

Participación de la juventud: estudio en México



Instituto Electoral del
Estado de Querétaro



Instituto Electoral del
Estado de Querétaro

ÍNDICE

1. PROPUESTA	2
2. ANTECEDENTES	2
3. ESTUDIO	5
a) Objetivo General	5
b) Objetivos Específicos	5
c) Metodología	6
d) Muestra	9
e) Alcance	11
f) Resultados	11
4. CRONOGRAMA	11
5. CONCLUSIONES	11
6. PRESUPUESTO	12

1. PROPUESTA

La situación actual sobre la percepción de la democracia y del actuar político en México, deja ver un grado de insatisfacción por parte de la ciudadanía, que a su vez se refleja en las urnas y, por ende, en la participación.

En particular, la juventud conforma en promedio el 30% de las listas nominales estatales y nacionales, y su participación ronda el 50%. Es decir, tenemos al menos un 50% que no está acudiendo a ejercer su derecho al voto, lo que representa millones de jóvenes que por alguna razón no están participando.

Este proyecto propone un estudio que encuentre dichas razones, pero que además proponga, a través de un trabajo conjunto con la juventud directamente, acciones que permitan su inclusión e involucramiento a la vida pública de nuestro país. Derivado de ello, tendremos una herramienta entregable y utilizable para los estados de la región, que permita dirigir esfuerzos a contar con una juventud más participativa e informada. Para efectos de este estudio, se mostrará un ejemplo nacional de México y de 1 estado de la República para entender el contexto local en cuanto a la participación de los jóvenes y la pertinencia de este estudio. Este documento está personalizado con sus datos respecto de la situación actual de dicho tema, y será incluido en el documento final.

Se hará extensiva la invitación a participar en el estudio a los institutos electorales de las 32 entidades federativas.

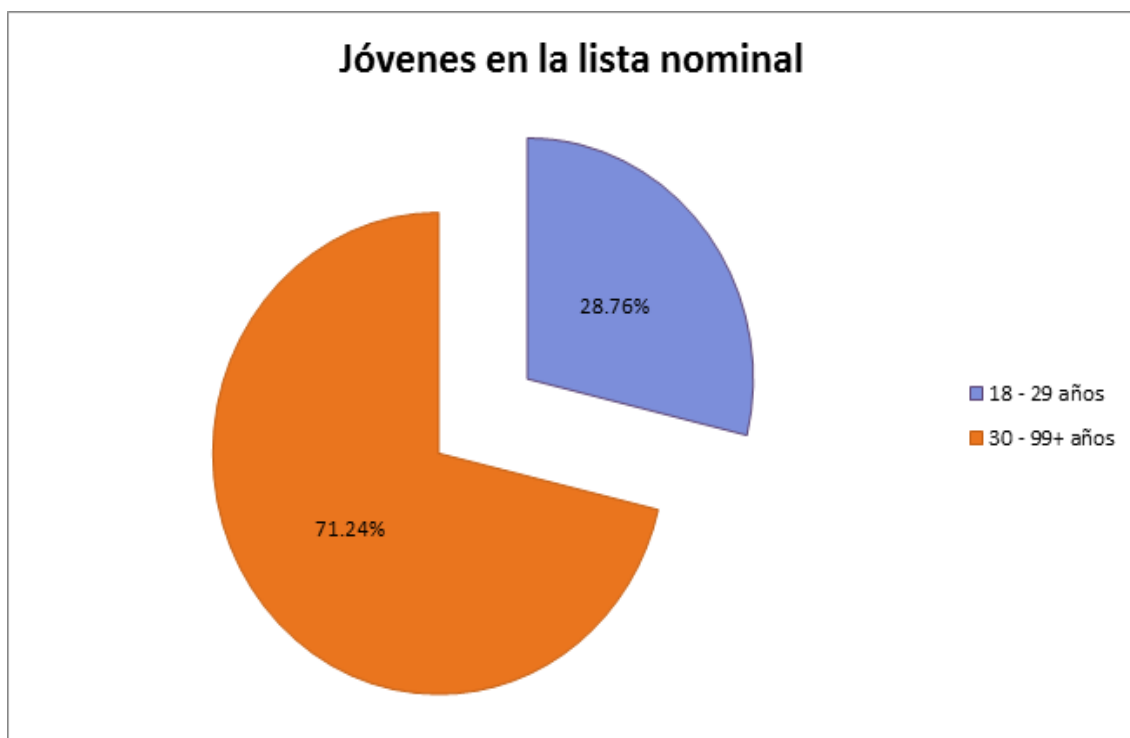
2. ANTECEDENTES

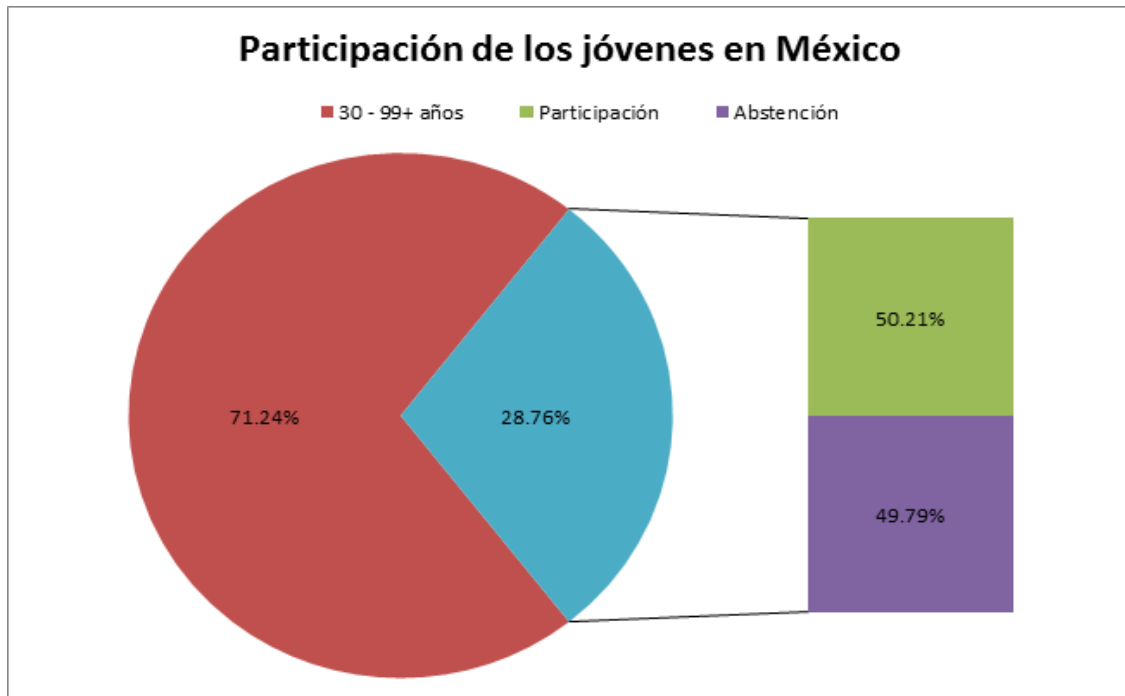
Los datos que se muestran a continuación son a partir de estadísticas del Instituto Nacional Electoral (INE) con información recabada de las elecciones federales de 2018.¹

¹ Para consultar la información, véase el siguiente link: <https://www.ine.mx/transparencia/datos-abiertos/visualizacion-datos/conteos-censales-participacion-2009-2018/>

Nacionales:

- En México la lista nominal de jóvenes de 18 a 29 años es de 25,637,532, de los cuales sólo 12,873,549 participaron en las elecciones presidenciales de 2018, esto equivale al 50.21%. Los jóvenes representan el 28.76% de la lista nominal total del país. Dichas cifras pueden verse reflejadas en las siguientes gráficas:

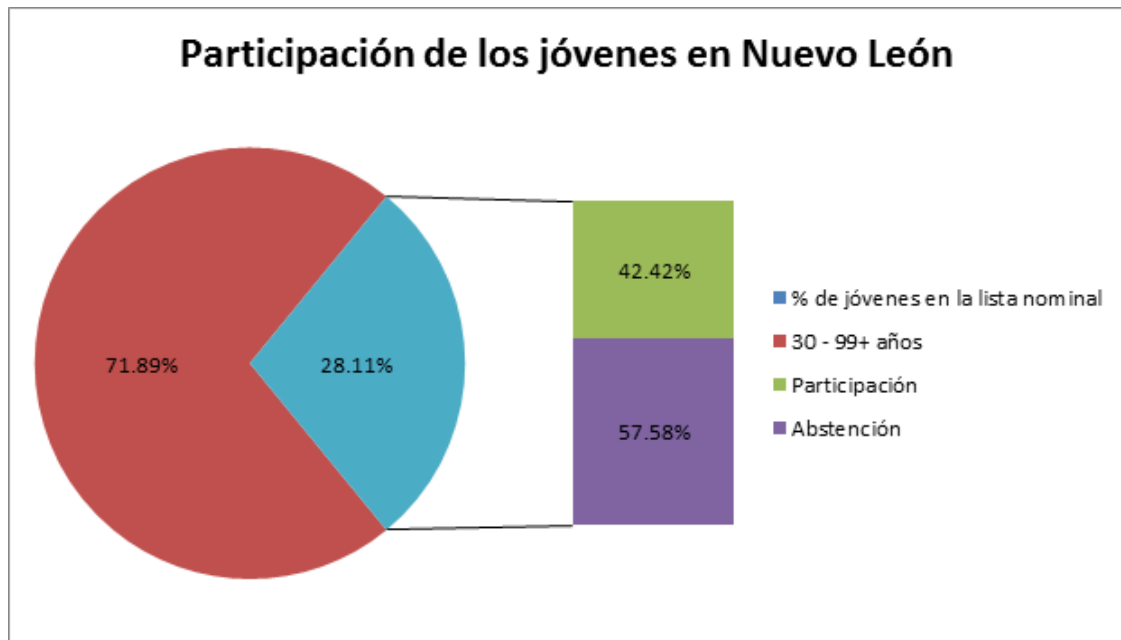




Nuevo León:

- De acuerdo con los Conteos Censales de Participación Ciudadana 2009-2018, en el estado de Nuevo León, hay 1,096,523 jóvenes de 18 a 29 años registrados en la lista nominal y se tuvo una participación de 465,189 jóvenes (42.42%).

Estos 1,096,523 jóvenes representan el 28.11% de la lista nominal total del estado. Dichas cifras pueden verse reflejadas en la siguiente gráfica:



3. ESTUDIO

a) Objetivo General

Conocer los hábitos y percepciones respecto de participación de la juventud, en elecciones y en el ámbito social; para generar un diagnóstico y desarrollar acciones que permitan su inclusión para un involucramiento activo que aumente su participación.

b) Objetivos Específicos

1. Identificar la percepción de jóvenes sobre la participación en elecciones, así como en actividades de su entorno: por qué sí y por qué no. (En el "sí", revisar cuáles son y qué los motiva, así como en el "no").
2. Conocer medios de comunicación y de consulta que la juventud utiliza con mayor frecuencia y accesibilidad (redes sociales, impresos, lugares).

3. Desarrollar con los resultados obtenidos las campañas de promoción del voto dirigidas como segmento a la juventud.

c) Metodología

Los tipos de metodología de la investigación cualitativa que se llevan a cabo son las técnicas grupales y técnicas de grupo de enfoque, que permiten recopilar la información, así como percepciones de un grupo determinado.

Técnicas de análisis de la información cualitativa:

1. Técnicas grupales: En ella destacan los grupos de discusión o *focus group*. La información con diferentes puntos de vista será la más valorada, pero también se dan técnicas para fomentar la creatividad, como la lluvia de ideas o el *Brainstorming*.
2. Técnica del Grupo de Enfoque: Forma de entrevista grupal que utiliza la comunicación entre investigador y participante.

Para efectos de este estudio, se utilizarían las técnicas de análisis de información cualitativa de *focus groups*, entre 8 y 10 personas por grupo, mismos que serán llevados a cabo a través de un moderador, un facilitador y un relator de apoyo (todo en la medida de las posibilidades y se sugiere que sea funcionariado del instituto especialista en educación cívica). También se sugiere grabar las sesiones y hacerla llegar al IEEQ.

A través de un formulario en línea durante la sesión, el participante responderá preguntas que permitan conocer datos demográficos tales como: edad, sexo, escolaridad, zona urbana o rural, entre otros, a fin de conocer los perfiles. (En caso de no poder hacerlo en su celular o computadora, podrán llenarlo en papel y posteriormente el facilitador apoyar a vaciar los datos).

Asimismo, el formulario permitirá obtener información concerniente a los hábitos de participación:

- Electoral (si vota en elecciones federales, locales o mecanismos de participación ciudadana)

- En el ámbito social (si participan o han participado en algún grupo de la sociedad civil, en sociedad de alumnos, en asociación de colonos, en activismo digital, entre otros).

Una vez definidos estos aspectos, se pretende conocer las percepciones de los participantes respecto de la comunicación social que se lleva a cabo por parte de la institución electoral, así como sus hábitos de recopilación de información y de comunicación.

Cabe mencionar que las respuestas a los formularios se obtendrán en Querétaro en tiempo real y por estado, ya que cada formulario será previamente enviado de manera personalizada.

Posteriormente, el moderador podrá proyectar los resultados de las respuestas al grupo, permitiendo el debate de ideas particularmente respecto de hábitos de participación en el ámbito social y electoral, así como de formas de comunicación óptimas hacia la juventud. La institución electoral tendrá oportunidad de mostrar alguna campaña de promoción del voto o programa afín para obtener retroalimentación. A través de *brainstorming* o lluvia de ideas, se conocerán las formas que permitan una mejor comunicación, interacción e inclusión de las instituciones con el electorado que fomenten una ciudadanía más informada que derive en una ciudadanía más participativa.

El siguiente código QR direcciona al formulario:



Funcionamiento del *Focus Group*:

La técnica del *focus group* permite recopilar información de las percepciones, reacciones y expectativas que tienen los usuarios de algún servicio que utilizan o de alguno que se quiera implementar.

Se realizan sesiones con grupos pequeños de usuarios durante un tiempo predeterminado, mientras que un moderador se encarga de hacer preguntas y de centrar la atención en los distintos aspectos o focos del objetivo del estudio. Las preguntas se responderán como resultado de la interacción del grupo, en una dinámica donde los usuarios tendrán plena libertad de hablar, comentar, opinar y aportar ideas sobre el servicio, así como de expresar sus motivos de satisfacción, insatisfacción, etc.

Estas reuniones suelen grabarse para posteriormente, elaborar un informe escrito. Los resultados obtenidos permiten orientar las estrategias que se plantean en el estudio, así como mejorar o cambiar las estrategias que ya están en funcionamiento.

Los pasos a aplicar en la técnica del *focus group* sugeridos son los siguientes:

1. Plantear o definir los objetivos de la investigación.
2. Realizar y planificar las preguntas sobre el tema de investigación preparando un guión con preguntas abiertas generales y específicas.
3. Seleccionar la audiencia de acuerdo al perfil de entrevistado previamente definido y adecuado al propósito de la investigación.
4. Establecer el número de personas que integrará el grupo focal (se sugieren de 8 a 10 personas por grupo).
5. Seleccionar al moderador encargado de dirigir las preguntas y al ayudante u observador para tomar notas de las respuestas de los entrevistados (dichos perfiles deberán ser jóvenes con preparación en el tema que permitan empatía con los participantes).
6. Seleccionar el lugar.

7. Realizar una breve introducción sobre el tema a discutir en la que se mencionen los objetivos del estudio.
8. Escuchar a los entrevistados de manera imparcial.
9. Tomar notas.
10. Concluir la sesión agradeciendo la participación a los integrantes del grupo.
11. Analizar los resultados tras una revisión exhaustiva de toda la sesión.
12. Realizar un informe final detallando cómo se desarrolló la sesión, quiénes fueron los participantes, cuáles fueron los resultados, las conclusiones y las recomendaciones de la investigación.
13. Compartir los resultados con los participantes de la investigación para afianzar los contactos y favorecer la formación de nuevos grupos.

d) Muestra

Los *focus groups* se conformarán de jóvenes de 18 a 29 años, oscilando entre 8 y 10 personas por grupo, y no deberán exceder 2 horas.

Se sugiere llevar a cabo 1 o más *focus groups* por institución, a fin de tener un sentido más amplio del mercado. A cada instituto electoral se le propondrá, de acuerdo con sus posibilidades, realizar más de un *focus group*, según las diferentes regiones del estado.

Como ejemplo, en Querétaro tendríamos 3 *focus groups* en diferentes zonas del estado, mismas que abarcan cada una 5 municipios aproximadamente (en total tenemos 18 municipios):

- 1 zona conurbada de la capital,
- 1 zona semidesierto,
- 1 zona serrana.

Para la entidad de Nuevo León, el desglose con el número de personas por edad sería el siguiente:

Por rango de edad	Población en Estado de Nuevo León	Proporción del total de población	Muestra de 30 personas
18 años	85,551	9.01%	3
19 años	78,305	8.25%	2
20 años	85,547	9.01%	3
21 años	77,853	8.20%	2
22 años	81,225	8.55%	3
23 años	79,935	8.42%	3
24 años	77,163	8.13%	2
25 años	79,356	8.36%	3
26 años	75,828	7.98%	2
27 años	77,243	8.13%	2
28 años	80,474	8.47%	3
29 años	71,185	7.50%	2
TOTAL:	949,665	100.00%	30

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI: Censo de Población y Vivienda 2010.

En este caso, consideramos el total de la lista nominal que representan los jóvenes de 18 a 29 años en la entidad y 30 personas participando en los 3 *focus groups*, es decir, máximo 10 personas por grupo.

Respecto de los perfiles anteriormente mencionados, se sugerirá establecer comunicación con instituciones juveniles en cada localidad, así como universidades, que permitan contar con grupos diversos, considerando los siguientes aspectos, así como la posibilidad de utilizar sus instalaciones para realizar los *focus group*:

1. Jóvenes universitarios que solo estudian (considerar universidades públicas y privadas).
2. Jóvenes universitarios que estudian y trabajan.
3. Jóvenes que trabajan y no estudiaron.
4. Jóvenes trabajando en sector público y privado.
5. Jóvenes con hijos y sin hijos.

6. Jóvenes de grupos minoritarios o vulnerables.

e) Alcance

Invitación a realizar el estudio a 32 entidades federativas en México.

Se entregará a cada entidad participante la metodología por parte de quienes coordinan este estudio, a fin de implementar de manera uniforme el estudio.

f) Resultados

1. Los resultados se compilarán y se integrarán en un entregable digital e impreso, para su difusión y aprovechamiento.
2. Su coordinación quedará a cargo de la Consejera Electoral Gema N. Morales Martínez del IEEQ (otorgando los agradecimientos y créditos a cada institución participante).

4. CRONOGRAMA- Anexo

OBJETIVOS / ACCIONES	NOVIEMBRE		DICIEMBRE		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO	
	1ª Quinc	2ª Quin	1ª Quinc	2ª Quin	1ª Quin	2ª Quin	1ª Quin	2ª Quin	1ª Quin	2ª Quin	1ª Quinc	2ª Quin	1ª Quin	2ª Quin	1ª Quin	2ª Quin	1ª Quin	2ª Quin
Planeación																		
Invitación Institutos																		
Prueba piloto focus group (IEEQ)																		
Revisión PNUD y académicos																		
Selección de muestra para Focus Group (contacto con instituciones juveniles)																		
Envío guía de implementación																		
Sesiones de Focus Group																		
Recepción de resultados																		
Análisis de Resultados																		
Conclusiones y propuestas																		
Entrega de Informe																		

5. CONCLUSIONES

Los resultados del estudio permitirán incorporar propuestas con miras a un mayor involucramiento de la juventud en la vida pública y en la participación, este último como valor fundamental de la democracia.

5. PRESUPUESTO

Este estudio no tendría prácticamente ningún costo, ya que se utilizará el recurso humano disponible por parte de las instituciones electorales locales en conjunto con universidades. Sin embargo, cada entidad deberá considerar, de acuerdo a sus recursos y posibilidades, lugar, coffee break y materiales a utilizar.

Fuentes:

González, L. (2013). Focus Group, Método de investigación cualitativa. Recuperado de: <https://www.bibliopos.es/focus-group-metodo-de-investigacion-cualitativa/>

INEGI. (2010). Censo de Población y Vivienda 2010. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2010/default.html#Tabulados>

Instituto Nacional Electoral. (2018). Conteos Censales de Participación Ciudadana 2009-2018. Recuperado de: <https://www.ine.mx/transparencia/datos-abiertos/visualizacion-datos/conteos-censales-participacion-2009-2018/>

Shuttleworth, M. (2009). Diseños de Prueba Previa y Posterior. Recuperado de: <https://explorable.com/es/disenos-de-prueba-previa-y-posterior>

Universidad de Jaén. (s.f.). Metodología cualitativa. Recuperado de: http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/enfo_cuali.html