



Jóvenes y política

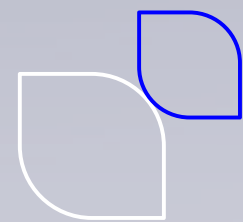
Entre la crisis económica y la continuidad del rumbo

JUNIO 2026



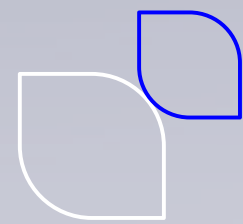
REYES | FILADORO
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Enter
COMUNICACIÓN



1. Encuesta

1. **Cantidad de casos:** 643 casos con jóvenes de entre 18 y 35 años en todo el país (300 casos coincidentales y 343 casos online).
2. **Fecha de campo:** Del 8 al 13 de junio de 2026.
3. **Margen de error:** +/- 3,9% para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística.
4. **Muestra:** Aleatoria y no probabilística. Resultados ponderados por edad, región de residencia y máximo nivel educativo alcanzado.



2. Social listening

Escucha digital activa mediante el diseño y parametrización de códigos booleanos. El objetivo es identificar ejes temáticos emergentes, cuantificar la densidad de la conversación y categorizar la polaridad del sentimiento digital.

1. **Fecha de campo:** del 24 de mayo al 26 de junio de 2026.
2. **Ecosistema:** conversación pública en plataformas digitales: X, Facebook, Instagram, TikTok y YouTube.
3. **Herramienta de relevamiento:** Onclusive.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

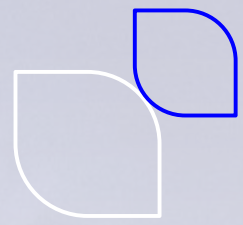
- 01** Quienes apoyan al gobierno evalúan positivamente la situación económica, existiendo una fuerte correlación entre ambos puntos. El 88% de los jóvenes que evalúa positivamente al gobierno atraviesa una situación económica positiva y, por el contrario, el 86% que tiene dificultad para llegar a fin de mes evalúa negativamente al gobierno.
- 02** El 15% de los jóvenes que votó a Milei en el ballotage de 2023 está decepcionado con el gobierno. A pesar del contexto, Milei retiene en términos generales el apoyo de quienes lo votaron. Por el momento "la fuga" entre los jóvenes es minoritaria.
- 03** Sin embargo, la conversación digital de los jóvenes sobre el Presidente muestra un saldo negativo: el 57% lo critica en redes sociales en el período analizado. Los temas más urticantes son las medidas económicas, el sostenimiento del jefe de Gabinete Manuel Adorni y los señalamientos por las decisiones de su renuncia.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

- 04** La corrupción (21%) supera a los bajos salarios (18%), el desempleo (16%) y la inflación (10%) como principal problema. Hay una brecha generacional: los más jóvenes (18-24) priorizan el desempleo, mientras los de 25-35 señalan la corrupción. Este tema impacta de lleno en los jóvenes identificados con LLA ya que el 29% lo identifica como principal problema.
- 05** En redes sociales, en cambio, la inseguridad se impone como tema que motiva más la conversación (debido, en parte, al impacto del asesinato de Agustina Vega en Córdoba), seguido por la corrupción y la inflación. Lo económico queda así en un segundo plano, haciendo de ella una inquietud velada por los delitos y los escándalos recientes.
- 06** En este marco, Adorni fue uno de los funcionarios más mencionados durante el mes de junio, con 2 millones de publicaciones de parte de 1 millón de usuarios únicos. Si bien Luis Caputo ocupa el segundo lugar, cuenta con menos de 300 mil menciones en todo el mes analizado. Santilli, en cambio, permanece poco presente en la conversación digital hasta el final del período, con un saldo negativo en sentiment.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

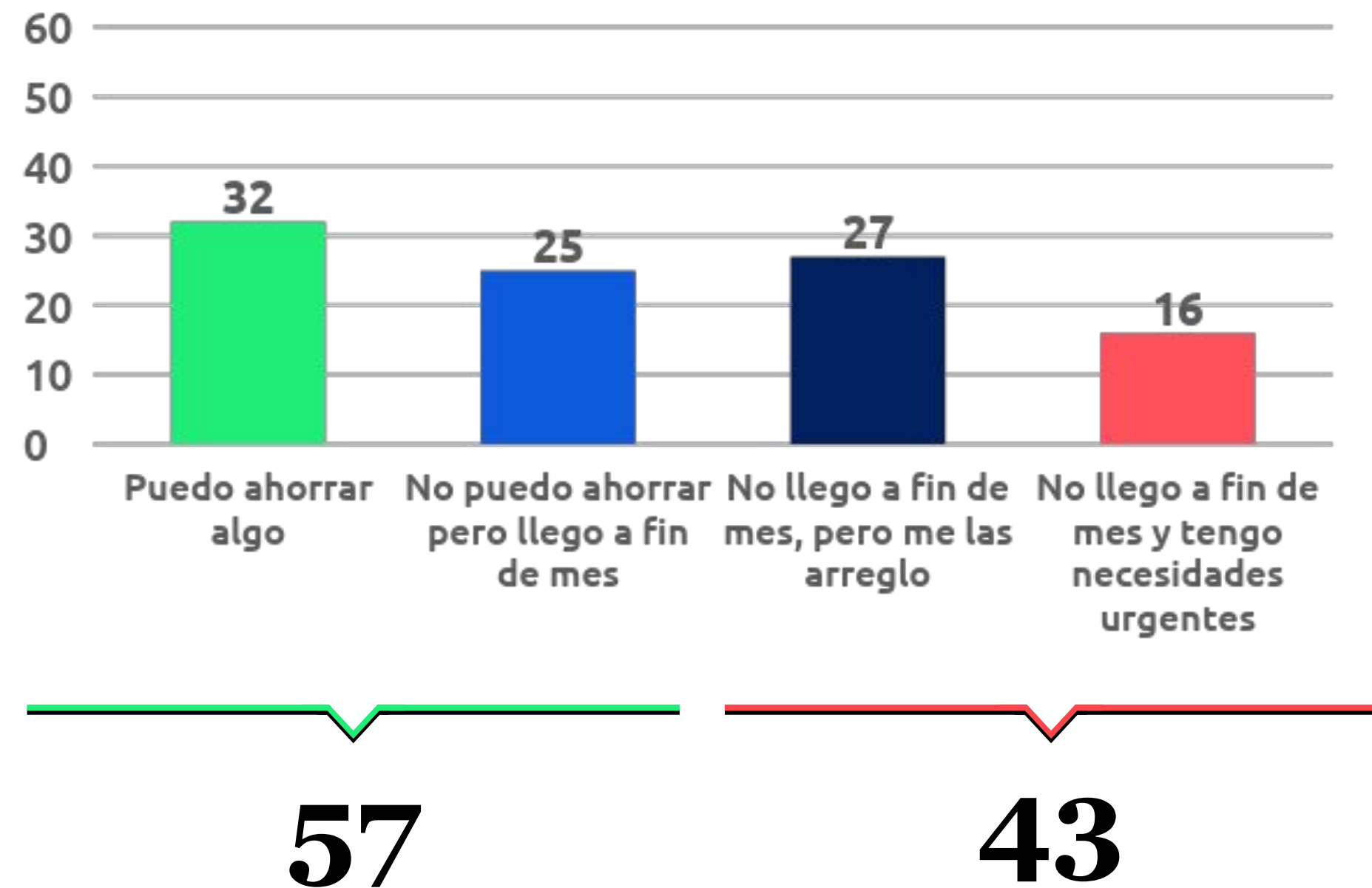
- 07** Se observa una marcada brecha de género. Los varones son más optimistas sobre el rumbo de la economía (62% vs. 48% de mujeres), evalúan mejor a Milei en inflación (61% vs. 46%) y se identifican más con LLA (47% vs. 30%). En cambio, las mujeres se inclinan más hacia el cambio de rumbo electoral (47%).
- 08** Frente a las próximas presidenciales, la mayoría de los jóvenes prefiere mantener el rumbo actual (53%) frente a cambiarlo (40%). Esto sugiere que, pese a las dificultades económicas, la gestión Milei no enfrenta un rechazo mayoritario entre los jóvenes.
- 09** Un 43% expresa apatía o distancia política. Casi la mitad de los jóvenes dice sentirse indiferente o prefiere aislarse frente a la situación del país. Un dato preocupante sobre el vínculo de la juventud con la política.
- 10** LLA concentra el 39% de la identificación partidaria, seguido por el peronismo/kirchnerismo (24%) y un 26% que no se identifica con ningún espacio. Entre estos últimos, el 61% evalúa negativamente a Milei, lo que los convierte en un segmento clave en disputa.



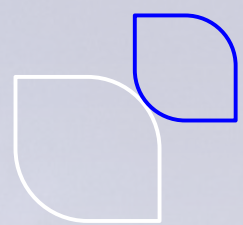
CAPACIDAD DE AHORRO

Encuesta

“Pensando en tu capacidad de ahorro, ¿Dirías que podés ahorrar algo, no podés ahorrar pero llegas a fin de mes, no llegás a fin de mes pero te las arreglás o no llegás a fin de mes y tenés necesidades urgentes?”



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

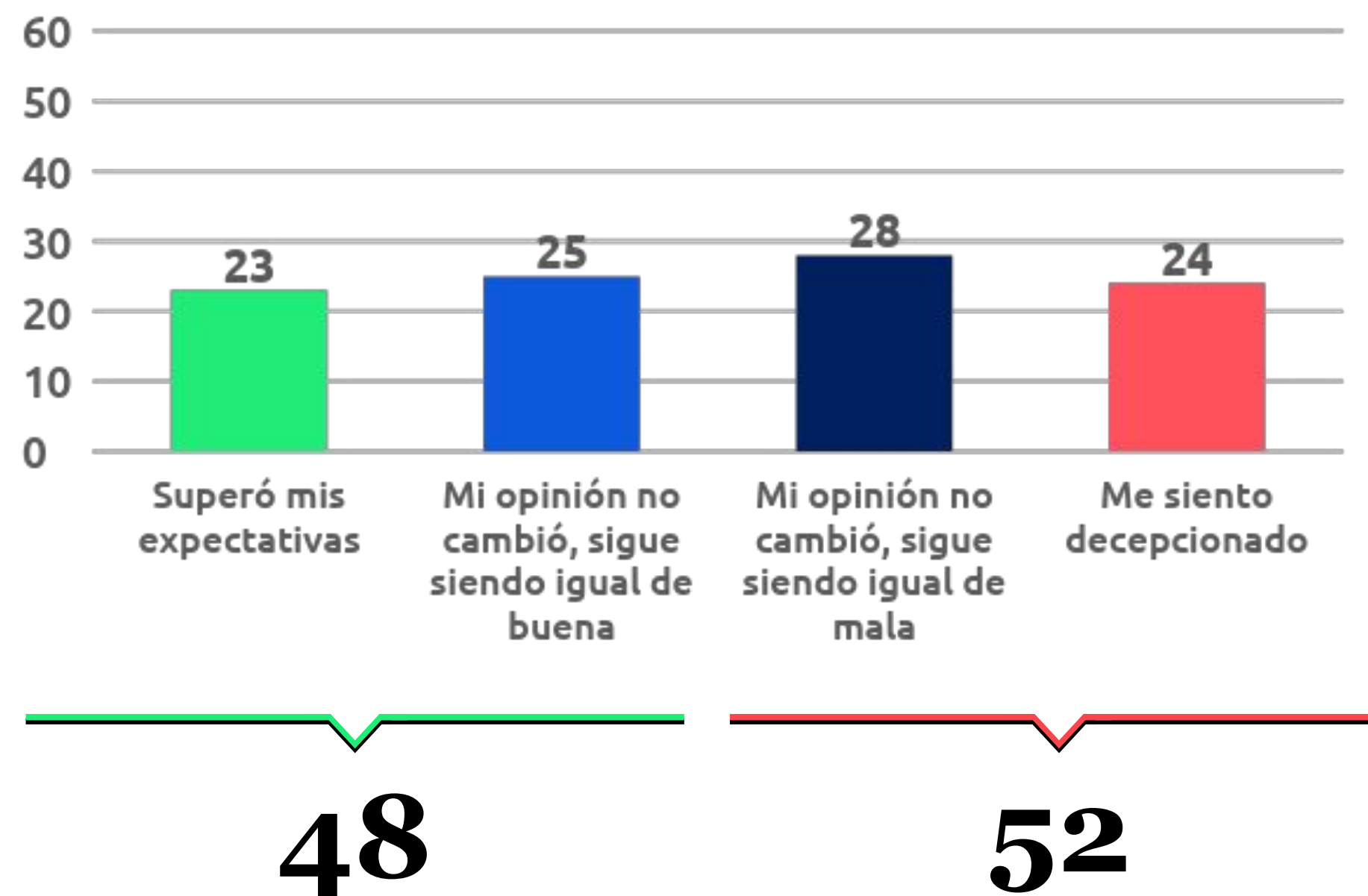


GESTIÓN DE JAVIER MILEI

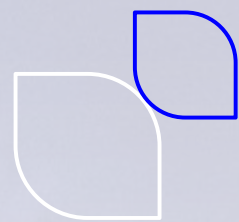
Encuesta

“Pensando en el gobierno de Javier Milei desde que asumió hasta ahora, ¿cómo evaluás su gestión?”

- El 88% de los jóvenes que evalúa positivamente al gobierno de Javier Milei atraviesa una situación económica positiva.
- El 85% de los jóvenes que se siente decepcionado está mal económicamente.
- El 15% de los jóvenes que votó a Milei en el balotaje en 2023 se siente decepcionado.
- Los hombres tienen una opinión más positiva sobre el gobierno de Milei (56%), comparada con la de las mujeres (39%).



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



QUIÉNES HABLAN EN REDES SOBRE JAVIER MILEI

Social listening

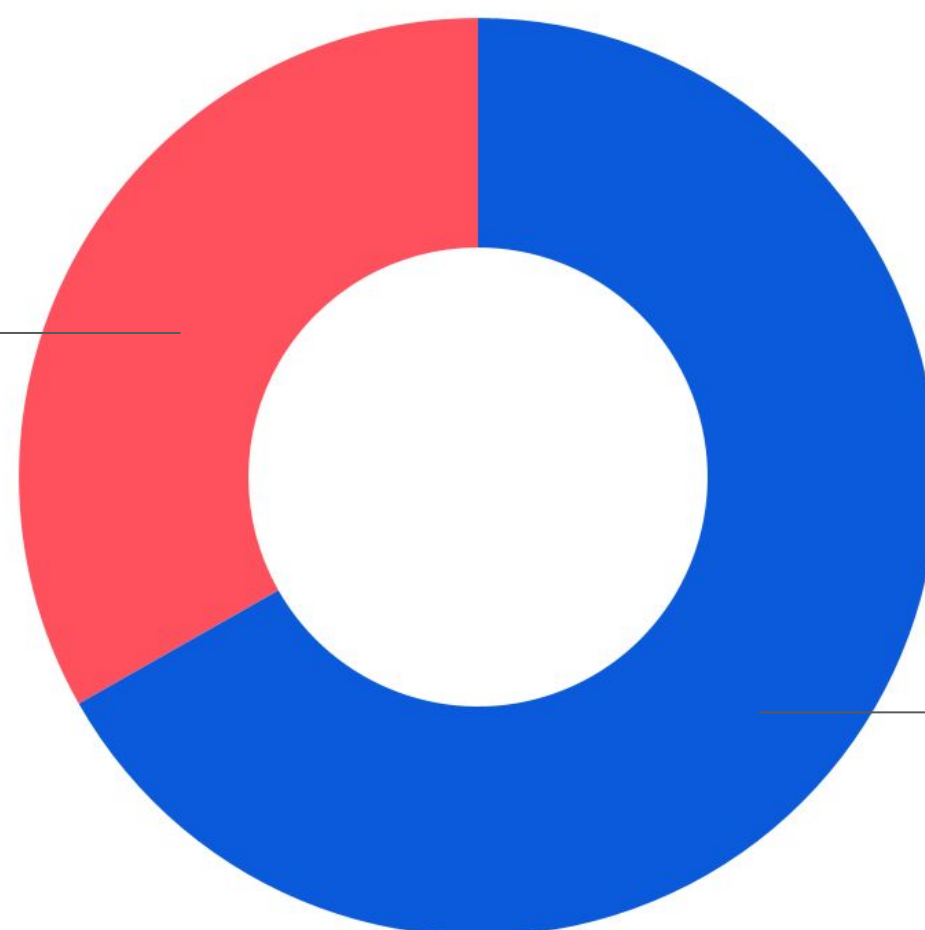


2.074.000 menciones totales

(entre el 25/05 y el 24/06)

Género

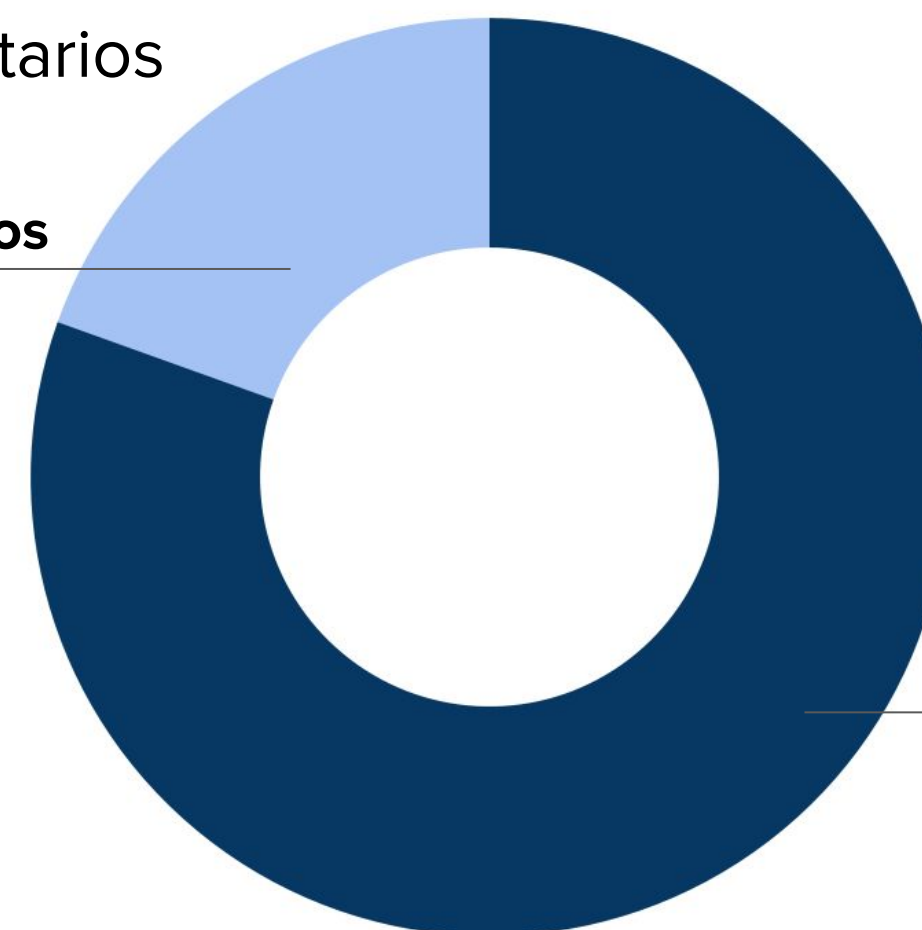
Mujeres
33%



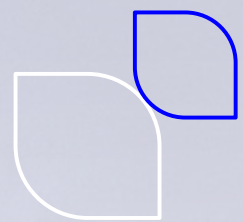
Hombres
67%

Grupos etarios

26 a 40 años
19%

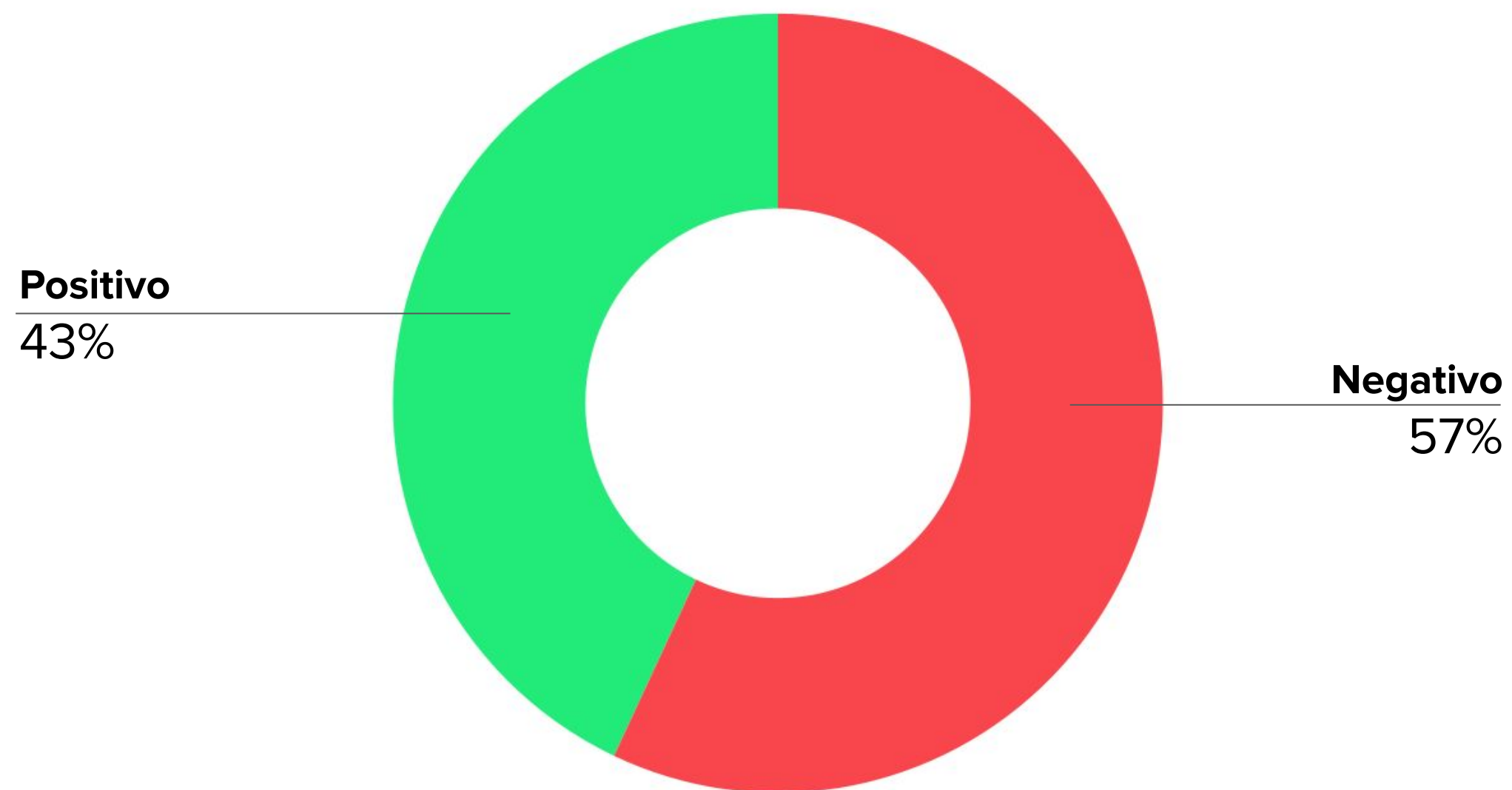


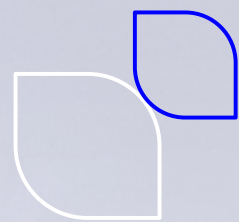
18 a 25 años
81%



SENTIMENT DIGITAL SOBRE JAVIER MILEI

Social listening





DESGLOSE DE POSITIVIDAD (43%) SOBRE JAVIER MILEI

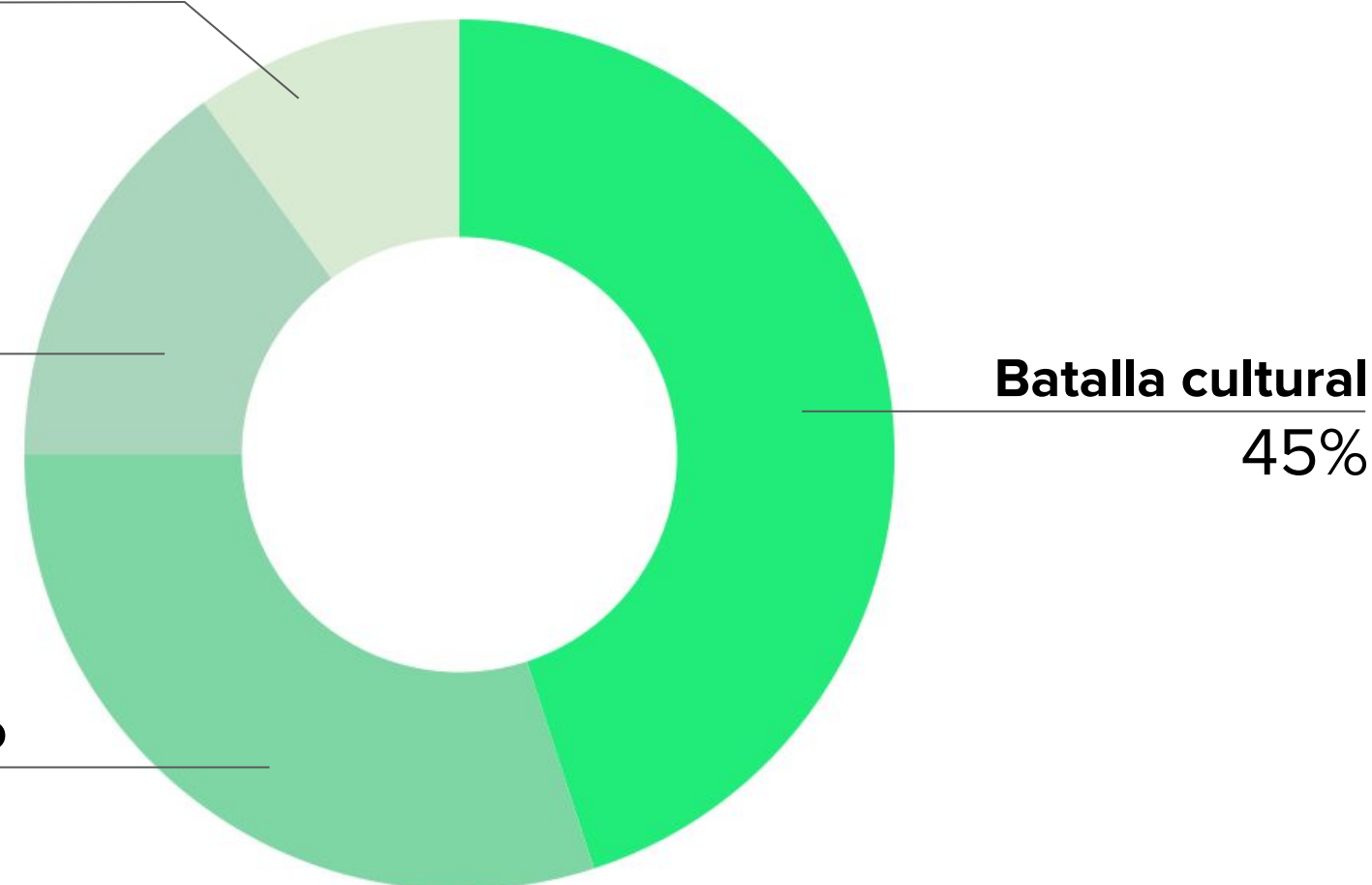
Social listening

- **Batalla cultural y respaldo ideológico:** defensa de la "moral como política de Estado" y confrontación contra los medios y la "casta".
- **Expectativa de crecimiento económico:** optimismo por el rumbo financiero, la estabilización y la perspectiva de futuras inversiones.
- **Soporte regional e internacional:** celebración de la figura presidencial como líder global de la "libertad".
- **Apoyo condicional:** respaldo basado en la confianza, pero sujeto a los resultados. Usuarios que validan el rumbo pero exigen soluciones para sostener su apoyo en el tiempo.

Apoyo condicional
10%

Soporte regional e internacional
15%

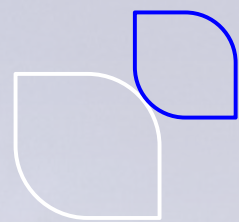
Expectativa de crecimiento económico
30%



Fuente: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. Elaboración propia sobre datos obtenidos mediante social listening con plataformas especializadas.

Universo: 889.000 publicaciones en X, TikTok, Facebook, Instagram y YouTube.

Fechas: 25 de mayo a 24 de junio de 2026. Usuarios de entre 18 y 40 años.



DESGLOSE DE NEGATIVIDAD (57%) SOBRE JAVIER MILEI

Social listening

- **Casos de corrupción:** las denuncias sobre Manuel Adorni por presunto enriquecimiento ilícito impactan de lleno en los reclamos de la audiencia hacia el presidente y su gestión.
- **Impacto social, deuda e inversión:** críticas por el aumento de deuda externa, el cierre de empresas y la precarización laboral.
- **Pérdida de “pureza”** y acuerdos políticos: descontento por negociaciones legislativas con la oposición para proteger funcionarios y replicar los comportamientos de “casta” que pregonaban combatir.
- **Precios y tarifas:** reproches sobre el costo de vida frente al discurso desregulador y la baja de impuestos que no se refleja en el bolsillo.

Precios y tarifas

15%

Pérdida de “pureza”

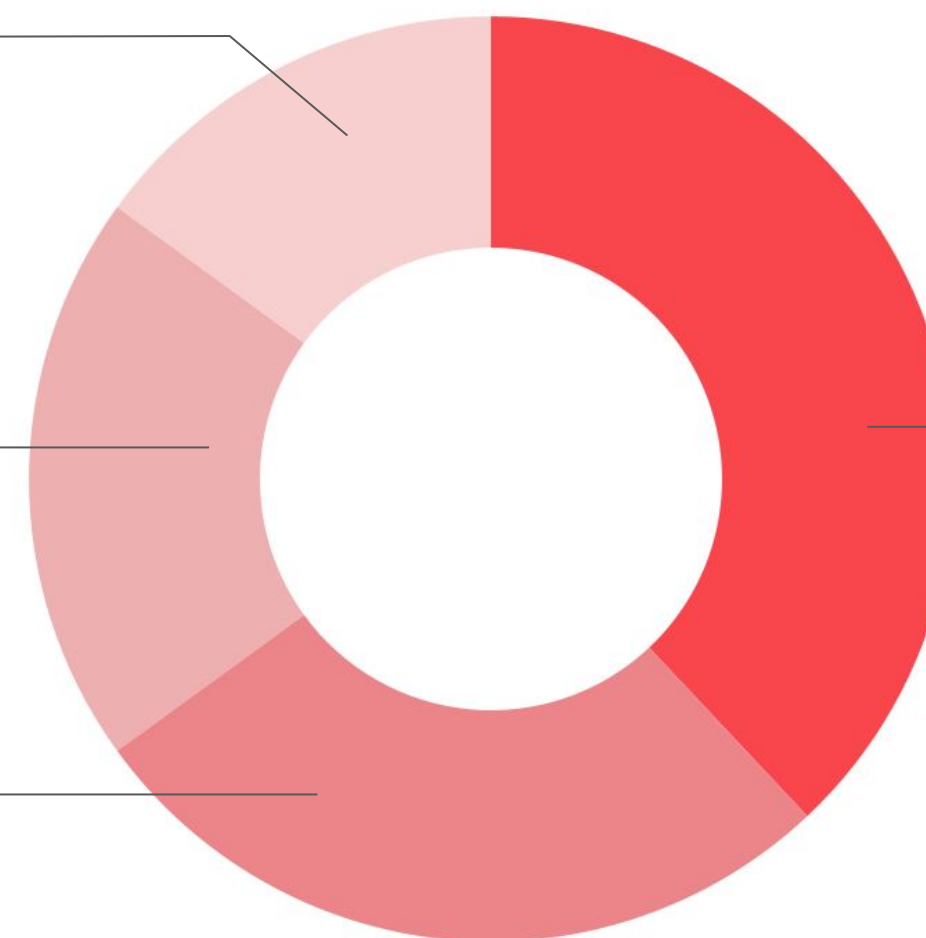
20%

Impacto social, deuda e inversión

27%

Casos de corrupción

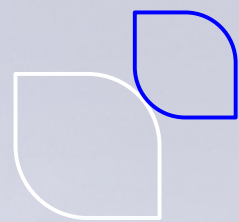
38%



Fuente: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. Elaboración propia sobre datos obtenidos mediante social listening con plataformas especializadas.

Universo: 1.181.000 publicaciones en X, TikTok, Facebook, Instagram y YouTube.

Fechas: 25 de mayo a 24 de junio de 2026. Usuarios de entre 18 y 40 años.



PRINCIPAL PROBLEMA DEL PAÍS

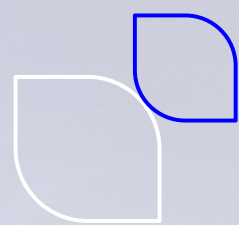
Encuesta

- El 44% identifica temas económicos como principales problemas del país.
- La preocupación más importante para los jóvenes de 18 a 24 años es el desempleo (22%) mientras que el problema más importante para los jóvenes de 25 a 35 años es la corrupción (28%).
- El 54% de los jóvenes que señala la corrupción como el principal problema, se identifica con LLA

FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

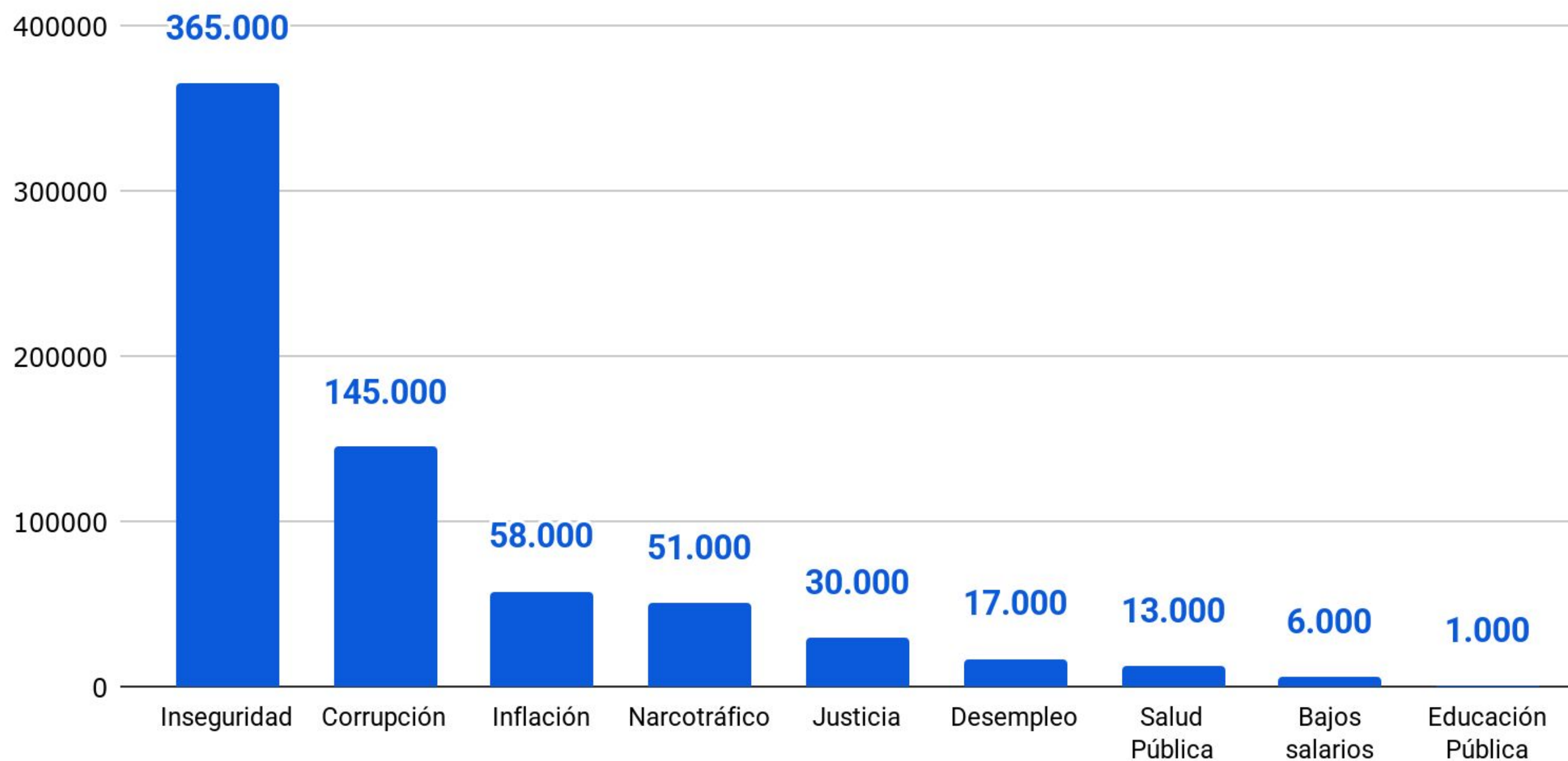
“¿Cuál crees que es el principal problema que enfrenta el país?”

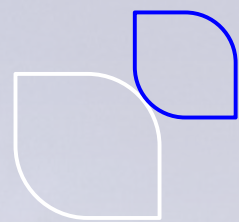
	%
La corrupción	21
Los bajos salarios	18
El desempleo	16
La inflación	10
La inseguridad	7
El mal funcionamiento de la justicia	7
La baja calidad de la educación	6
La droga y el narcotráfico	6
La baja calidad de la salud pública	2
Otro problema	4
No sabe/ no contesta	3



PROBLEMÁTICAS SOCIALES CON MÁS MENCIONES

Social listening



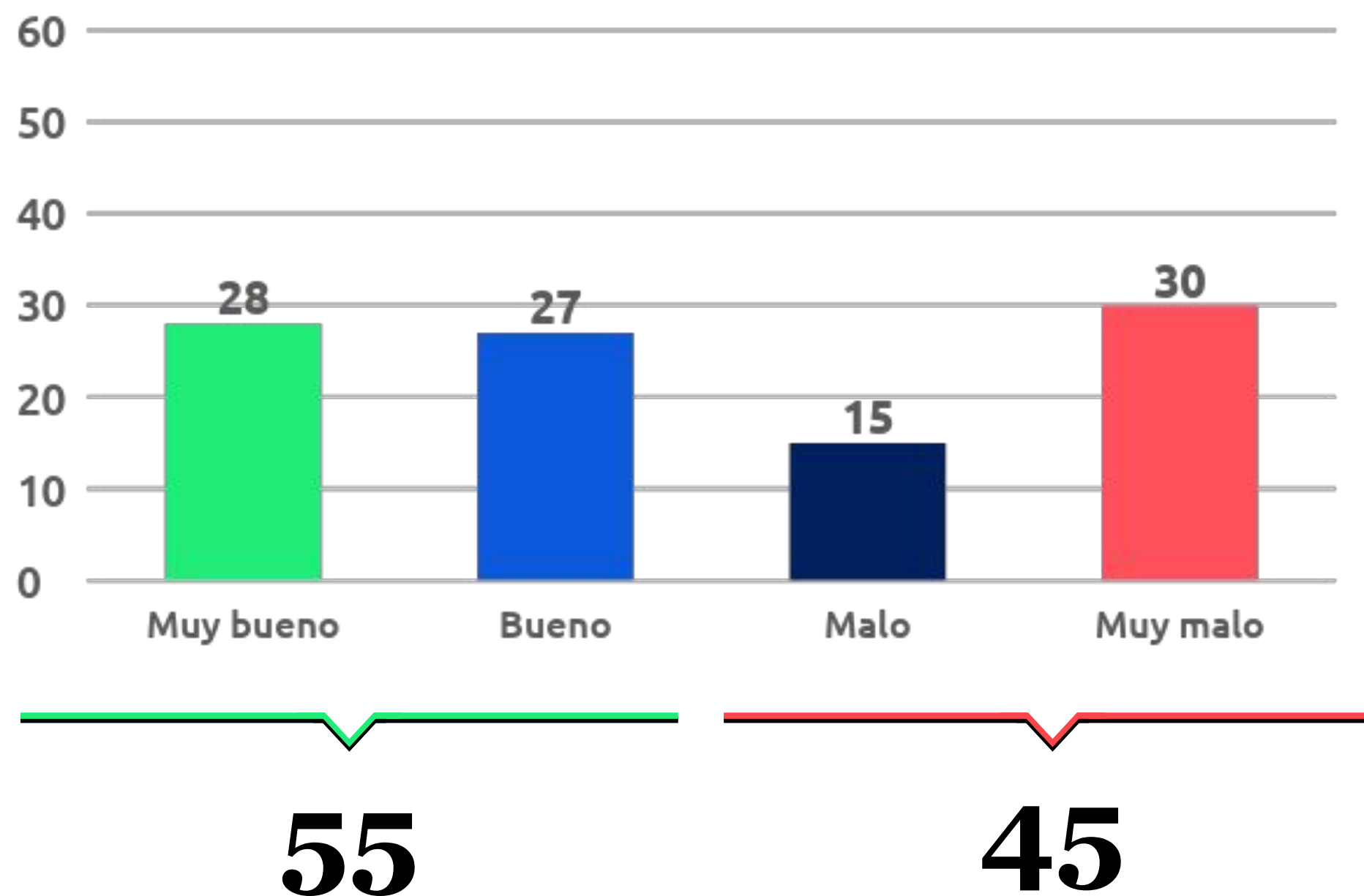


COMBATE A LA INFLACIÓN

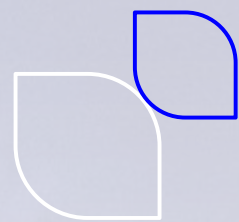
Encuesta

→ El 61% de los hombres y el 46% de las mujeres evalúan positivamente el trabajo de Milei para reducir la inflación.

“¿Cómo calificarías el trabajo que está haciendo Javier Milei para reducir la inflación?”



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



PERCEPCIÓN DIGITAL SOBRE LA INFLACIÓN

Social listening

- **Desconfianza en los datos del INDEC:** escepticismo sobre los datos oficiales y quejas por falta de alivio real en los gastos cotidianos.
- **Recesión económica:** los usuarios críticos argumentan que la desaceleración de precios no es un éxito, sino una "paz de los cementerios" provocada por la licuación de los salarios y el estancamiento del consumo.
- **Celebración y capitalización política:** el sector oficialista defiende la gestión económica ponderando al presidente como artífice de la baja inflacionaria, el superávit fiscal y el orden macroeconómico.
- **Contraste con el kirchnerismo:** un 12% valida los resultados actuales contrastándolos positivamente con la herencia recibida del gobierno anterior.

Contraste con el kirchnerismo

12%

Celebración y capitalización política

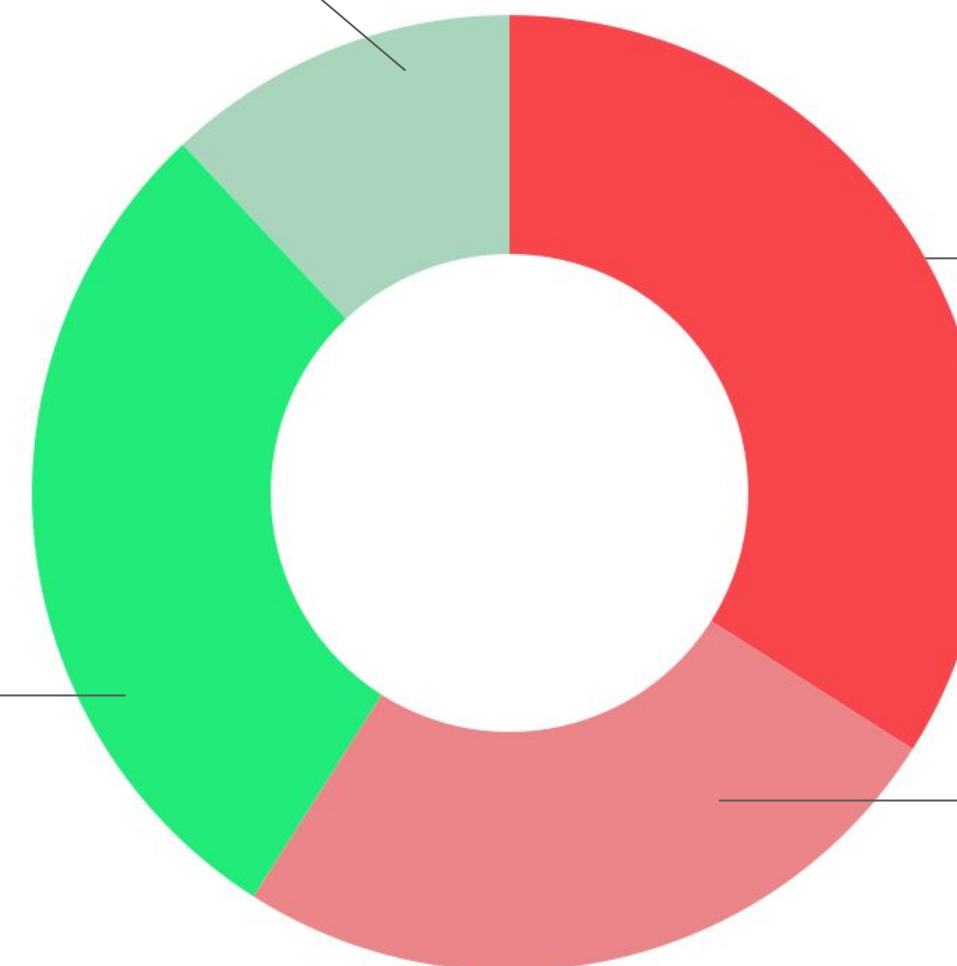
29%

Desconfianza en los datos

34%

Recesión económica

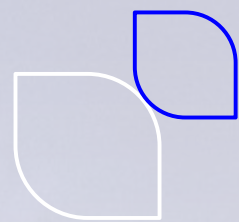
25%



Fuente: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. Elaboración propia sobre datos obtenidos mediante social listening con plataformas especializadas.

Universo: 58.000 publicaciones en X, TikTok, Facebook, Instagram y YouTube.

Fechas: 25 de mayo a 24 de junio de 2026. Usuarios de entre 18 y 40 años.

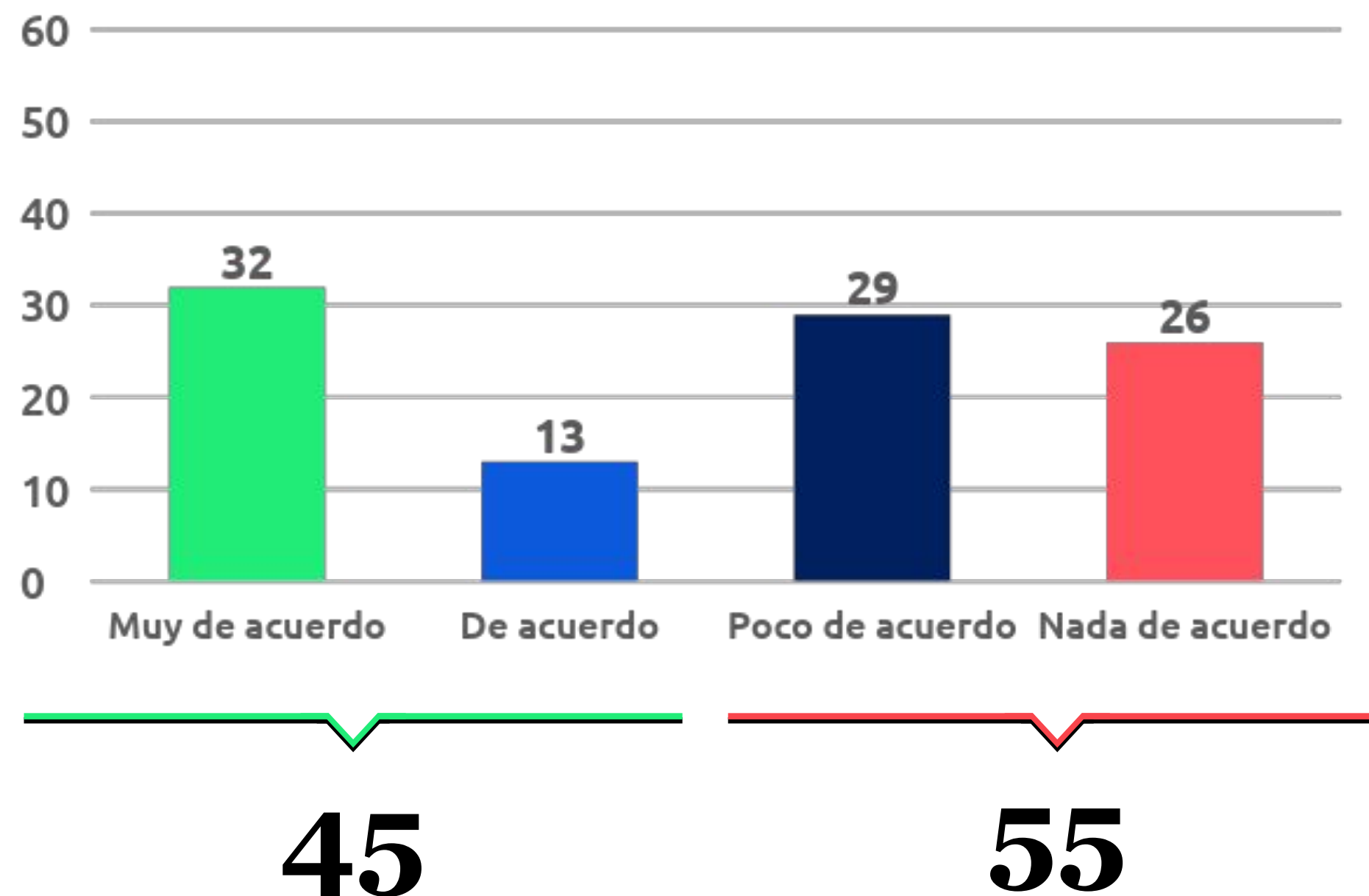


PERCEPCIÓN DE CORRUPCIÓN EN EL GOBIERNO NACIONAL

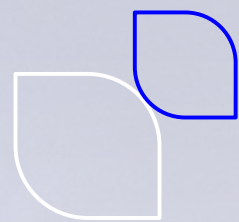
Encuesta

“Algunos dicen que el gobierno de Javier Milei es corrupto, ¿cuán de acuerdo estás con esa frase?”

- El 15% de las personas que votó a Milei y el 96% que votó a Massa en el balotaje en 2023 consideran que el gobierno de Milei es corrupto.
- La corrupción es el tema que más preocupa a los jóvenes que se identifican con la LLA, pero el 96% de de ellos no cree que el gobierno sea corrupto.
- El 80% de quienes están decepcionados con el gobierno de Milei, está de acuerdo con esta frase.



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

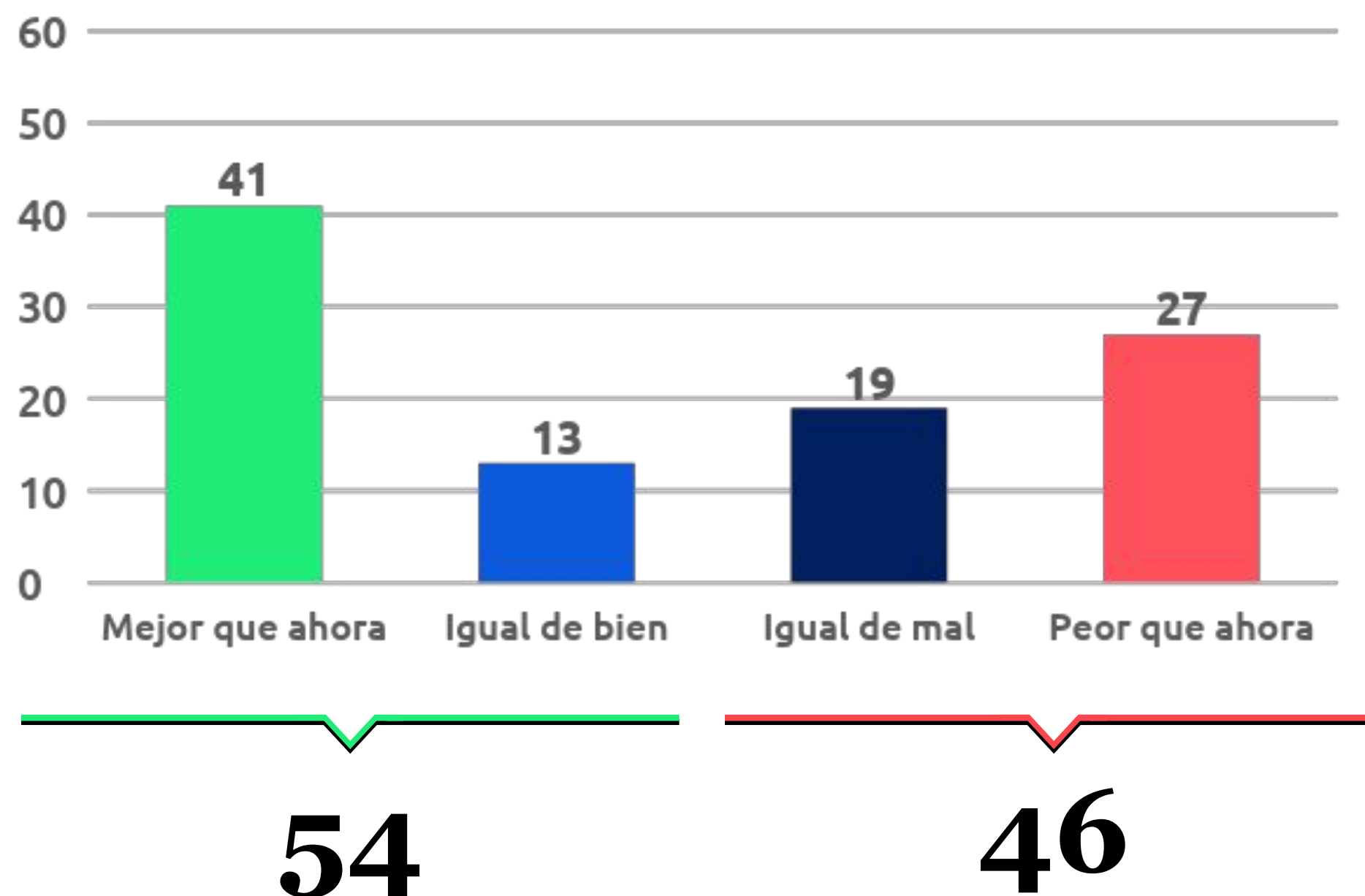


EVALUACIÓN PROSPECTIVA DEL PAÍS

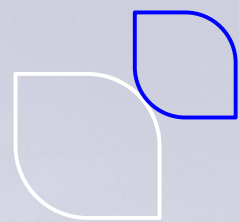
Encuesta

“¿Cómo creés que va a estar la economía del país de acá a un año, mejor que ahora, igual de bien, igual de mal o peor que ahora?”

- El 62% de los hombres y el 48% de las mujeres jóvenes expresan optimismo sobre el devenir económico.
- El 77% de los jóvenes con menor nivel educativo creen que la economía va a mejorar mientras que la mayoría de los jóvenes con mayor nivel educativo (59%) opina que va a estar peor.



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



ACTITUD FRENTE A LA SITUACIÓN DEL PAÍS

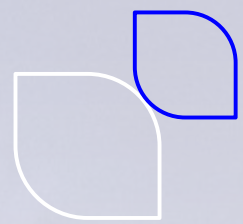
Encuesta

“Frente a la situación del país, ¿con cuál de las siguientes frases te sentís más identificado?”

→ El 43% de los jóvenes es más bien indiferente o prefiere aislarse al considerar la situación del país.



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

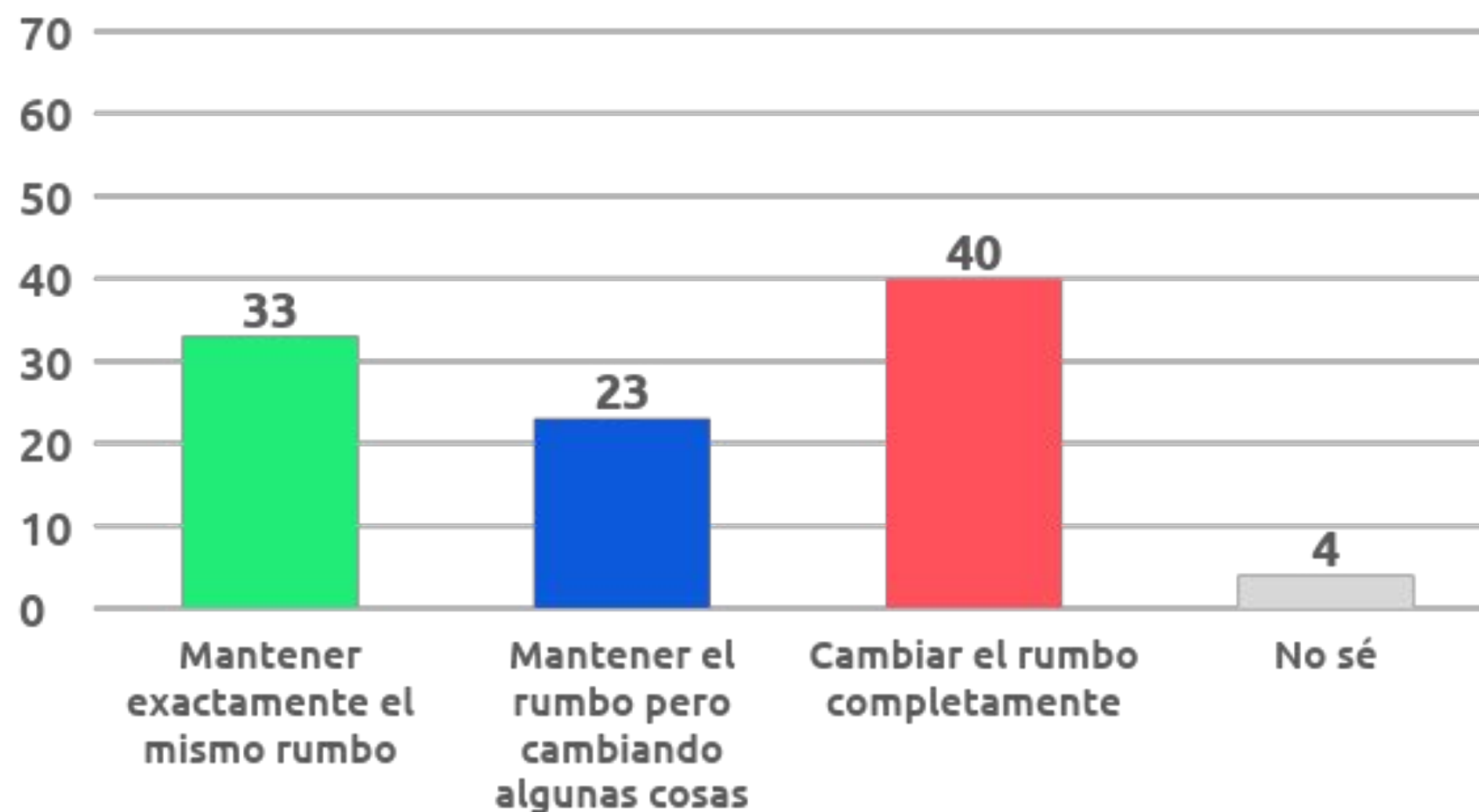


PREFERENCIA ELECTORAL EN 2027

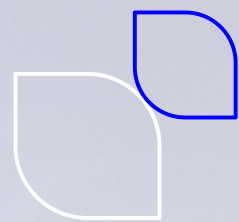
Encuesta

“Pensando en las elecciones presidenciales del año que viene, si fueras a votar hoy, ¿votarías para mantener el rumbo actual o votarías para cambiar?”

- El 56% de los jóvenes prefiere mantener el rumbo, comparado con el 40% que prefiere cambiarlo y el 4% restante que aún no sabe.
- El 47% de las mujeres y el 31% de los hombres desea cambiar de rumbo.



FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.



IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA

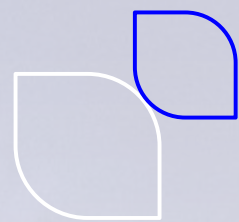
Encuesta

- El 42% de los jóvenes de entre 18 y 24 años no se identifica con ningún Partido.
- Los jóvenes entre 25 y 35 años (46%) se identifican más con LLA que los jóvenes de 18 a 24 años (30%).
- Entre quienes no se identifican con ningún partido, el 61% evalúa negativamente la gestión de Javier Milei.
- El 47% de los varones y el 30% de las mujeres se identifican con LLA.

FUENTE: Reyes Filadoro y Enter Comunicación. 643 casos relevados del 8 al 13 de junio de 2026 a nivel nacional, a través de encuestas online y coincidentales. Mde +/- 3,9%, para un nivel de confianza del 95%, suponiendo una muestra probabilística. NOTA: la sumatoria de los porcentajes puede no dar 100 por cuestiones de redondeo.

“¿Con cuál de los siguientes espacios políticos te sentís más identificado?”

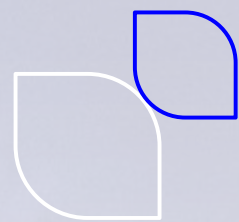
	%
La Libertad Avanza	39
Peronismo/ kirchnerismo	24
El PRO	1
La UCR	1
Izquierda de los trabajadores	7
Otro espacio	2
Ninguno	26



FUNCIONARIOS DEL GOBIERNO CON MAYOR CANTIDAD DE MENCIONES

Social listening

- | | | |
|----|------------------------------|--|
| 01 | LUIS CAPUTO | +289 mil menciones realizadas por 171 mil usuarios únicos |
| 02 | PATRICIA BULLRICH | +287 mil menciones realizadas por 170 mil usuarios únicos |
| 03 | KARINA MILEI | +175 mil menciones realizadas por 97 mil usuarios únicos |
| 04 | FEDERICO STURZENEGGER | +165 mil menciones realizadas por 91 mil usuarios únicos |
| 05 | SANTIAGO CAPUTO | +108 mil menciones realizadas por 60 mil usuarios únicos |



FUNCIONARIOS DEL GOBIERNO

SENTIMENT DIGITAL

Social listening

43%

Usuarios que celebran el logro y sostenimiento del superávit fiscal, la baja de la inflación y la estabilización de las variables macroeconómicas.



Los reproches se concentran sobre el impacto del ajuste en la clase media y jubilados, además de cuestionamientos respecto a los niveles de deuda.

57%

36%

Respaldan su autonomía de opinión para marcar disidencias constructivas ante las decisiones gubernamentales.



Se estructuran en torno a cuestionamientos a su trayectoria política, reproches sobre sus gestiones en Seguridad y reprobación por las tensiones expuestas dentro del oficialismo.

64%

37%

Están impulsados por militantes y cuentas afines que la celebran como un pilar fundamental e inquebrantable de lealtad para el presidente.



Cuestionamientos hacia su rol en el "triángulo de hierro", reclamos recurrentes por la falta de transparencia en la gestión pública y sospechas de corrupción.

63%

37%

Respaldo activo sobre las medidas orientadas a reducir la burocracia estatal y la simplificación de trámites normativos como un pilar modernizador del gobierno.



Reproches de usuarios que asocian sus medidas de reforma y desregulación con la pérdida de derechos laborales o perjuicios directos sobre la industria nacional.

63%

32%

Militancia digital que blinda su figura frente a las críticas opositoras y de la prensa, manifestando absoluta confianza en su rol como estrategia y validando el rumbo político del Gobierno.



Las críticas se concentran en cuestionar su alta influencia sin cargo formal, reclamos por el manejo de fondos reservados de la SIDE y su control sobre el ecosistema de "trolls" oficialistas.

68%

ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN HASTA EL RECAMBIO EN LA JEFATURA DE GABINETE

Social listening

11%

Núcleo minoritario de militancia digital que adjudica las denuncias a operaciones de la prensa, desacreditando las acusaciones para blindar la figura del funcionario.



Predominan duros cuestionamientos dirigidos a investigar el origen de su fortuna y un generalizado descontento de la audiencia que exigía su inmediata renuncia.

89%

+2.067.000 menciones

realizadas por +1 millones de usuarios únicos

34%

El ecosistema oficialista valida su alineamiento estratégico con el Gobierno Nacional y celebra sus declaraciones públicas donde defiende los proyectos de ley o sale al cruce contra el kirchnerismo.



Rechazo por su trayectoria y cambios de espacio político, asociándolo a la dirigencia tradicional, o decepción por su alianza con el oficialismo al recordarle antiguos cuestionamientos del propio presidente en redes.

66%

+29.700 menciones

realizadas por 18 mil usuarios únicos

En medio de los escándalos por presunto enriquecimiento ilícito, **Manuel Adorni sostuvo un crecimiento exponencial** en el registro de keywords relacionadas a su nombre y cargo, alcanzando en la conversación digital un protagonismo **semejante al del presidente** de la Nación. En contraposición, **Diego Santilli**, la persona ungida para reemplazarlo en su rol de jefe de Gabinete, durante los 30 días previos a su potencial designación, **mantuvo un promedio de apenas 990 menciones** diarias, es decir, números equivalentes a un dirigente de **bajo perfil dentro del ecosistema de redes**.



REYES | FILADORO
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

[**contacto@reyesfiladoro.com**](mailto:contacto@reyesfiladoro.com)

[**www.reyesfiladoro.com**](http://www.reyesfiladoro.com)

Enter
COMUNICACIÓN

[**contacto@entercomunicacion.com.ar**](mailto:contacto@entercomunicacion.com.ar)

[**www.entercomunicacion.com.ar**](http://www.entercomunicacion.com.ar)