



TRANSFORMANDO
GUERRERO
GOBIERNO DEL ESTADO
2021 - 2027



**CONSEJO
GUERRERO**
CONSEJO DE POLÍTICAS PÚBLICAS
DEL ESTADO DE GUERRERO

Paquete Económico 2026

IV. Impactos en la juventud mexicana

IV.1. Análisis para el Estado de Guerrero



**CONSEJO
GUERRERO**



TRANSFORMANDO
GUERRERO
GOBIERNO DEL ESTADO
2021 - 2027



**CONSEJO
GUERRERO**
CONSEJO DE POLÍTICAS PÚBLICAS
DEL ESTADO DE GUERRERO

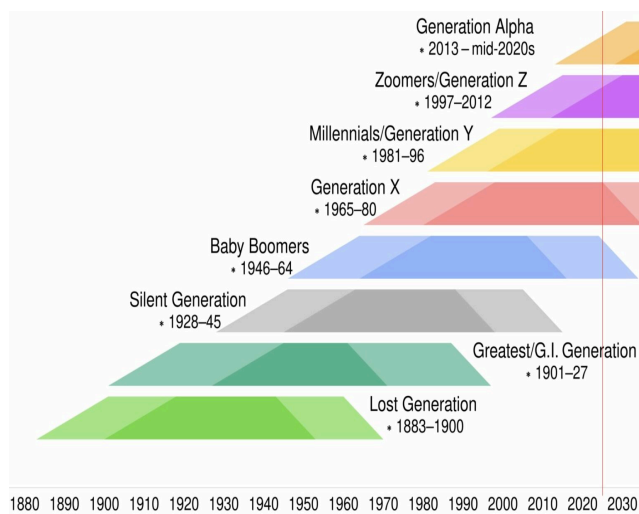
Índice

I. Introducción	3
II. Rol Global de la Generación Z	3
2.1. Combate al Cambio Climático	4
2.2. Igualdad Sustantiva de Género, Tolerancia Multicultural y Multiétnica	5
2.3. Desarrollo de Nuevas e Innovadoras Tecnologías	6
III. El Caso Específico en México y el Paquete Económico 2026	7
3.1. Introducción	7
3.2. Impacto en los Jóvenes Centennials (Gen Z)	7
IV. Análisis para el Estado de Guerrero	11
4.1. La Juventud de Guerrero: Un Motor de Cambio y Desafío Social	11
4.2. Generación Z en Guerrero: El Impacto Político y la Búsqueda de Nuevas Ideologías	11
4.3. Acciones Estratégicas para Guerrero	13
Bibliografía	16

I. Introducción

La *Generación Z* (*Gen Z*, *centennials* o *zoomers*), compuesta por individuos nacidos aproximadamente entre **1997 y 2012**, se ha consolidado como un actor internacional significativo, siendo la *demografía regional líder en América Latina* con alrededor de **169 millones de jóvenes**, representando el **25%** de la población regional.

Globalmente representan el **25%** de la población mundial, caracterizándose por ser *nativos digitales* y poseer un alto grado de activismo político y social, lo que redefine la formulación de nuevas políticas a través de su intensa participación en redes sociales.



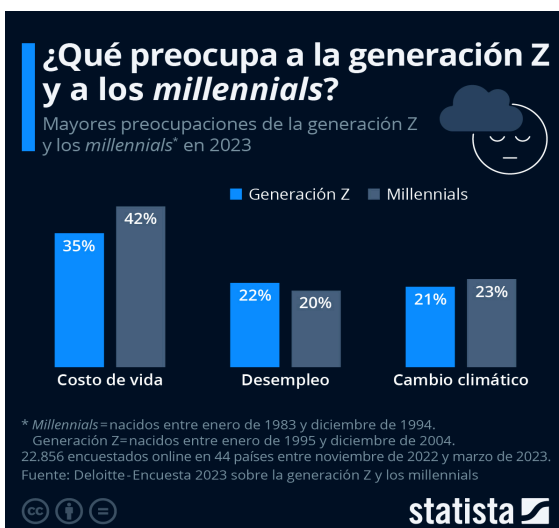
Gráfica: Generaciones a través de los años.

La diferencia de edad entre generaciones es clara: la Generación Z está, en promedio, unos **16 años** por detrás de los Millennials y alrededor de **32 años** por detrás de la Generación X; **es la brecha que separa a gente joven de quienes ya están en la mediana edad o más allá.**

Fuente: [El nuevo escenario y las distintas generaciones » Enrique Dans](#)

II. Rol Global de la Generación Z

La Gen Z ha crecido inmersa en un mundo de incertidumbre marcado por la pandemia de COVID-19, el cambio climático y problemas socioeconómicos, lo que ha fomentado un esquema de valores centrado en la *moralidad y la justicia social*. Utilizan plataformas digitales como Twitter, Instagram y TikTok no solo para comunicarse, sino como herramientas poderosas para el empoderamiento y el activismo.



Gráfica: Preocupaciones de los centennials y millennials.

Los centennials y millennials comparten preocupaciones sobre temas fundamentales que se discuten en la actualidad, donde se prioriza la estabilidad financiera, el éxito profesional y la concientización sobre el medio ambiente.

Fuente: [Gráfico: ¿Qué preocupa a la generación Z y a los millennials? | Statista](#)

TENDENCIA DE LA “GENERACIÓN Z”

Preferencia de redes sociales en adolescentes de 13 a 17 años, asocian a facebook con la generación de sus padres.



Gráfica: Tendencias de centennials en redes sociales.

Los centennials demuestran un claro *favoritismo* a las plataformas digitales *de contenido audiovisual que captan inmediatamente su atención con estímulos visuales en un corto lapso de tiempo*.

A su vez, se observa una tendencia a la *baja* sobre aquellas redes sociales cuyo contenido se aprecia a través de la lectura y el análisis, lo que presenta un claro *rechazo a la lectura en esta generación*.

Fuente: [Infografía: Generación Z migra a plataformas como Youtube y Tik Tok - Ariapsa - Diseño de páginas web México](#)

2.1. Combate al Cambio Climático

El cambio climático es una de las mayores preocupaciones para la Gen Z. Esta generación se destaca por sus altos niveles de activismo y compromiso en redes sociales con el tema.

- 1) Valores y Consumo:** Los zoomers están dispuestos a pagar más por marcas que actúen de manera sustentable (**69%**) y esperan ver compromisos de sostenibilidad por parte de empresas y organizaciones.

Hay una fuerte inclinación hacia el consumo socialmente responsable, priorizando la disminución del consumo y las conductas frugales como medidas más contundentes que el reciclaje o la compra de "marcas verdes".

- 2) Activismo en Redes:** La Gen Z se moviliza en torno al clima, con ejemplos de movimientos estudiantiles y protestas mundiales. El segmento conocido como Gen We (enfocado en el colectivo) usa las redes para organizarse y promover el cambio positivo en sostenibilidad.

Me to We

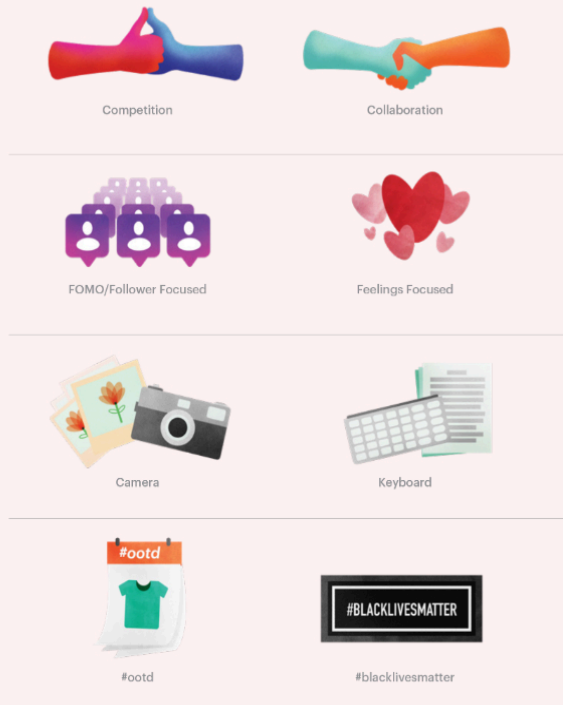


Imagen: De la individualidad a la colectividad.

La primera vertiente de la Gen Z llamada **Me (izquierda)** prioriza la individualidad sobre la colectividad, por lo que la competición es el vehículo para lograr el éxito personal.

Mientras que la segunda vertiente llamada **We (derecha)**, se encuentra más comprometida socialmente, priorizando la colaboración, los sentimientos, la escritura, las reivindicaciones sociales, el empoderamiento colectivo y la creación para conseguir la realización personal.

Como ejemplo: Los consumidores de esta generación invierten más dinero en comida **(24%)** que en ropa **(20%)**. ¿El motivo? *Cuidar su cuerpo y mente es esencial para este grupo de consumidores, que sufre altos niveles de estrés y ansiedad.*

Fuente: [Gen Me y gen We: las dos vertientes de la generación Z | iTREND Blog](#)

2.2. Igualdad Sustantiva de Género, Tolerancia Multicultural y Multiétnica

La Gen Z se interesa en pertenecer a una comunidad *inclusiva y solidaria*. Han crecido en la generación con *mayor diversidad étnica de la historia* y valoran la singularidad.

- 1) Tolerancia y Equidad:** *Los valores de libertad y tolerancia puntúan alto en la Gen Z mexicana de clase media-alta.*

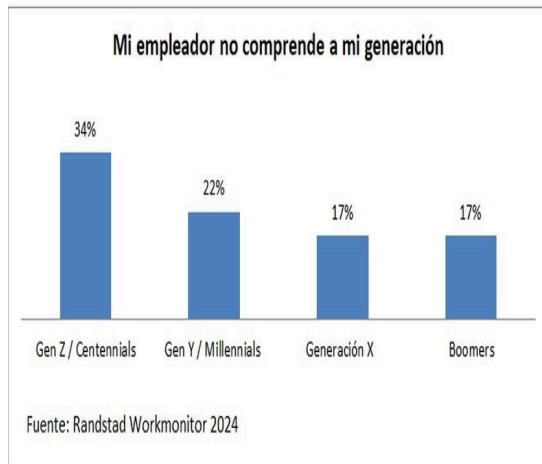
Consideran que la paz social se logra con la aceptación y el respeto hacia otros estilos de vida y reconocen que la diversidad de creencias enriquece a la sociedad.

- 2) Inclusión en el Ámbito Laboral y Empresarial:** Buscan empleadores que promuevan la inclusión y la igualdad de oportunidades en todos los aspectos, incluyendo políticas de empresa y contrataciones.

Muestran un gran interés por apoyar a organizaciones que no explotan a sus empleados ni discriminan por género, religión o raza.

El segmento *Gen We* promueve activamente la aceptación y la inclusión, enfocándose en los derechos étnicos y de género, y la protección de los derechos de las personas LGBTQ+.

- 3) Activismo y Redes:** Utilizan las redes para confrontar temas sociales. Las mujeres de esta generación tienden a puntuar ligeramente más alto en valores de sostenibilidad que los hombres.



Gráfica: El 34% de la Generación Z se siente incomprendida en su trabajo, el doble que los X y Baby Boomers.

La compañía de talento *Randstad* presentó nuevos resultados de su último estudio *Workmonitor (2024)*, que revela las expectativas, estados de ánimo y comportamiento de los trabajadores en **34 países**.

Del informe surge que el **34%** de los Centennials asegura sentirse *incomprendido en su lugar de trabajo*.

Fuente: [TOTALMEDIOS -El 34% de la Generación Z se siente incomprendida en su trabajo, el doble que los X y Baby Boomers](#)

2.3. Desarrollo de Nuevas e Innovadoras Tecnologías

Al ser nativos digitales, la tecnología es inherente a la Gen Z. Utilizan la tecnología no solo para el consumo y la comunicación, sino como un motor de innovación.

- 1) Prioridad Tecnológica:** Dos de cada cinco zoomers en América Latina invierten en las últimas tecnologías porque creen que les ahorra tiempo y mejoran su vida.

Prefieren carreras relacionadas con tecnología, ingeniería o matemáticas.

- 2) Innovación en el Ámbito Laboral:** La Gen Z aporta habilidades disruptivas. Su espíritu independiente y emprendedor ha dado lugar a muchas *startups* y *pequeños emprendimientos*, en su mayoría digitales, que usan las redes sociales.

Se espera que utilicen la tecnología para encontrar soluciones innovadoras a los problemas ambientales, incluyendo el desarrollo de nuevas aplicaciones y tecnologías verdes.

En cuanto a las habilidades futuras, valoran la gestión de proyectos y el análisis crítico, así como competencias técnicas como la Inteligencia Artificial (IA) y el manejo de macrodatos.



Gráfica: Espíritu emprendedor en la Generación Z.

El gráfico revela el fuerte sentido de emprendimiento y autonomía que persiguen la mayoría de los emprendedores centennials.

El **68%** de los encuestados concuerdan que iniciaron su negocio persiguiendo la *autonomía financiera, laboral y profesional*, pues no pretenden ejercer el perfil de trabajador tradicional que funciona bajo un esquema jerárquico establecido.

Fuente: [Is Gen Z the Entrepreneurial Generation? Data + Insight from the Generation](#)

III. El Caso Específico en México y el Paquete Económico 2026

3.1. Introducción

El Paquete Económico 2026 fue presentado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) al Congreso Federal el 8 de septiembre de 2025 y es el primero elaborado íntegramente por la administración de la Presidenta Claudia Sheinbaum.

Este paquete se enfoca en mantener la estabilidad macroeconómica y responder a las necesidades sociales, alineado con los principios del *Humanismo Mexicano*, que busca fomentar el *progreso con justicia y retribuir deudas históricas con el pueblo*.

3.2. Impacto en los Jóvenes Centennials (Gen Z)

El PE 2026 afecta a los jóvenes mexicanos a través de sus prioridades de gasto y las medidas fiscales propuestas.

- 1) Programas Sociales y Oportunidades Educativas:** El paquete concentra casi el **10%** del gasto total en 16 programas sociales prioritarios, con un aumento real del **14.1%** respecto al año anterior.

Programas con aumentos presupuestales que impactan a la Gen Z incluyen:

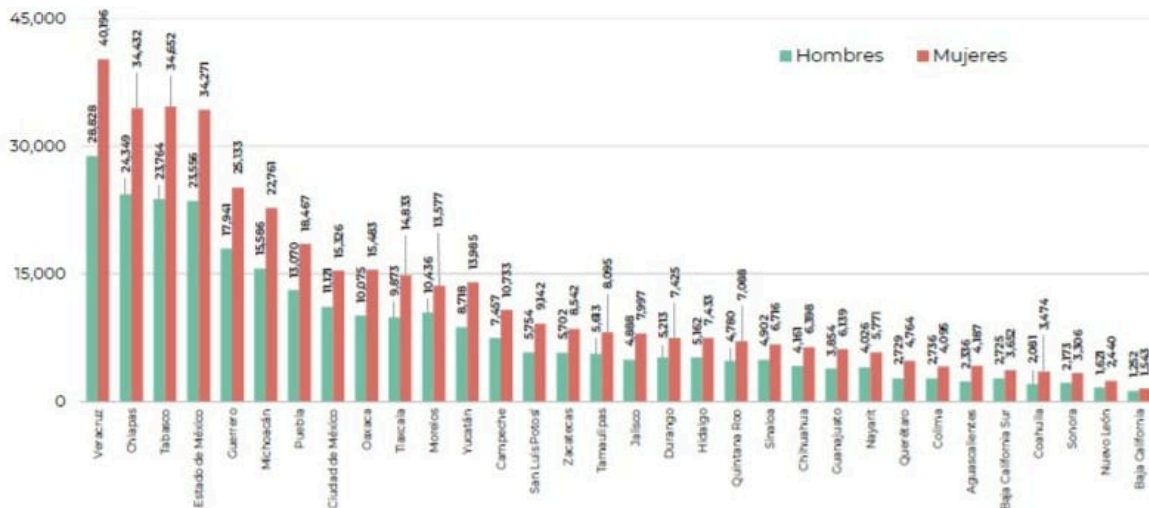
- *Beca Rita Cetina* (con un aumento real del 58.6% y parte del Anexo 31 para la Consolidación de una Sociedad de Cuidados);
- *Beca Nivel Medio Superior*;

- *Beca Nivel Superior Jóvenes Escribiendo el Futuro, y*
- *Jóvenes Construyendo el Futuro.*



**GOBIERNO DE
MÉXICO**

JÓVENES CONSTRUYENDO EL FUTURO
PERSONAS BENEFICIADAS POR SEXO Y ENTIDAD FEDERATIVA
(Del 1 de abril de 2022 al 31 de marzo de 2023)



Gráfica: Distribución de Personas Beneficiadas por Sexo y Entidad Federativa del programa Jóvenes Construyendo el Futuro durante el periodo del 1 de abril de 2022 al 31 de marzo de 2023.

Es un histograma que presenta, para cada una de las 32 entidades federativas, el número de beneficiarios separados por sexo (Hombres en verde y Mujeres en rojo/naranja), ilustrando el alcance del programa a nivel subnacional y la participación de género.

La suma de las columnas indica que las mujeres **(52.6%)** son ligeramente más beneficiadas que los hombres **(47.4%)** en el periodo analizado, con un total de aproximadamente **278,989** beneficiarios.

Guerrero se posiciona como una de las entidades con un alto número total de beneficiarios **(34,271)**, solo superado por Veracruz (40,196), Chiapas (34,652), Tabasco (34,432) y el Estado de México (28,628).

- **Guerrero:** El total de beneficiarios está compuesto por **17,541 hombres y 16,730 mujeres.**

Es notable que en Guerrero, a diferencia del promedio nacional donde las mujeres superan ligeramente a los hombres, la participación de los hombres es mayor que la de las mujeres, lo que podría reflejar las prioridades de

focalización del programa en regiones con mayor rezago social e inseguridad, donde buscan integrar a jóvenes varones al mercado laboral.

- **Entidades con Mayor Concentración:** Veracruz, Chiapas, Tabasco, Estado de México y Guerrero concentran la mayor cantidad de beneficiarios, superando significativamente las **28,000** personas cada uno.

Esto concuerda con la estrategia de focalización del programa en zonas con mayor rezago social y altos índices de inseguridad.

- **Entidades con Menor Concentración:** En contraste, entidades como Baja California Sur (**3,474**), Nuevo León (**1,623**) y Baja California (**1,243**) tienen los menores números de beneficiarios, con totales que no superan las **3,500** personas.

Estas entidades suelen tener menores índices de marginación y mejores indicadores de empleo juvenil, lo que se alinea con la estrategia de priorización del programa en el país.

2) **Impacto Fiscal y Financiero:** Aunque los programas sociales buscan beneficiar a la población, el paquete incluye medidas fiscales que han generado debate:

- **Aumento del IEPS a bebidas azucaradas:** Se contempla un incremento histórico al Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) aplicado a las bebidas azucaradas, pasando de **1.64 pesos por litro a 3.08 pesos**, casi un **100% más**.

Esta medida, justificada como acción de salud pública, ha sido criticada por tener un impacto directo en la economía de los hogares, un tema sensible para la Gen Z, quienes ya están preocupados por la inflación, el costo de vida elevado y su situación financiera.

- **Nuevos Gravámenes:** El Paquete Fiscal de 2026 fue criticado por contener *más de 26 impuestos nuevos o aumentos* a ya existentes, incluyendo reformas a la Ley Federal de Derechos para recaudar más de **157 mil millones de pesos**.

También se han propuesto medidas en el ISR e IVA para el sector de *plataformas digitales*, y se busca aplicar una tasa de retención del **20%** a personas morales que no proporcionen el RFC a plataformas tecnológicas.

CONTENIDOS MÁS CONSUMIDOS POR LOS JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS

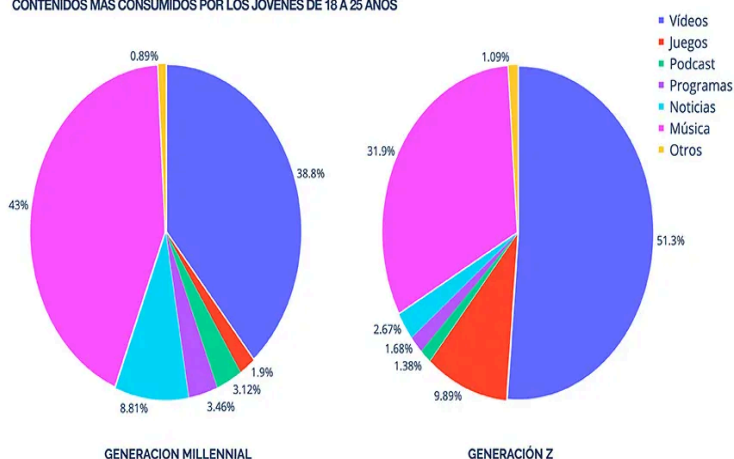


Gráfico: Contenido preferido de la Generación Z.

La Generación Z, caracterizada por ser nativos digitales, priorizan el contenido audiovisual (**61.9%**). Se prevé una fuerte repercusión en la economía de este sector, pues las plataformas digitales que ofrecen este contenido serán objeto de nuevos gravámenes tributarios.

Fuente: [Millennials y Generación Z: adiós a los mass media](#)

3) Coherencia con Valores de la Gen Z:

- **Salud y Bienestar:** El aumento del IEPS está alineado con la preocupación de la Gen Z por la salud y el bienestar, aunque la crítica recae en el impacto económico.
- **Justicia Social y Corrupción:** La administración actual busca fortalecer el combate a la corrupción y la evasión fiscal, temas que son de gran preocupación para la Gen Z mexicana.
- **Digitalización y Tecnología:** Se mantiene la política de fomento a la inclusión y educación financiera a través del uso de herramientas y plataformas digitales.

Las plataformas digitales son un entorno clave para la Gen Z, quienes buscan servicios basados en aplicaciones y transacciones en línea simples.



Imagen: Productos más consumidos por la Generación Z.

La Gen Z tiene una predilección por la salud, la realización profesional, la libertad laboral, la autonomía financiera y la digitalización. En contraste con generaciones pasadas, todas sus *ideologías son expresadas a través de las redes sociales*, lo que genera interacciones masivas entre diversos usuarios que navegan por el internet.

Fuente: [¿Por qué la generación Z no es fiel a las marcas? | GrupoGraphic Agencia](#)

IV. Análisis para el Estado de Guerrero

4.1. La Juventud de Guerrero: Un Motor de Cambio y Desafío Social

El Estado de Guerrero cuenta con una vasta población joven que constituye un pilar fundamental, pero a la vez, un importante desafío para la formulación de políticas y el desarrollo de nuevas ideologías.

1) Población juvenil en Guerrero

Según la información consolidada del *Censo de Población y Vivienda 2020* realizado por el *Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)*, la población en el rango de edad que abarca de los **12 a los 29 años** en Guerrero asciende aproximadamente a **1,072,133 personas**.

Dado que la población total del estado fue de **3,540,685** habitantes en 2020, este segmento joven, que incluye a adolescentes y jóvenes-adultos, representa cerca del **30.28% del total estatal**, superando ligeramente la media nacional de población joven.

Grupo de Edad (INEGI)	Total de Personas
12 a 17 años	410,317
18 a 24 años	405,625
25 a 29 años	256,191
Total Estimado (12-29 años)	1,072,133

4.2. Generación Z en Guerrero: El Impacto Político y la Búsqueda de Nuevas Ideologías

La concentración de este porcentaje de población en edad productiva y con alta capacidad de movilización genera un impacto significativo en la dinámica sociopolítica de Guerrero:

1) Agente de Transformación Ideológica

La juventud guerrerense, al vivir en un contexto marcado por la desigualdad socioeconómica y la inseguridad crónica, exige un *replanteamiento ideológico profundo*.

- **Política de la Demanda:** Este grupo impulsa una "política de la demanda" donde se privilegia la solución de problemas inmediatos como empleo, seguridad y educación de calidad sobre las lealtades partidistas.
- **Activismo y Nuevas Vías:** Ante la desconfianza en las instituciones políticas, la participación se vuelca hacia el activismo social, la defensa de los derechos humanos y la expresión en plataformas digitales, lo que facilita la formación de nuevas ideologías descentralizadas y fluidas que cuestionan el *statu quo*.

2) Presión para Políticas de Oportunidad y Desarrollo

La alta concentración de jóvenes, muchos de los cuales viven en situación de pobreza y vulnerabilidad, ejerce una presión directa para que las políticas públicas se centren en la movilidad social.

- **La Brecha de Oportunidades:** El rezago social en Guerrero significa que las políticas deben enfocarse en asegurar el ejercicio pleno de sus derechos económicos y educativos, como establece la propia Ley Número 688 de Personas Jóvenes del Estado de Guerrero.

El fracaso en garantizar un empleo digno y acceso a la educación superior tiene un costo social inmenso, pues deja a un *tercio de la población estatal sin vías formales de desarrollo*, haciéndolos vulnerables a la migración o a la cooptación por el crimen organizado.

- **Enfoque de Seguridad Humana:** La violencia social en Guerrero afecta de manera desproporcionada a la juventud. Por ello, las políticas de seguridad deben trascender el enfoque punitivo e integrar una perspectiva juvenil que aborde las causas estructurales de la violencia, ofreciendo alternativas de vida y desarrollo integral.

En conclusión, la magnitud de la población joven en Guerrero convierte sus necesidades y aspiraciones en el eje central para la estabilidad y la prosperidad futura del estado. *Su influencia no solo se manifestará en las urnas, sino en la reconfiguración de las ideologías y las prioridades de la agenda pública.*

4.3. Acciones Estratégicas para Guerrero

4.3.1. Análisis de la Infraestructura de Conectividad Digital en Guerrero

El análisis en México revela que el Estado de Guerrero enfrenta importantes *rezagos en infraestructura tecnológica* que impactan directamente en la vida de los jóvenes Centennials, una generación definida por la conectividad.

En 2023, Guerrero se encontraba entre las entidades con el menor porcentaje de hogares con internet **(53.9%)**, sólo superado por Oaxaca y Chiapas.

De manera similar, se ubicó entre los estados con los porcentajes más bajos de personas usuarias de teléfono celular **(74.5%)**. Esta baja penetración tecnológica representa una brecha digital significativa que limita las oportunidades académicas, laborales y de activismo de la Gen Z en la entidad.

Las principales preocupaciones de los jóvenes Centennials, según los hallazgos en los estudios, se centran en: salud mental, situación financiera, crimen y violencia, y la pobreza y desigualdad social.

4.3.2. Líneas Estratégicas para Abordar las Preocupaciones de los Jóvenes Centennials en Guerrero

1) Reducción Acelerada de la Brecha Digital y Acceso a la Tecnologías

- **Estrategia:** Priorizar la inversión en infraestructura de telecomunicaciones en Guerrero para aumentar la penetración de internet en los hogares y el uso de teléfonos celulares.

*El acceso a la tecnología es crucial, ya que el **96.7%** de los jóvenes mexicanos de 18 a 24 años son usuarios de internet a nivel nacional.*



- **Justificación:** La Gen Z requiere dispositivos y conectividad para su desarrollo académico y laboral, y para ejercer su activismo.

El acceso universal facilita la autodidaxia¹ y el uso de las redes como fuente de información.

¹ Proceso mediante el cual una persona adquiere conocimientos, habilidades y competencias por su propia iniciativa y esfuerzo, sin la guía directa de un docente o una institución educativa.

2) Fomento del Emprendimiento Digital y el Desarrollo de Habilidades Innovadoras

- **Estrategia:** Implementar programas de capacitación enfocados en habilidades de alta demanda tecnológica, como la gestión de proyectos, el análisis de datos, la IA y la creatividad.

Apoyar incubadoras de negocios y startups con enfoque digital.



- **Justificación:** La Gen Z es la generación más emprendedora y valora la creación de empresas propias.

Estos jóvenes buscan soluciones comunitarias a problemas sociales y ambientales a través del emprendimiento.

Desde el Consejo Guerrero impulsamos la formación de las y los jóvenes guerrerenses dentro de las disciplinas de las ciencias, tecnologías, ingenierías y matemáticas (STEM). Desde el fomento de la educación en las STEM a través de eventos científicos regionales, hasta publicaciones dirigidas a la niñez y juventud para orientarlos en el uso de la inteligencia artificial para investigación y usos recreativos.²

3) Inclusión de la Salud Mental y Bienestar en las Políticas Públicas

- **Estrategia:** Dada la alta prevalencia de ansiedad y estrés en la Gen Z y el agravamiento potencial por el entorno socioeconómico, se deben asignar recursos para fortalecer los servicios de salud mental accesibles, priorizando la atención a este grupo.



- **Justificación:** El bienestar emocional y psicológico es un pilar fundamental para esta generación.

Los programas deben enfocarse en abordar la ansiedad generada por la incertidumbre financiera y social.

² Para más información analiza nuestra publicación “**Enciclopedia para Jóvenes STEAM**” en nuestro blog oficial: [Consejo de Políticas Públicas del Estado de Guerrero - CONSEJO GUERRERO](https://www.consejoguerrero.gob.mx/)

4) Promoción de la Justicia Social y la Integridad Gubernamental

- **Estrategia:** Desarrollar mecanismos de transparencia y rendición de cuentas que involucren activamente a la juventud en la fiscalización de recursos públicos y el combate a la corrupción, una de sus principales preocupaciones.
- **Justificación:** La Gen Z exige coherencia y autenticidad, involucrándose activamente en temas de responsabilidad social y ética. Necesitan sentir que la sociedad mejora y que su funcionamiento tiene sentido.



5) Impulso a la Educación de Calidad y Oportunidades Laborales con Propósito

- **Estrategia:** Mejorar la calidad y disponibilidad de la información del sistema educativo para diseñar políticas efectivas y reducir el abandono escolar.

Asegurar que los jóvenes puedan acceder a oportunidades de desarrollo profesional, buscando flexibilidad laboral y un ambiente que comparta sus valores.



- **Justificación:** Los jóvenes Centennials priorizan el desarrollo personal y profesional y buscan que su trabajo sea un espacio de expresión moral, ecológica y existencial, más que solo acumulación.

Bibliografía

1. **Secretaría de Hacienda y Crédito Público.** *Paquete Económico 2026.*
2. **Amnistía Internacional en Chile.** (16 de octubre de 2025). "El movimiento Gen Z: Motivos por los que arriesgamos nuestras vidas para protestar".
3. **Americas Market Intelligence (AMI).** (s.f.). *6 tendencias de consumo entre la generación Z de América Latina.*
4. **Aristegui Noticias Network.** (s.f. - Contexto 2025). "Estos son algunos de los impuestos que subirán el próximo año en México".
5. **Ávila, Maricarmen.** (20 de octubre de 2025). "Hay una generación que es más propensa a caer en fake news, ¿estás en la lista?". *El Sol de Puebla* (Organización Editorial Mexicana).
6. **Bayona Hernández, Erika Milena.** (10 de marzo de 2023). *La "Generación Z" (Centennials), su Aporte a la Innovación Tecnológica en la Planeación del Recurso Humano de las Pequeñas y Medianas Empresas.* (Ensayo de Especialista en Alta Gerencia). Universidad Militar Nueva Granada.
7. **Centro de Investigación Económica y Presupuestaria (CIEP).** (11 de septiembre de 2025). *Implicaciones del Paquete Económico 2026.*
8. **Cifuentes, Nora** (EFE-Reportajes). (s.f.). "El 'barebacking', cuando la generación Z decide prescindir de los dispositivos cuando viaja". *Vanguardia.*
9. **Coalición ContraPESO.** (s.f.). *EL IMPACTO POSITIVO DEL IMPUESTO ESPECIAL SOBRE PRODUCCIÓN Y SERVICIOS (IEPS) A LAS BEBIDAS AZUCARADAS.*
10. **Contreras Domínguez, Marianela.** (septiembre-diciembre de 2021). "La exposición de redes sociales en tiempos de pandemia y su impacto en los jóvenes mexicanos". *Razón y Palabra*, 25(112), 491-514.
11. **CSR Staff / CSR Consulting.** (6 de agosto de 2025). *Impuestos Ambientales en México – Guía 2025.*
12. **DossierNet / Editorial Dossier S.A.** (s.f.). "Consumo responsable: una de las principales preocupaciones de la Generación Z".
13. **Durán Alcalá, Mario.** (22 de octubre de 2025). "Desde backstage / ¿La violencia está en la pantalla o en el país?". *Diario de Querétaro* (Organización Editorial Mexicana).



TRANSFORMANDO
GUERRERO
GOBIERNO DEL ESTADO
2021 - 2027



**CONSEJO
GUERRERO**
CONSEJO DE POLÍTICAS PÚBLICAS
DEL ESTADO DE GUERRERO

- 14. El Economista.** (26 de julio de 2025). "TikTok seduce, Instagram confirma: así decide qué comprar la generación Z".
- 15. El Financiero.** (s.f. - Contexto 2025). "Consuman diputados alza en impuestos para 2026".
- 16. El Financiero.** (s.f. - Contexto 2025). "Plan fiscal 2026 prende alarmas en Mercado Libre: 'Podría afectar las inversiones en México'".
- 17. El Informador.** (20 de octubre de 2025). "Otorgan más facultades al SAT contra evasores de impuestos; expertos critican reforma recaudatoria". *Informador.mx*.
- 18. EY México.** (23 de septiembre de 2025). *Paquete Económico 2026: principales propuestas en materia de Impuesto Sobre la Renta e Impuesto al Valor Agregado para el sector de plataformas digitales*. (Boletín Fiscal).
- 19. Galeano, Susana.** (s.f. - Contexto 2025). "Influencers motivan compras al 79% de Gen Z y Millennials en México". *Marketing4eCommerce*.
- 20. González Garnacho, Emma.** (14 de julio de 2023). *EL EFECTO DE LA GENERACIÓN Z EN LA POLÍTICA INTERNACIONAL* (Trabajo Fin de Grado). Universidad Rey Juan Carlos.
- 21. Guzmán Martínez, F. J., Orozco Gómez, M. M., & Osorio Andrade, M. L.** (Agosto de 2024). *LA GENERACIÓN Z Y SUS HÁBITOS DE COMPRA* (Gen Z Series). Escuela de Negocios del Tecnológico de Monterrey.
- 22. Hidalgo Toledo, J. A.** (8 de junio de 2025). "Los hijos del algoritmo: juventudes éticas en tiempos corporativos". *Anáhuac Landscape* (Human & Nonhuman Communication Lab, Universidad Anáhuac México).
- 23. INEGI & IFT.** (13 de junio de 2024). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2023*. (Comunicado de prensa número 372/24).
- 24. Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO).** (s.f.). *10 Datos del Paquete Económico 2026*.
- 25. Lexy.** (s.f.). "El Impacto de las Redes Sociales en la Generación Z".
- 26. López, Diego.** (s.f. - Contexto 2025). "IEPS 2026: 'La gente seguirá consumiendo refrescos aunque suban de precio'". *El Economista*.



TRANSFORMANDO
GUERRERO
GOBIERNO DEL ESTADO
2021 - 2027



**CONSEJO
GUERRERO**
CONSEJO DE POLÍTICAS PÚBLICAS
DEL ESTADO DE GUERRERO

- 27. Madero Gómez, S., et al.** (Agosto de 2024). *LA GENERACIÓN Z Y SUS EXPECTATIVAS LABORALES* (Gen Z Series). Escuela de Negocios del Tecnológico de Monterrey.
- 28. Milenio.** (s.f. - Contexto 2025). "Una centena de municipios de Edomex piden aumento de predial para 2026".
- 29. Narvaes, Carlos.** (s.f. - Contexto 2025). "Iraís Reyes levanta un control de Xbox y acusa: El impuesto a videojuegos es solo una excusa para sacar más dinero". *Debate*.
- 30. Owen, Sarah, Napoli, C., & Shin, J.** (s.f.). *La ecuación Gen Z*. WGSN.
- 31. Pew Research Center.** (26 de mayo de 2021). "Gen Z, Millennials Stand Out for Climate Change Activism, Social Media Engagement With Issue".
- 32. Presidencia de la República [México].** (s.f.). *Iniciativa de Ley de Ingresos de la Federación y Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación correspondientes al Ejercicio Fiscal 2026*. (Documento sometido a la H. Cámara de Diputados).
- 33. Quintana, Francisco.** (s.f. - Contexto 2025). "Diferencias entre Generación Z y Millennials". *WorkingMinds*.
- 34. Toldos Romero, M. P. de la, Carrete Lucero, L. de la P., & Alvarado Herrera, A.** (Agosto de 2024). *LA GENERACIÓN Z Y SUS ACTITUDES SOSTENIBLES Y DE BIENESTAR* (Gen Z Series). Escuela de Negocios del Tecnológico de Monterrey.
- 35. Vázquez Esteban, W. J., Mapén Franco, F. J., & Estrada Cálix, H. G.** (Junio de 2025). "Recaudación tributaria en México y desarrollo económico: análisis comparativo". *Quest Journals, Journal of Research in Humanities and Social Science*, 13(6), 34-39.
- 36. Wikipedia, la enciclopedia libre.** (s.f.). "Protestas de la generación Z".