

EXTREMADURA

Radiografía de la opinión pública

Informe de inteligencia de datos

ESTUDIO
EXTREMADURA
Diciembre 2025

¿Qué es Facttory?

Tecnología y metodología inédita

97%

Fiabilidad



Huella digital
de **todos** los
usuarios



Desde cualquier
dispositivo



Sus **preferencias,**
gustos y
preocupaciones



Respetamos
la privacidad
(GDPR)

Diferenciación de **Factory**



No son estudios
teledirigidos



Sin **ningún**
condicionamiento, ni
filtros



Estudios basados en
lo que **realmente**
piensan las personas



Confidencialidad
absoluta



Qué es lo que la
tecnología de **Factory**
rastrea e interpreta

¿Qué se rastrea e interpreta?



Vídeos vistos



Lo buscado en
navegadores



Interacciones
en **RRSS**



Interacciones
en **medios de
comunicación**



Interacciones
en **blogs**



Lo preguntado
a **asistentes
virtuales de voz**



Asistencia
de **IA**

Diferenciación de **Factory**



Autenticidad

123

Número exacto de personas con determinados intereses



Si son **hombres o mujeres**



Dónde se encuentran



Rastreo por usuario

Este estudio se ha desarrollado por **Factory**, unidad de inteligencia de datos de la **consultora BeConfluence**, que emplea ciencia de datos para entender mejor los intereses y preocupaciones, detectar carencias y oportunidades de un territorio determinado, así como inferir qué influencia sus decisiones.

Por medio de algoritmos y codificaciones específicos para este estudio, se han rastreado y analizado las huellas digitales que dejan las personas al navegar por internet en Extremadura.

La segmentación de la población estudiada es posible gracias al cruce de la información con la de los perfiles en redes sociales y la información que se demanda a multitud de webs. Todo ello cumpliendo **con las regulaciones y normativas de la Unión Europea**.

Para la acumulación de estos datos tan específicos, **se han empleado 70 APIs de diferentes tipos**. Destacan: de **geolocalización, de Google research, las (ChatGPT, Gemini, etc), web scraping, bibliotecas de datos, redes sociales, analítica, macro datos y almacenamiento**.

La información aportada por las API ha sido mejorada y especificada con la introducción de **codificaciones y algoritmos propios**. El resultado supone **una imagen real, actual y muy precisa de las tendencias, preocupaciones, expectativas y prioridades del conjunto de la sociedad española**, gracias a sus interacciones en internet.

Factory. It's a factt.



- Nuestros informes son **análisis inteligentes capaces de anticipar tendencias de mercado**. Por ello, cobran un valor decisivo para trazar estrategias de fondo, tanto empresariales como institucionales y políticos.
- La información es totalmente diferenciada de otras conocidas, ya que nuestra tecnología **ordena, jerarquiza y agrupa millones de datos para un propósito empresarial** o institucional concreto. Los informes son muy fáciles de entender y son muy precisos.
- Nuestra capacidad **incluye rastrear, agrupar, analizar y comprender billones de datos producidos por los usuarios de internet** en todo el mundo, transformándolos en información valiosa. A través de nuestra experiencia analítica y de consultoría, permitimos a las empresas e instituciones entender los deseos, pensamientos, necesidades y preocupaciones de su grupo objetivo, así como identificar oportunidades o detectar amenazas en su mercado o sector.
- Aplicando *big data analysis*, podemos rastrear **datos desde localidades a partir de 50.000 habitantes hasta regiones del planeta de cientos de millones de personas y en cualquier idioma**.

El futuro electoral de Extremadura, interpretado desde la evidencia de los datos



Este estudio de Facttory ofrece la radiografía más precisa y actualizada de la opinión pública en Extremadura, gracias al **análisis de 29,8 millones de datos reales procedentes de búsquedas, redes sociales, actividad web e interacciones digitales de más de 612.000 personas.**

Frente a las encuestas tradicionales —limitadas en muestra y condicionadas por la respuesta declarada— este **análisis de big data permite entender qué preocupa realmente a los extremeños** cuando buscan información, expresan inquietudes o comparan opciones, sin filtros ni sesgos de respuesta.

Con un 97% de exactitud y segmentación por generaciones, municipios y ámbitos socioeconómicos, el estudio permite **identificar tendencias profundas, anticipar comportamientos electorales y comprender qué temas están activando emocional y racionalmente al electorado.**

En definitiva, es una **herramienta estratégica para diseñar políticas, mensajes y decisiones basadas en evidencias, no en intuiciones.**

Ficha técnica



Analizamos la actividad online en la región de Extremadura sobre temas relacionados a la situación política y social actual.



Total personas rastreadas
612.158



Total de datos
estudiados
29.886.109



Técnica utilizada Ciencia de Datos
Exactitud 97%



Ubicación
comunidad autónoma de Extremadura.



Ámbito (muestra)
Búsquedas en Google, Redes sociales, IA, páginas web visitadas y otra actividad online



Período analizado
Enero 2025 – 20 noviembre 2025

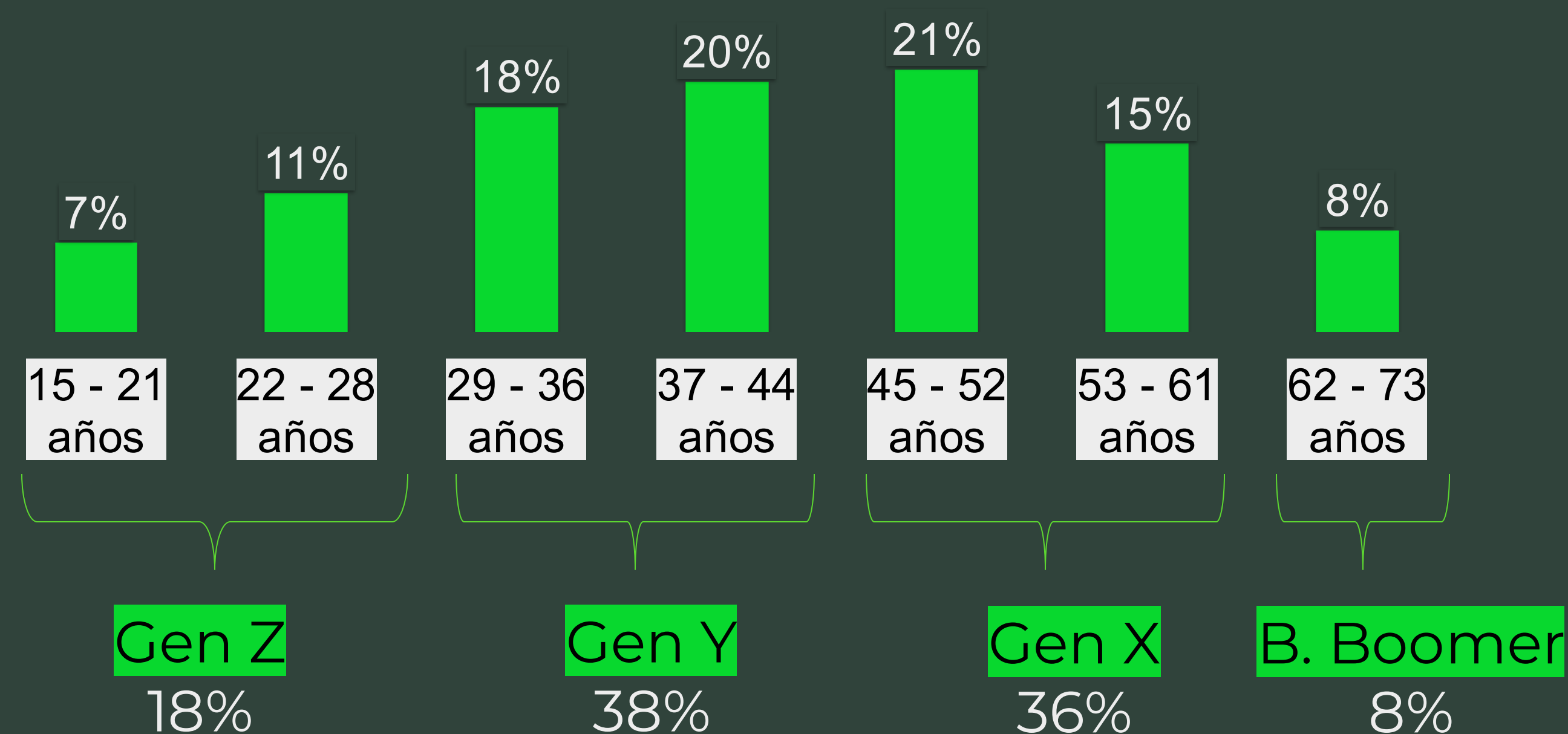
Personas rastreadas: 612.158 de la muestra: 612.158 (100%)
Datos de Extremadura 01 Enero 2025 – 20 noviembre 2025



SEGMENTACIÓN DE LAS PERSONAS RASTREADAS

Edad

Género



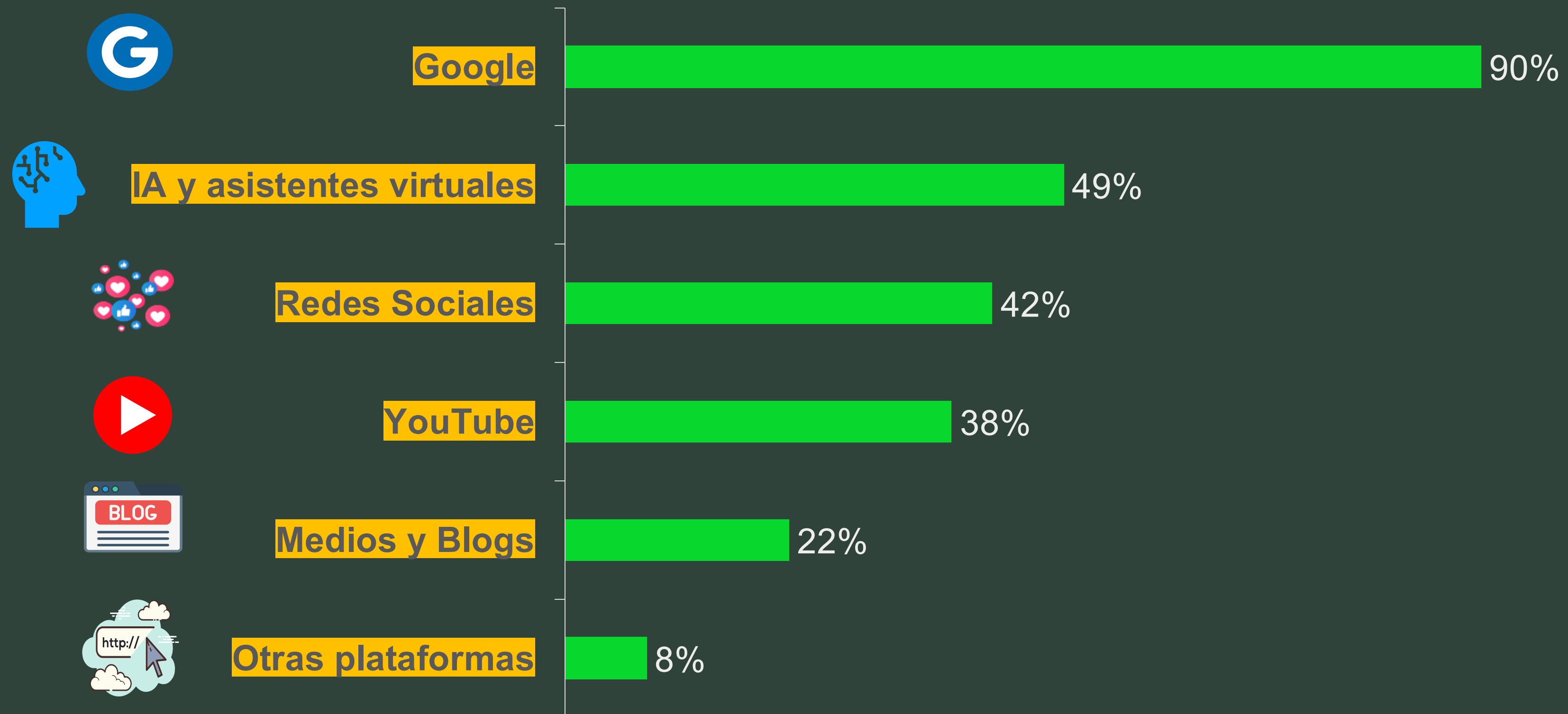
 57%

Hombres

 43%

Mujeres

¿En dónde buscan?



Distribución geográfica



Conclusiones generales





1. Profundo y
generalizado desánimo
social entre los
extremeños.

tt

2. Los jóvenes quieren marcharse: no perciben oportunidades ni expectativas de futuro.

tt

3. Los extremeños se sienten ciudadanos de segunda frente a otras regiones.



4. Almaraz no se toca:
casi unánime apoyo social.

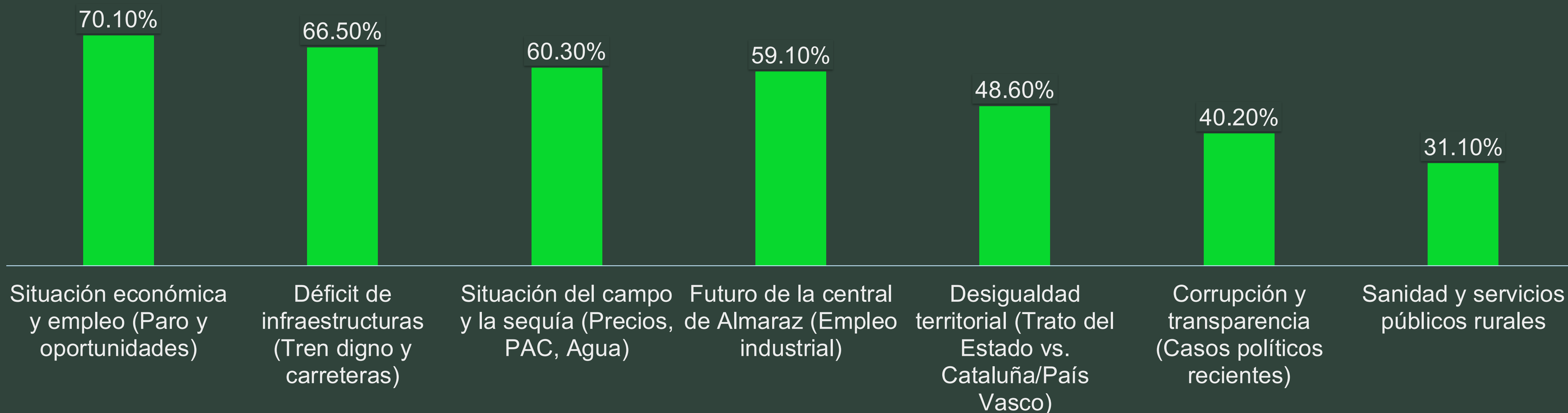
tt 5. El campo se asfixia y
su clamor es cada vez
mayor.

tt 6. Desconfianza generalizada hacia las instituciones, que no resuelven problemas ordinarios.

El clima social y político



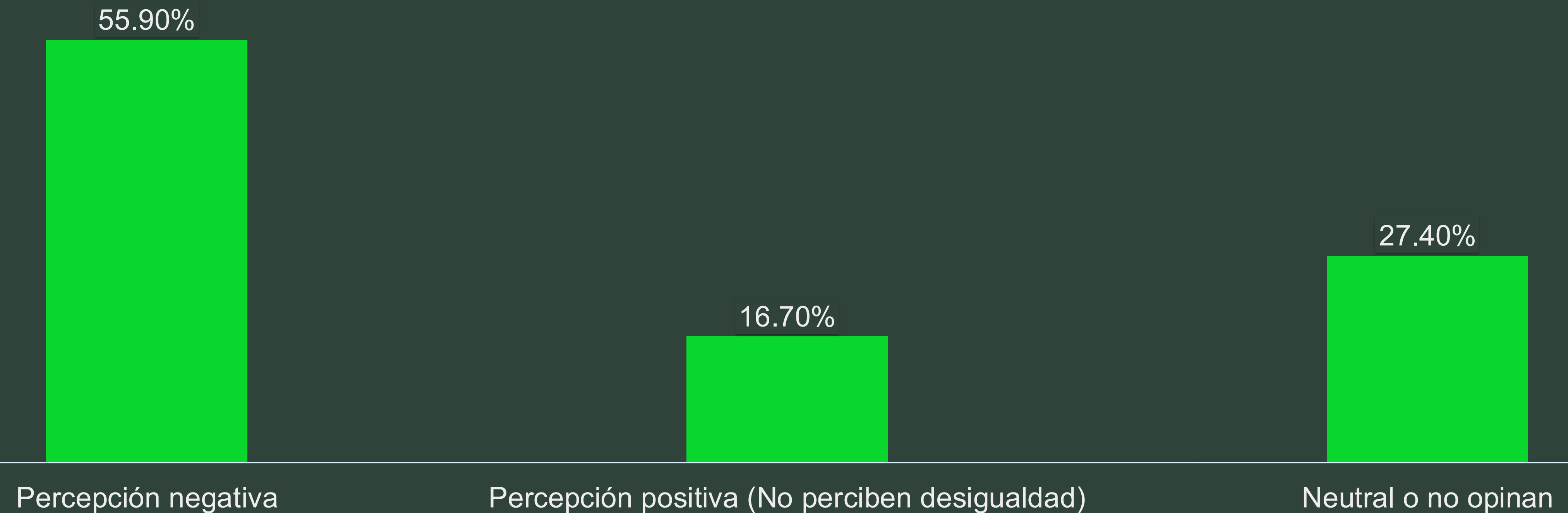
Ranking de temas decisivos para el voto en Extremadura



*A través de algoritmos de Inteligencia Artificial y Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP), hemos procesado miles de comentarios, patrones de búsqueda y opiniones online para **inferir** las prioridades reales y los temas que movilizan la intención de voto.

*Estudio desarrollado por Factory. Prohibida su reproducción parcial o total sin autorización expresa

Percepción de desigualdad territorial (opiniones)



Percepción de desigualdad territorial (Extremadura vs. Resto de España)

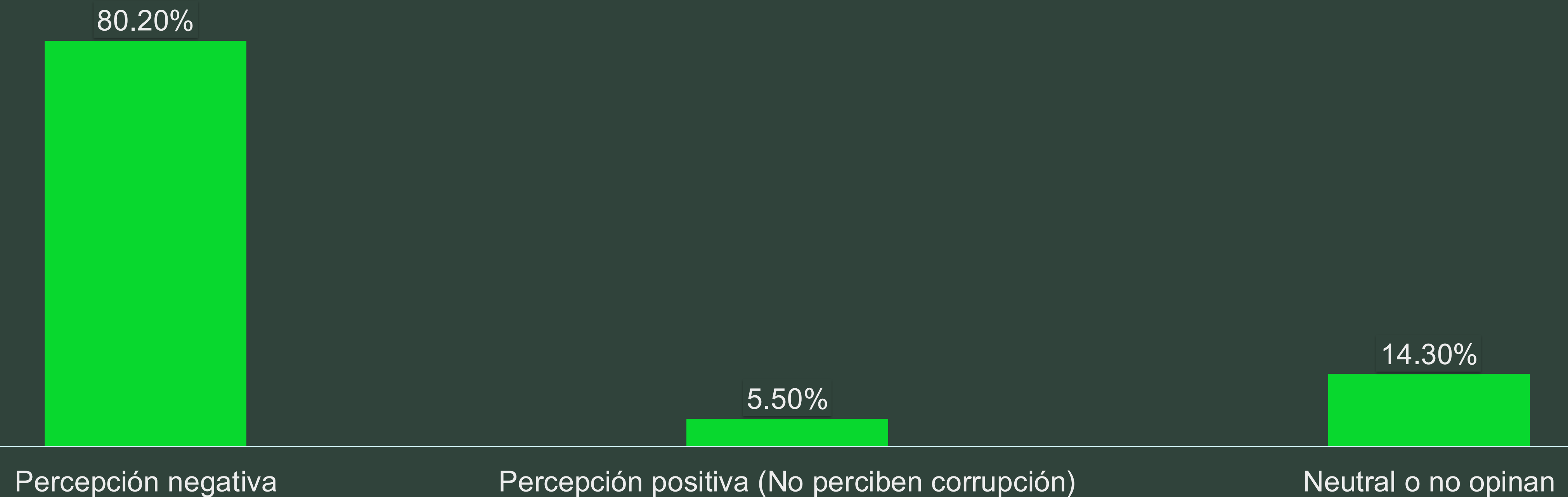
"El Estado privilegia a Cataluña/País Vasco en perjuicio de Extremadura" 72.20%

"Extremadura recibe un trato de 'ciudadanos de segunda' en infraestructuras" 54.20%

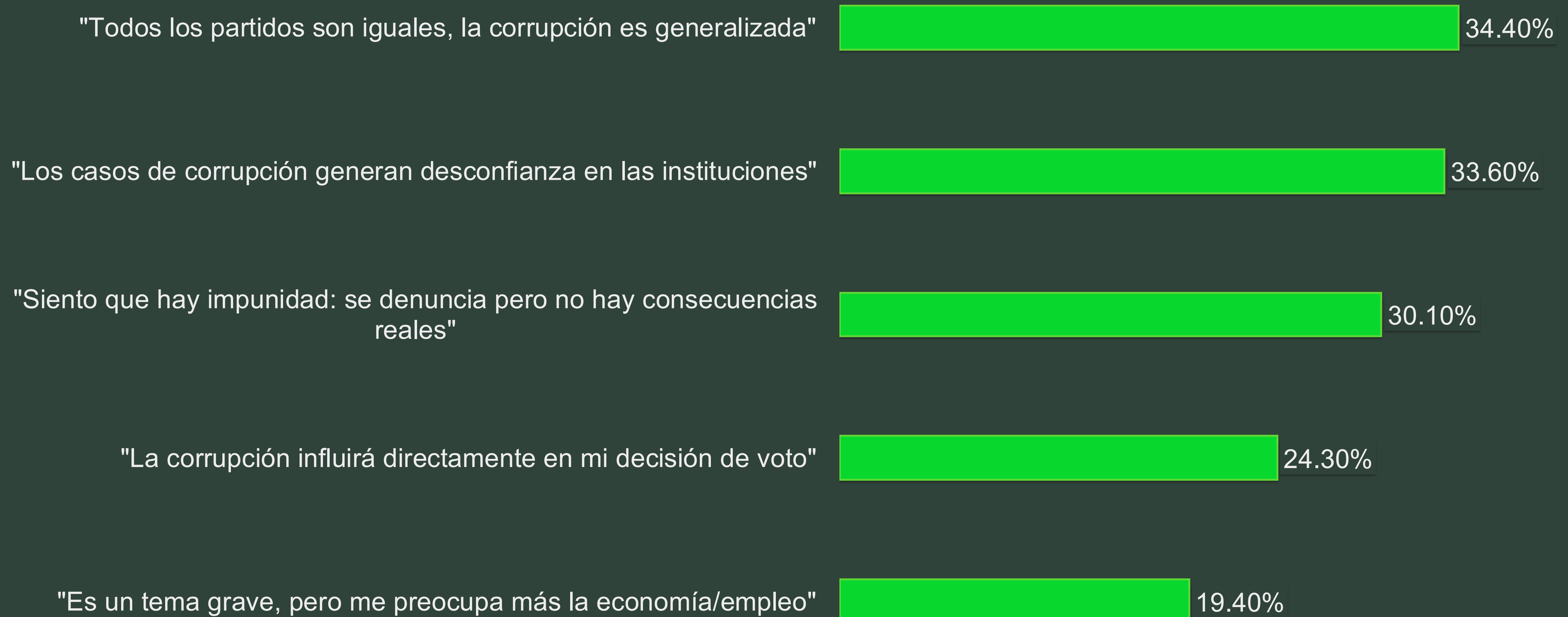
"Las inversiones del Estado no llegan o llegan tarde" 52.07%

"Nuestros servicios públicos son inferiores a la media nacional" 45.79%

Percepción de la corrupción (opiniones)



Impacto de la corrupción en la confianza institucional



Economía, empleo y vivienda (el foco joven)



Gen Z & Y: Expectativas económicas y laborales

"He pensado seriamente en irme de Extremadura por trabajo" 56.70%

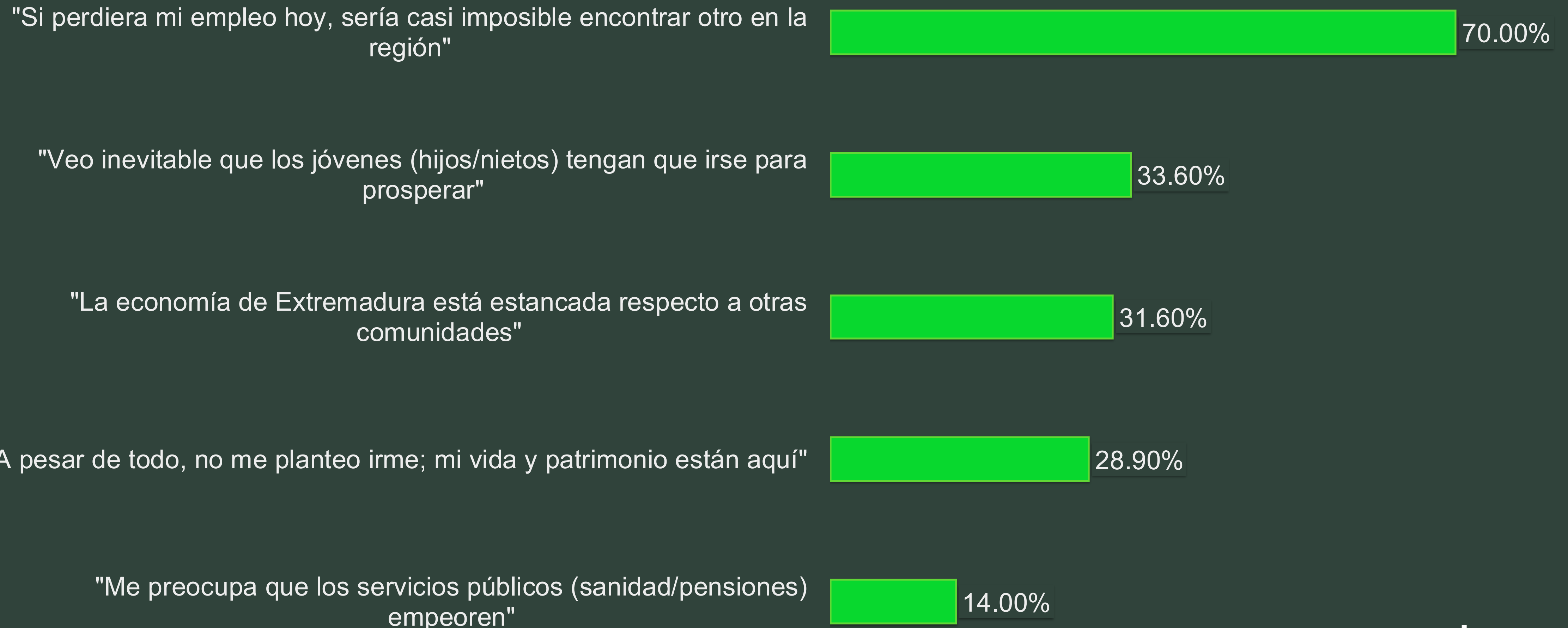
"Aquí no hay oportunidades de calidad para mi formación" 39.60%

"Veo difícil encontrar un empleo estable en los próximos 12 meses" 33.00%

"Si los salarios fueran iguales a Madrid/Norte, me quedaría" 29.10%

"La economía de la región está estancada o empeorando" 20.50%

Gen X & Boomer: Expectativas económicas y laborales



Riesgo de fuga de talento joven. (Porcentaje de jóvenes que consideran irse vs. condiciones necesarias para quedarse)

Indicador de Fuga / Condición de Retención	Nivel de Respuesta
"He considerado irme de Extremadura en el último año"	46,1%
"Ya he buscado empleo o enviado CVs fuera de la región"	38,6%
---	---
SOLUCIÓN 1: "Me quedaría si mi salario fuera igual a la media nacional"	30,7%
SOLUCIÓN 2: "Me quedaría si hubiera oferta de empleo cualificado en mi sector"	20,9%
SOLUCIÓN 3: "Me quedaría si tuviera acceso a vivienda asequible"	11,0%
SOLUCIÓN 4: "Me quedaría si el tren/teletrabajo me permitiera conectar fácil con Madrid"	10,0%

Accesibilidad a la vivienda por municipio. (Percepción de precios y oferta de alquiler/compra).

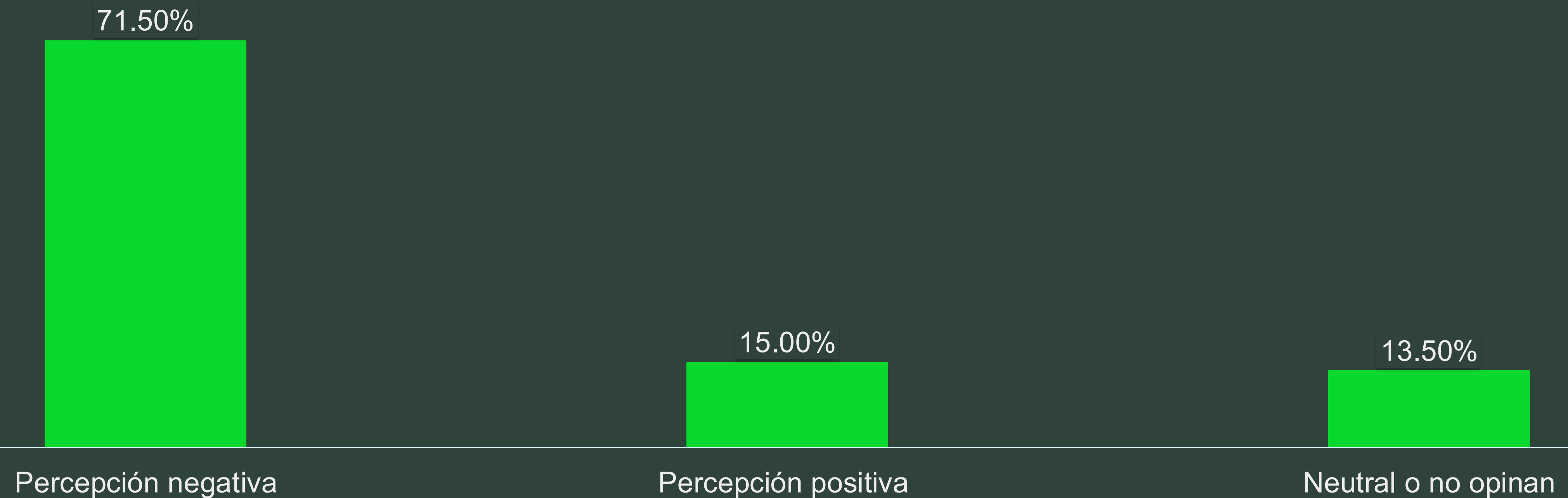
Tipo de Municipio	Percepción: "El alquiler es muy caro"	Percepción: "No hay oferta de alquiler"	Percepción: "Es difícil comprar vivienda"
Grandes ciudades (Badajoz, Cáceres, Mérida)	88,5%	75,0%	72,0%
Ciudades medias (Plasencia, Don Benito, Almendralejo)	65,2%	60,5%	55,0%
Entorno rural (Pueblos pequeños)	25,0%	82,0%	35,0%
PROMEDIO REGIONAL	68,5%	72,5%	58%

*Estudio desarrollado por Facttory. Prohibida su reproducción parcial o total sin autorización expresa



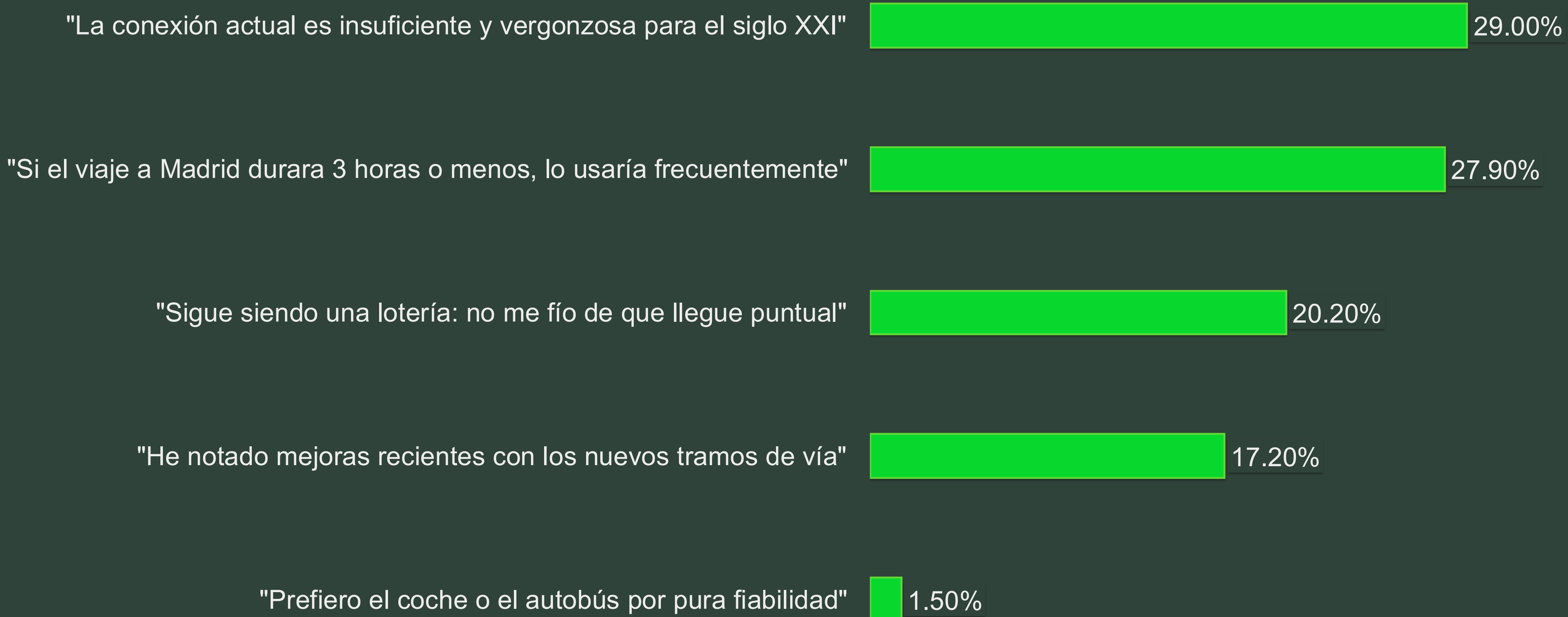
Energía e infraestructuras

Percepción de la conectividad ferroviaria





Valoración de la conectividad ferroviaria



**Estudio desarrollado por Facttory. Prohibida su reproducción parcial o total sin autorización expresa*



El futuro de Almaraz: continuidad vs. cierre.

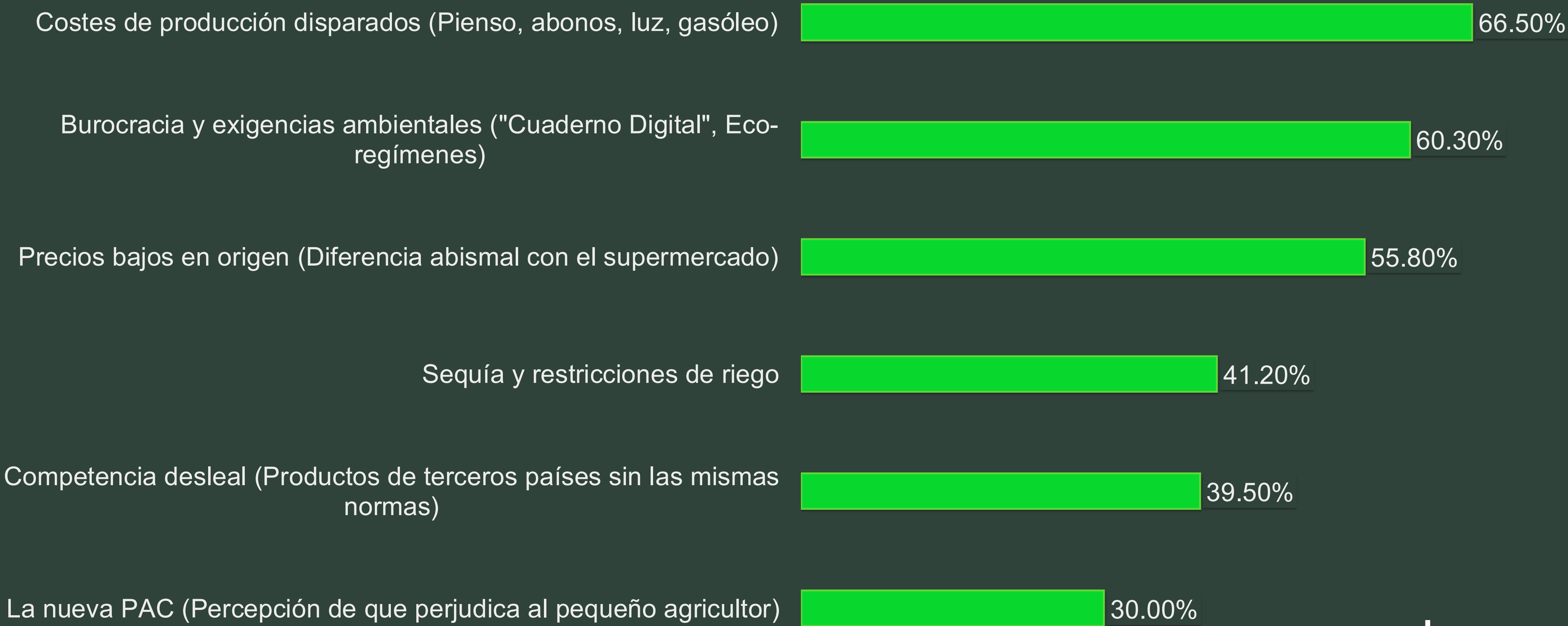
Generación	A favor de extender su vida útil	A favor del cierre programado (2027/28)	Indeciso / No sabe
Gen Z (18-28 años)	50,5%	30,0%	19,5%
Millennials (29-44 años)	60,2%	22,5%	17,3%
Gen X & Boomers (45-73 años)	75,2%	10,5%	14,3%

**Estudio desarrollado por Facttory. Prohibida su reproducción parcial o total sin autorización expresa*

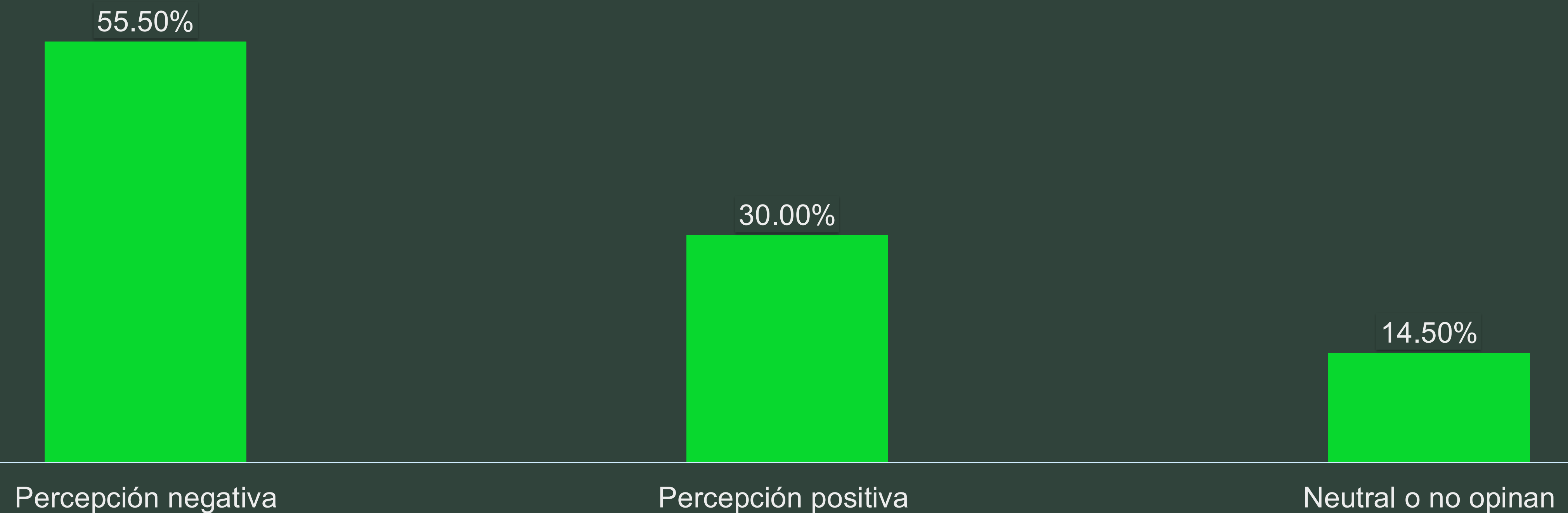
El campo extremeno



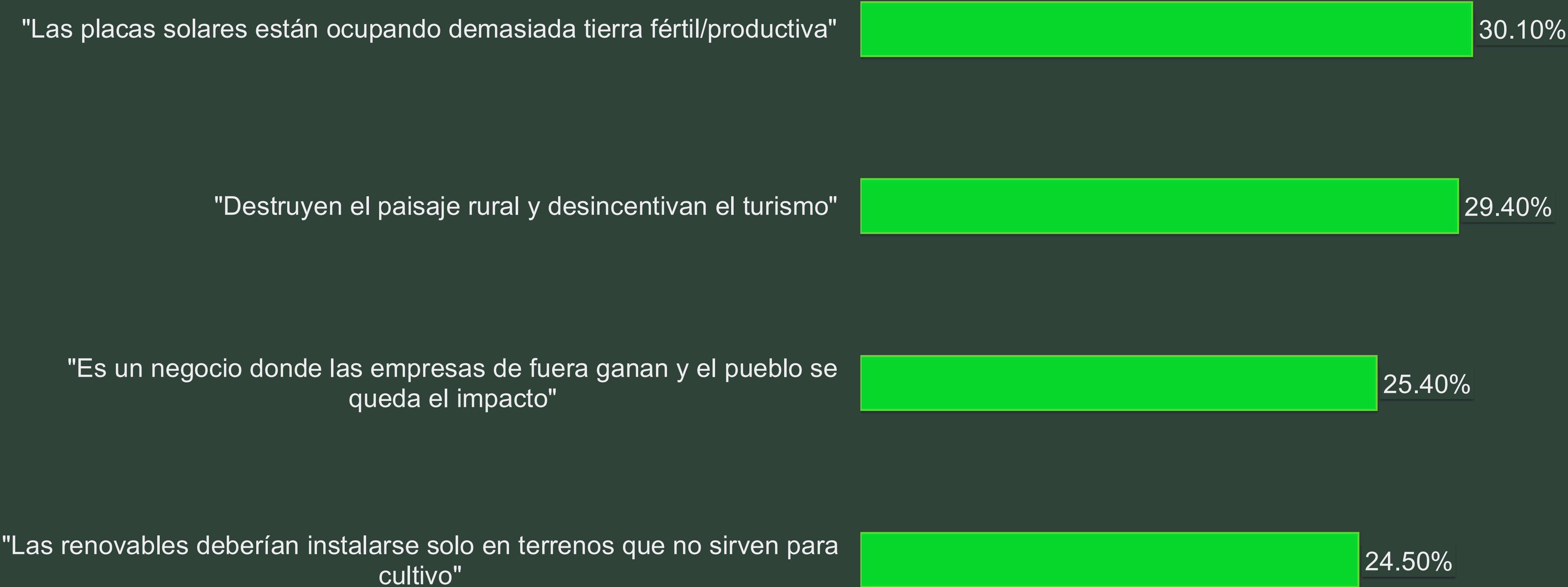
Ranking de amenazas para la rentabilidad del campo



Conflicto de uso del suelo: percepción de uso del suelo para energías renovables



Conflicto de uso del suelo: Renovables vs. campo



*Estudio desarrollado por Facttory. Prohibida su reproducción parcial o total sin autorización expresa

factorytm

BeConfluence's data unit