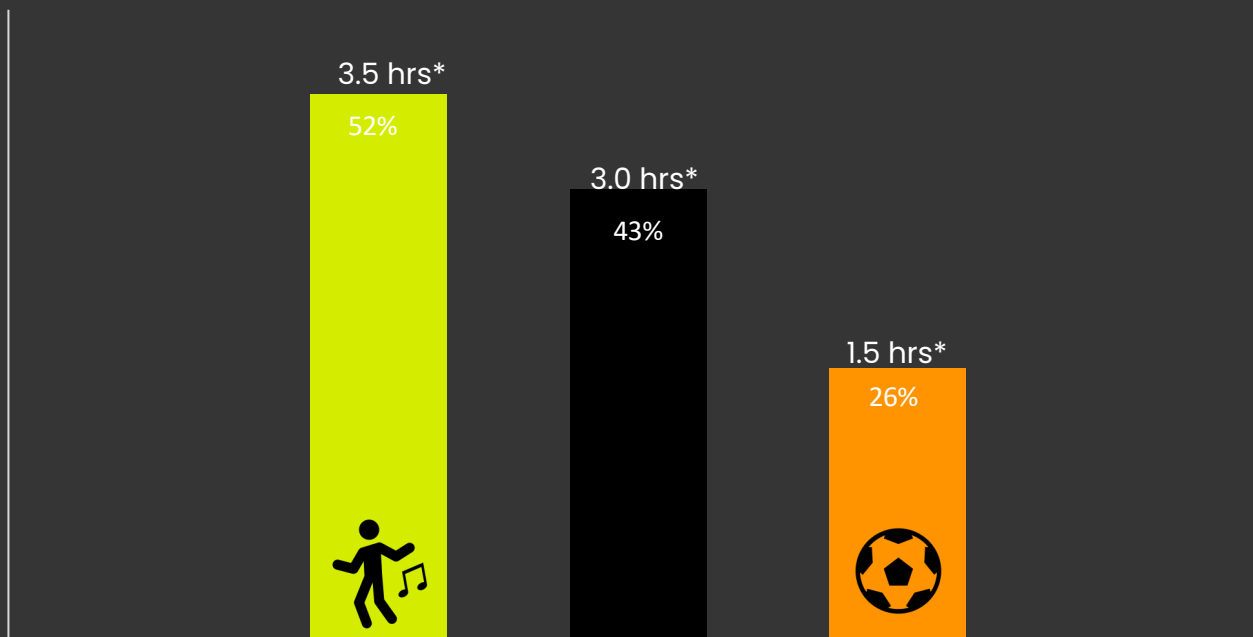
Región I

Hombres y mujeres

Atarjea, Doctor Mora, San José Iturbide, San Luis de la Paz, Santa Catarina, Tierra Blanca, Victoria, Xichú.

INTERESES

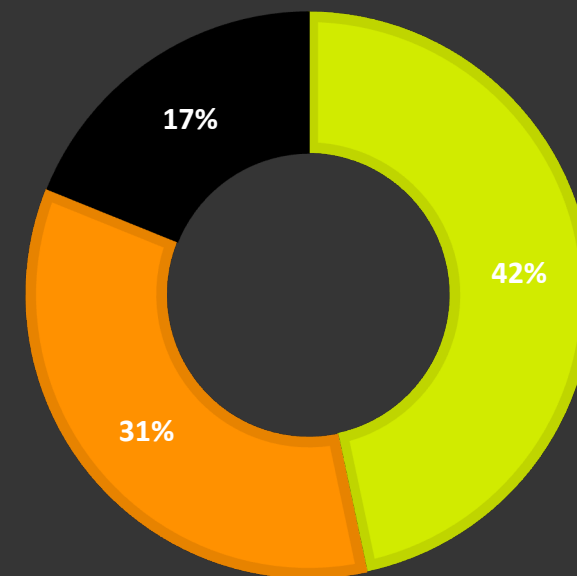
■ Baile en tendencia/ Trends ■ Comedia ■ Fútbol y otros deportes



*Horas destinadas por semana a redes sociales.

PREOCUPACIONES

■ Violencia e inseguridad ■ Economía ■ Educación Pública



Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

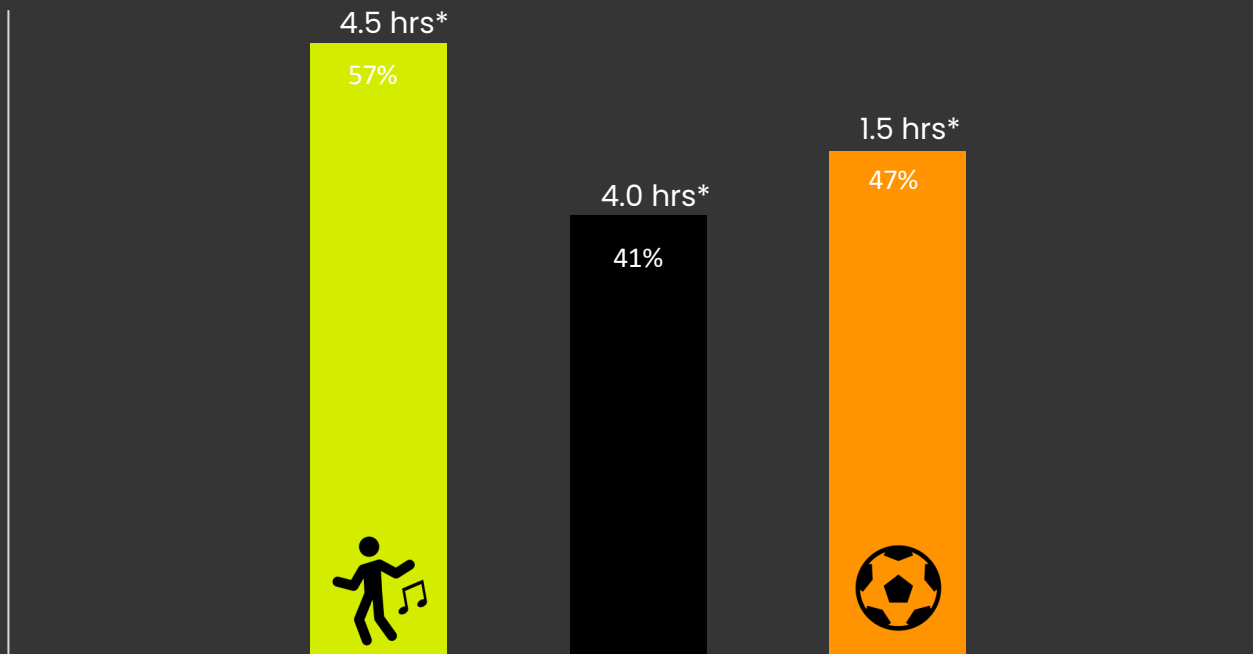
Región II

Hombres y mujeres

Dolores Hidalgo Cuna de la Independencia Nacional, Ocampo,
San Diego de la Unión, San Felipe, San Miguel de Allende.

INTERESES

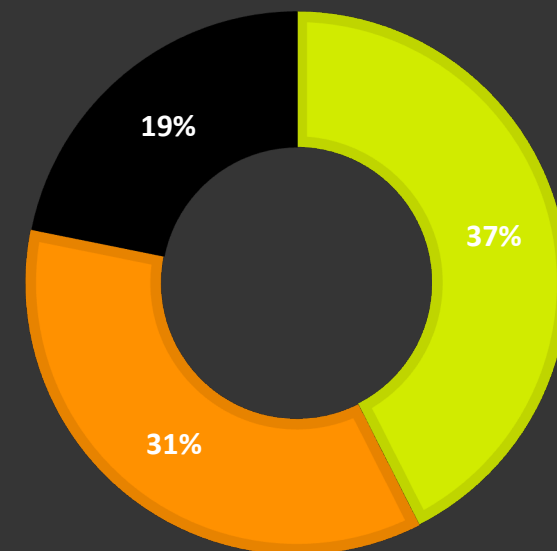
■ Baile en tendencia/ Trends ■ Comedia ■ Fútbol y otros deportes



*Horas destinadas por semana a redes sociales.

PREOCUPACIONES

■ Violencia e inseguridad ■ Economía ■ Corrupción e ineficiencia



Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

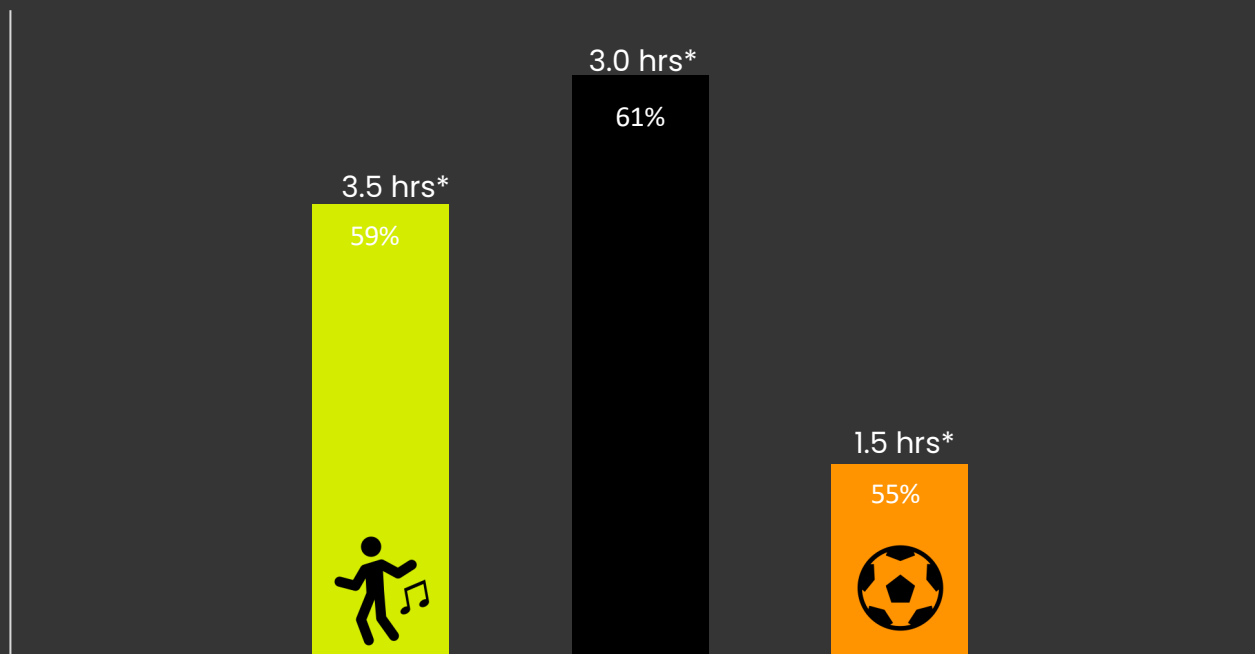
Región III

Hombres y mujeres

Guanajuato, Irapuato, Purísima del Rincón, Romita,
Salamanca, San Francisco del Rincón, Silao.

INTERESES

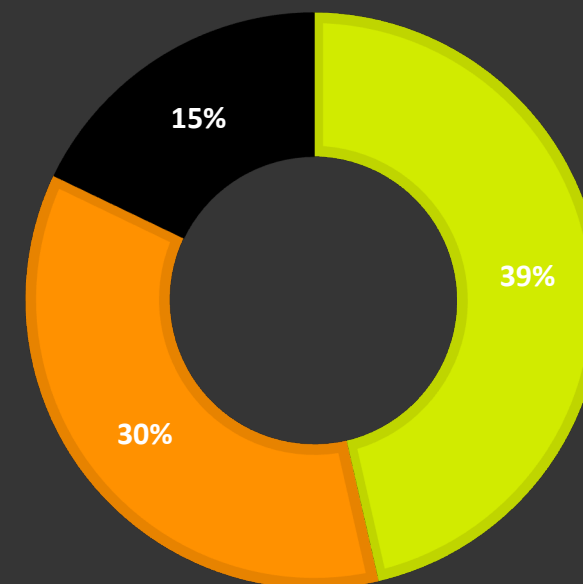
■ Baile en tendencia/ Trends ■ Comedia ■ Fútbol y otros deportes



*Horas destinadas por semana a redes sociales.

PREOCUPACIONES

■ Violencia e inseguridad ■ Economía ■ Corrupción e ineficiencia



Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

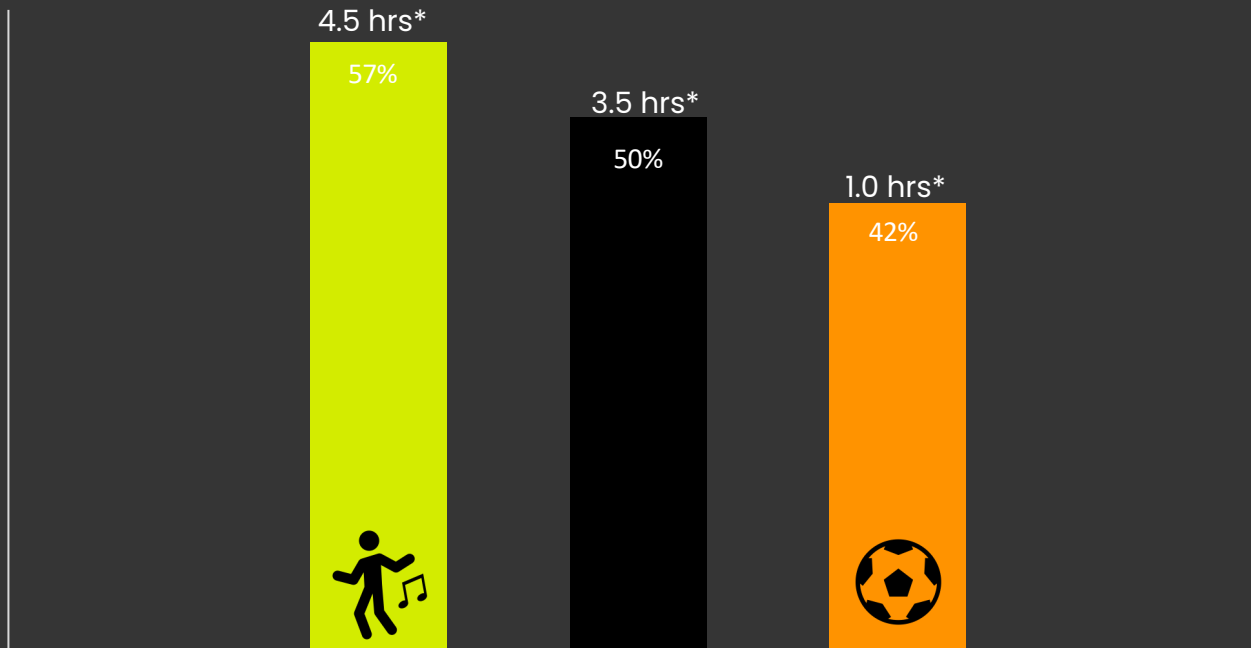
Región IV

Hombres y mujeres

Abasolo, Cuerámara, Huanímaro, Manuel Doblado,
Pénjamo, Pueblo Nuevo, Valle de Santiago.

INTERESES

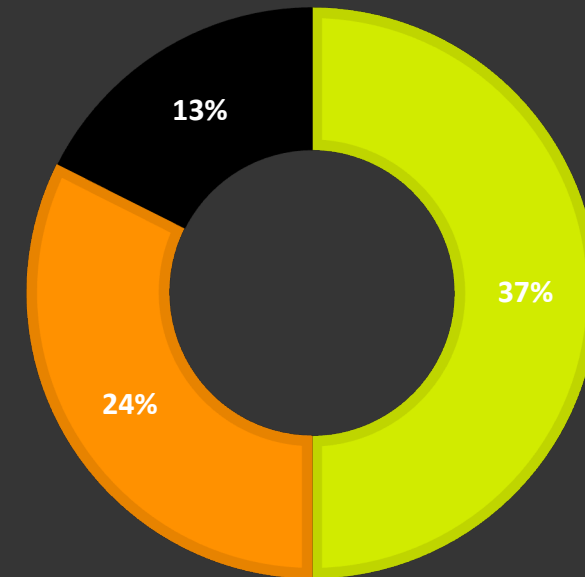
■ Baile en tendencia/ Trends ■ Comedia ■ Fútbol y otros deportes



*Horas destinadas por semana a redes sociales.

PREOCUPACIONES

■ Violencia e inseguridad ■ Economía ■ Educación Pública



Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

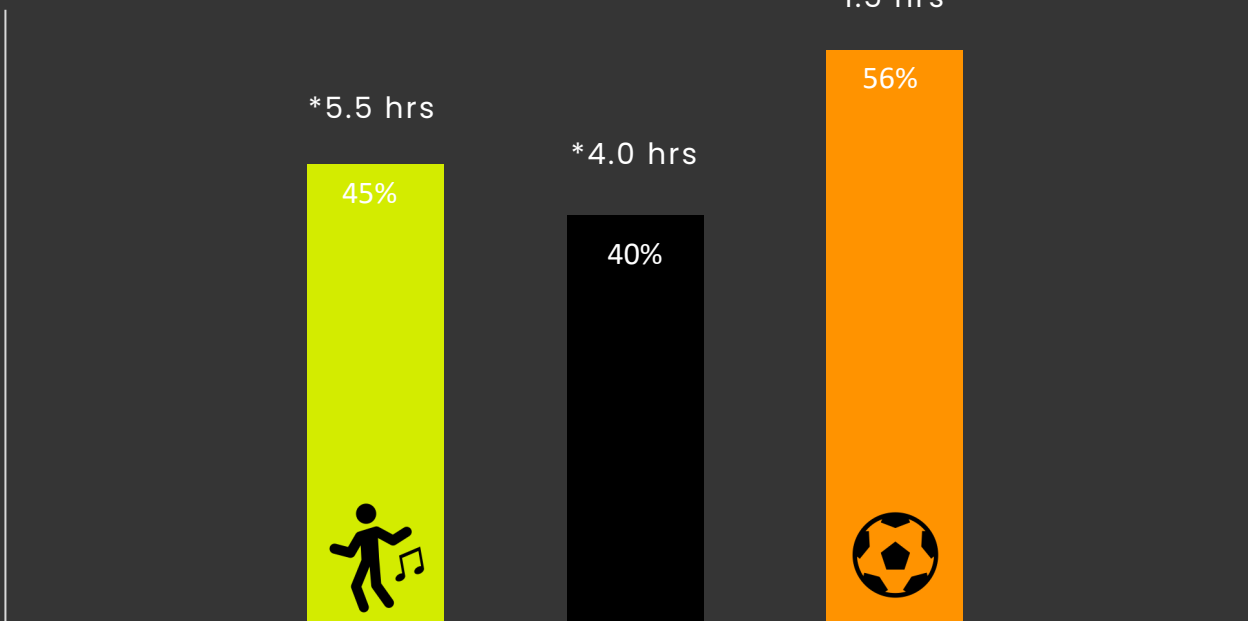
Región V

Hombres y mujeres

Acámbaro, Coroneo, Jaral del Progreso, Jerécuaro, Moroleón, Salvatierra, Santiago Maravatío, Tarandacuaio, Uriangato, Yuriria.

INTERESES

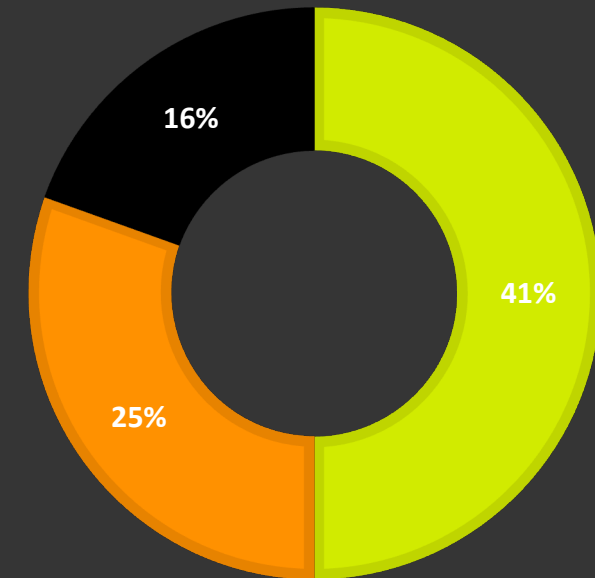
■ Baile en tendencia/ Trends ■ Comedia ■ Fútbol y otros deportes



*Horas destinadas por semana a redes sociales.

PREOCUPACIONES

■ Violencia e inseguridad ■ Economía ■ Corrupción e ineficiencia del gobierno



Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

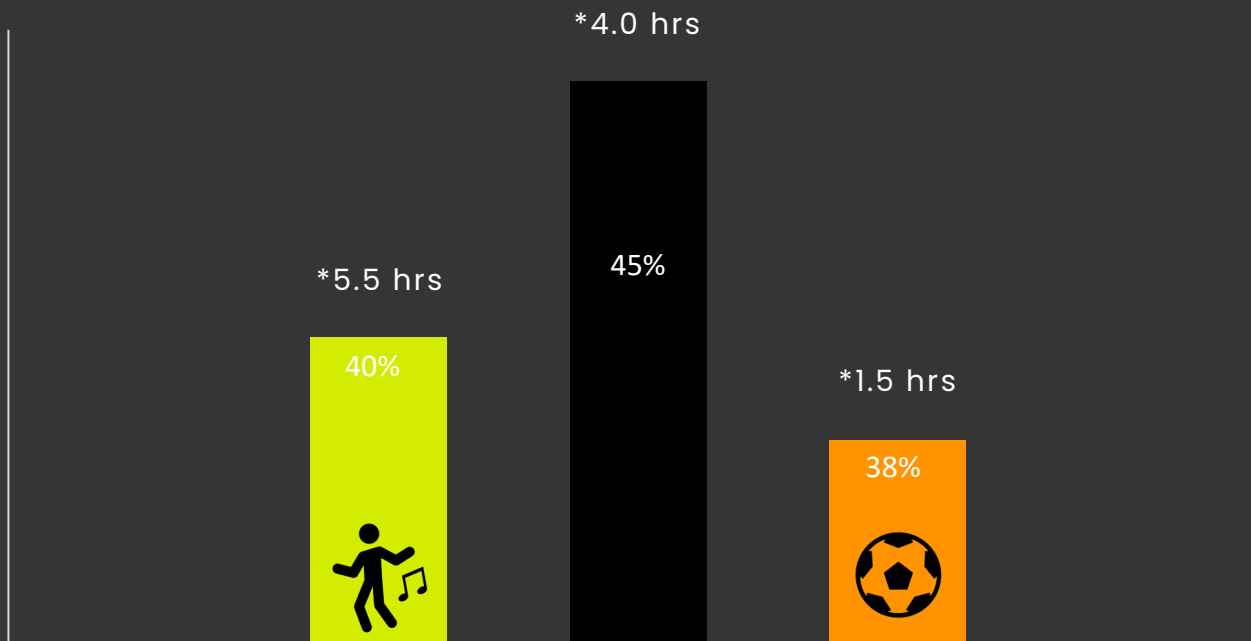
Región VI

Hombres y mujeres

Apaseo el Alto, Apaseo el Grande, Celaya, Comonfort, Cortázar, Santa Cruz de Juventino Rosas, Tarimoro, Villagrán.

INTERESES

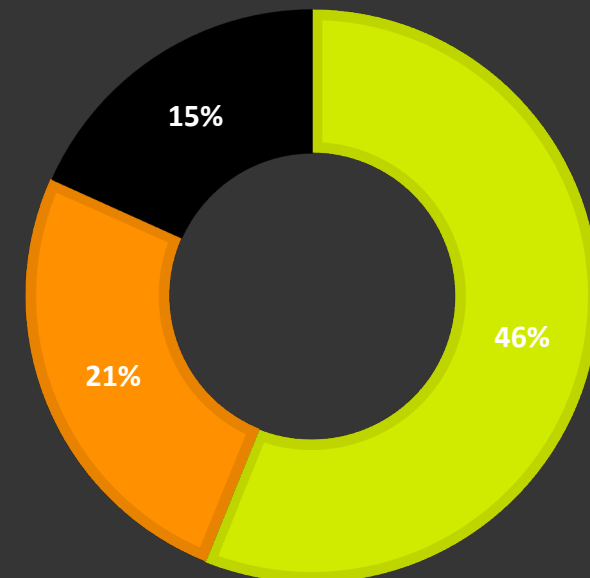
■ Baile en tendencia/ Trends ■ Comedia ■ Fútbol y otros deportes



*Horas destinadas por semana a redes sociales.

PREOCUPACIONES

■ Violencia e inseguridad ■ Economía ■ Corrupción e ineficiencia del gobierno



Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%

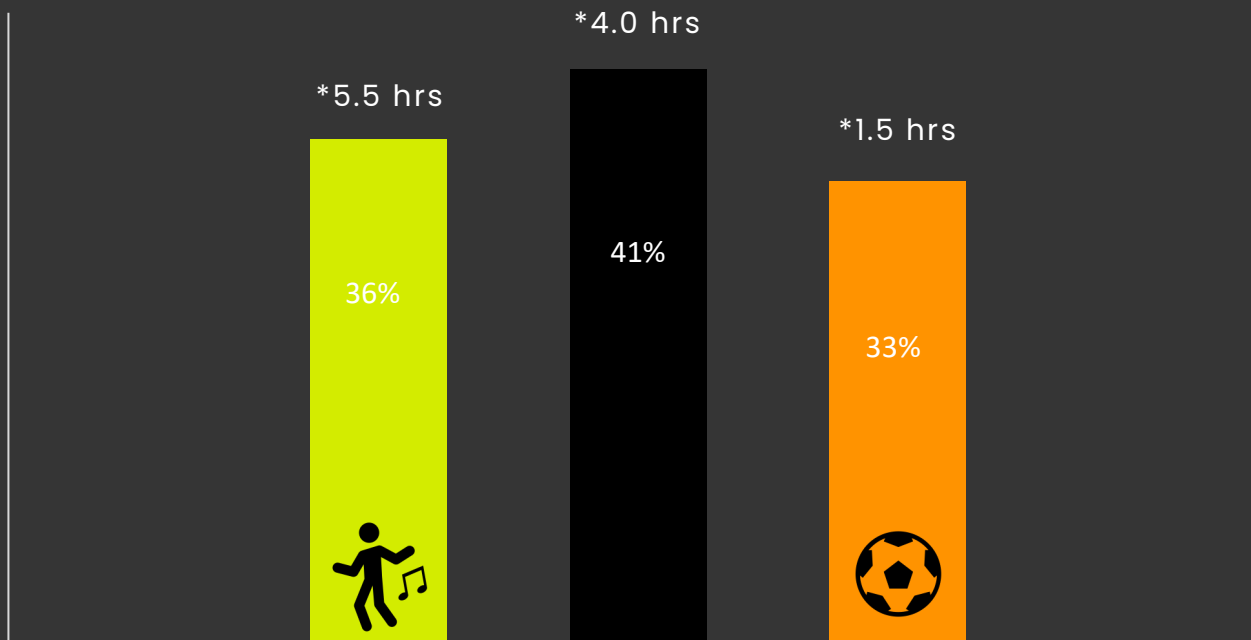
Región VII

Hombres y mujeres

León

INTERESES

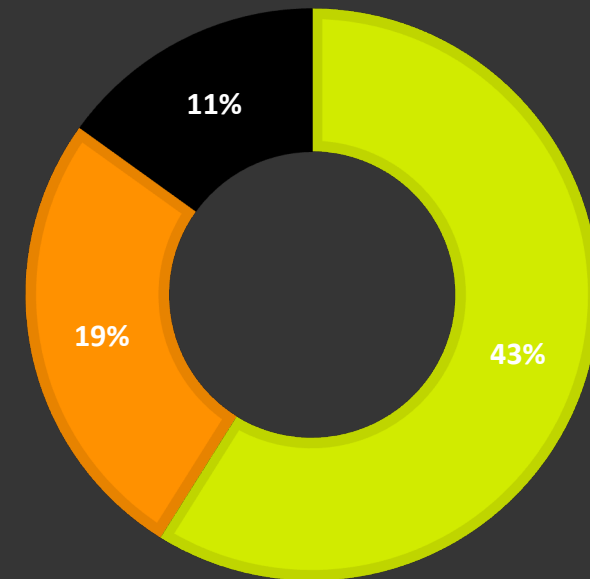
■ Baile en tendencia/ Trends ■ Comedia ■ Fútbol y otros deportes



*Horas destinadas por semana a redes sociales.

PREOCUPACIONES

■ Violencia e inseguridad ■ Economía ■ Corrupción e ineficiencia del gobierno



Se midió cada uno de los intereses de los jóvenes como variable independiente, por lo cual no debe sumarse éstos buscando dé como resultado 100%













INTERESES Y PREOCUPACIONES

POR REGIONES

- Los jóvenes de la región I que muestra un mayor interés en trends virales, son quienes más destinan tiempo de consumo a redes sociales, al promediar 3.5 horas a la semana. Afirmaron que su principal preocupación es la violencia y la inseguridad.
- Los jóvenes de la región II con un mayor interés en trends virales, mencionaron como principal preocupación la violencia y la inseguridad. En promedio, destinan 4.5 horas al consumo semanal de redes sociales .
- Por otro lado, los jóvenes de la región III con mayor interés en la comedia, coincidieron que su principal preocupación es la violencia y la inseguridad. Este grupo destina 3.5 horas de consumo semanal en redes sociales.
- Los jóvenes de la región IV que menos tiempo consumen son aquellos que tiene como interés el futbol y otros deportes con 1.0 horas diarias. Para ellos, su preocupación principal es la violencia e inseguridad.
- Los jóvenes de la región V con un mayor interés en deportes, mencionaron como principal preocupación la violencia y la inseguridad. En promedio, destinan 1.5 horas al consumo semanal de redes sociales .
- Los jóvenes de la región VI que muestra un mayor interés en trends virales, son quienes más destinan tiempo de consumo a redes sociales, al promediar 4.0 horas a la semana. Afirmaron que su principal preocupación es la violencia y la inseguridad.
- Los jóvenes de la región VII que menos tiempo consumen son aquellos que tiene como interés el futbol y otros deportes con 1.5 horas diarias. Para ellos, su preocupación principal es la violencia e inseguridad.

CONSUMO DE REDES SOCIALES POR REGIONES



		f					
REGIÓN I		57%	6%	18%	7%	12%	0%
REGIÓN II		61%	4%	14%	7%	14%	0%
REGIÓN III		40%	9%	22%	5%	23%	1%
REGIÓN IV		46%	11%	24%	7%	12%	0%
REGIÓN V		51%	14%	27%	6%	2%	0%
REGIÓN VI		44%	10%	22%	5%	18%	1%
REGIÓN VII		40%	9%	24%	5%	20%	2%

ANÁLISIS DE PERSONALIDAD DE LOS JÓVENES

04



ANÁLISIS DE PERSONALIDAD

Conocer la **personalidad de la audiencia** es una manera de **comprender las características** intrínsecas de ésta para crear un tono de **mensaje** al cual el público **puede responder**.

El **modelo** de los **Cinco Grandes** es una propuesta descriptiva **de la personalidad**. Su **importancia** emana por el **poder** expectativo **que tiene** en el campo de la **psicología** por el cual se **analizan** diversas variables.

El **modelo** estructura en **cinco dimensiones** la **manera como** el individuo **reacciona a estímulos** en su vida cotidiana. **No representa** una perspectiva teórica en particular, sino una **taxonomía que cumple** la función integradora de características específicas **de la personalidad**.



Extraversión

Esta dimensión procura identificar el nivel de comodidad del individuo en las relaciones. A priori, ser extrovertido o introvertido no es ni bueno ni malo, simplemente disfrutan el contacto social de manera distinta. Los extrovertidos tienden a ser gregarios, asertivos y sociables, mientras que los introvertidos tienden a ser reservados, tímidos y callados



Amabilidad/Afabilidad

Esta dimensión se refiere a la propensión de un individuo a ceder ante otros. Las personas altamente afables/agradables son cooperativas, cálidas y confiadas. Las personas que obtienen una puntuación baja suelen mostrarse más frías, desagradables y antagónicas. Generalmente las empresas buscan a personas que tengan puntuaciones altas porque eso significa que, además de todo lo anterior, aceptarán y respetarán las normas con más facilidad. No obstante, conviene tener presente que muchas de las personas más creativas e innovadoras en las organizaciones son aquellas capaces de desafiar el status quo en sus sectores.

Conciencia/Responsabilidad

Esta dimensión puede ser descrita como la tendencia de una persona a controlar sus impulsos y a dirigirse en interacción comunitaria de manera aceptable. Podríamos hablar de un comportamiento dirigido a metas. Las personas concienzudas sobresalen en su habilidad de satisfacer, planear y organizar eficazmente.



Neuroticismo/Emotividad

Esta dimensión, también conocida como neuroticismo, señala la capacidad de una persona para soportar situaciones de estrés. Las personas con puntuaciones altas en neuroticismo generalmente van a mostrar ansiedad, preocupación y baja autoestima. Tienen tendencia a enojarse con facilidad y suelen ser personas más inseguras. En el polo opuesto, las personas con puntuaciones bajas en neuroticismo tienen una mayor estabilidad emocional, y por tanto, tienden a ser calmadas y seguras de sí mismas.

Apertura a la experiencia

Esta dimensión refleja la tendencia de una persona a interesarse por distintos temas y a su grado de fascinación por lo novedoso. Por tanto, la apertura a la experiencia puede ser un buen indicador de la creatividad, ya que estos individuos disfrutan de la apropiación de nuevos conocimientos y conductas. En el otro extremo encontramos a personas con un pensamiento más convencional y probablemente más resistentes al cambio ya que prefieren lo conocido y familiar.



JUVENTUD GUANAJUATENSE

4.1



PROCESO DE ESTUDIO

IBM realizó una serie de estudios para comprender si las características de personalidad que se infieren de los datos de las redes sociales pueden predecir el comportamiento y las preferencias de las personas.

Mediante este estudio se descubrió que las personas con características de personalidad específicas respondieron y retuitearon en mayor número en las tareas de recopilación y difusión de información.





PROCESO DE ESTUDIO

Para inferir las características de personalidad expuestas en este estudio, se utilizaron los modelos creados por IBM, por medio de los cuales se obtuvieron características de personalidad a partir de información textual basada en un abierto enfoque de vocabulario.

El sistema primero “tokenizó” el texto de entrada para desarrollar una representación en un espacio n-dimensional. A su vez, se utilizó una técnica de incrustación de palabras de código abierto, GloVe, para obtener una representación vectorial de las palabras en el texto de entrada (Pennington y otros, 2014). Luego se alimentó con esta representación a un algoritmo de aprendizaje automático que infiere un perfil de personalidad con características de los Cinco Grandes, Necesidades y Valores.



MUJERES

Neurotismo

65%

Extroversión

39%

Conciencia

27%

Apertura

7%

Amabilidad

20%

HOMBRES

Neurotismo

70%

Extroversión

33%

Conciencia

18%

Apertura

22%

Amabilidad

29%



Las **preocupaciones que enfrentan los jóvenes**, anteriormente referidas, se reflejan en los **resultados del modelo de las Cinco Grandes dimensiones** que delinean la personalidad del grupo de estudio, ya que se **revela un alto grado de neuroticismo** que habla de una **emocionalidad negativa** expresada en un **perfil psicológico de ansiedad y estrés**.

Cabe señalar que **los individuos con altos niveles de neuroticismo** tienden a experimentar **una visión negativa del mundo**, lo que a su vez **impacta** en la **percepción negativa que tienen de ellos mismos**.

Otra de **característica psicológica** de importancia en el grupo de **jóvenes guanajuatenses** que interactúa en el espectro digital se **refiere a la extraversión**, entendiéndose por ésta una **mayor aceptación social**, como consecuencia de la retroalimentación positiva del contexto. La **extroversión compromete** una **aproximación energética** hacia el mundo social y material e incluye rasgos **como sociabilidad, actividad, asertividad y emocionalidad positiva**.

Es importante aclarar que el decrecimiento del neuroticismo y extroversión **puede interpretarse** a partir del análisis de adultez emergente de Arnet J.J. (2001), quien señala que en este estadio los jóvenes no se ajustan a roles sociales y a normas. **Ellos viven una exploración de identidad de manera autónoma** sin necesidad de comprometerse.



PERFILES DE JÓVENES GUANAJUATENSES

El análisis realizado sobre los principales rasgos de la personalidad de la **juventud guanajuatense**, ayuda a entender con mayor claridad **la tendencia de este grupo social** a deslindarse y desapegarse de los **temas relacionados con la política**.

Lo **anterior se demuestra** con el **caso del neuroticismo**, que es el rasgo con mayor peso de los Big Five **en el caso de los jóvenes de Guanajuato**, tiene una clara relación con las **principales preocupaciones** de estos por cuestiones de **inseguridad y violencia**.

La **situación actual** preocupante en términos de **seguridad en el estado desencadenan preocupación** y estrés constante en sus ciudadanos, siendo estos **los rasgos más característicos** del neuroticismo.





PERFILES DE JÓVENES GUANAJUATENSES

Tomando como ejemplo el caso mencionado, **cabe resaltar** que tener presentes **los tipos de personalidad del grupo de estudio**, permite conocer y entender mejor a los integrantes del mismo, **para elegir con mayor precisión el tipo de contenido** que compartirán **para llamar su atención** de manera eficaz y **promover su involucramiento paulatino en temas relacionados con la política** de la entidad, **por medio de diversos elementos** de comunicación creados específicamente para ellos.

CONCLUSIONES GENERALES

05



ANÁLISIS EN PÚBLICO META

Se garantiza que el muestreo del grupo analizado en este estudio es únicamente de jóvenes que van de los 12 a los 30 años. Esto es gracias a que la herramienta utilizada en la investigación filtra comentarios únicamente de jóvenes, mediante una metodología específica para identificar las personas que no son reales o que no cuentan en su totalidad con los lineamientos en cuestiones de edad, para así descartarlos.

Por esta razón hay certeza de que el análisis fue realizado enfocándolo en las conversaciones de la juventud guanajuatense.



RESULTADOS ESPERADOS

- Este estudio busca entender las principales preocupaciones, intereses y forma de pensar de los jóvenes de la entidad, con el objetivo de crear contenido enfocado específicamente en conectar con ellos, y crear políticas públicas que atiendan de manera exitosa sus respectivas necesidades, en un intento de romper con la apatía política y cambiar la percepción de falta de eficacia que actualmente se tiene de las instituciones.
- A su vez, se busca resaltar la importancia del potencial que tienen los jóvenes para hacer los cambios y las transformaciones necesarias para disminuir las brechas creadas por las desigualdades sociales. Esto puede impulsarse por medio de iniciativas que conjunten esfuerzos de la sociedad civil, iniciativa privada y pública, etc; en las cuales se involucre a los jóvenes de manera activa.
- También es crucial recalcar la importancia de que los jóvenes contribuyan a partir de sus ideas y acciones coordinadas; ya que en los próximos años ellos serán los que tomen las decisiones y estarán más ligados hacia el rumbo de las políticas públicas del estado y del país.
- Por último, es necesario destacar que para promover que los jóvenes se involucren en los temas de decisión política, es necesario entender que la decepción, o la crisis de credibilidad de las instituciones y plataformas políticas ha afectado negativamente la percepción política de los jóvenes. Teniendo lo anterior en cuenta, es necesario impulsar la toma de acción por parte de las instituciones gubernamentales para promover distintas formas y acciones para asegurar que que los jóvenes desempeñen papeles de mayor protagonismo en la toma de decisiones comunitarias, y en el diseño de políticas públicas enfocadas en tratar los problemas de carácter económico y social.

FICHA METODOLÓGICA

La metodología Data.Lab funciona a través de redes neuronales que responden a la tecnología Watson de IBM. A través de esta herramienta se fueron recopiladas reviews de jóvenes habitantes de Guanajuato para procesar comentarios públicos y analizar sus conversaciones en torno a sus principales intereses y preocupaciones.

Técnica	Ambiente digital - uso de data mining.
Topología	Descriptiva deductiva.
Tipo de muestra	Muestreo de etapas múltiples: Aleatoria y sistemática.
Unidad de muestra	Universo identificado de 31,628 conversaciones en redes sociales utilizadas como muestra.
Unidad de registro	Usuarios de Facebook, Twitter, Youtube, TikTok e Instagram.
Unidad de contexto	La muestra se extrae a través de todas las conversaciones públicas vertidas en la unidad de registro durante el marco muestra, emitidas por mujeres y hombres jóvenes de 12 a 30 años de edad que hayan mencionado palabras y frases clave enlazadas con los personajes, instituciones y/o tópicos expuestos.
Periodo de análisis	Enero 1 de 2021 a 30 de septiembre de 2022.

Nivel de confianza del 98%

Z: valor del intervalo de confianza.

n: raíz cuadrada de la muestra.

$$ME = \frac{\sigma}{\sqrt{n}} * Z$$



**Instituto para
el Desarrollo
y Atención
a las Juventudes
del Estado
de Guanajuato**