



THE FLETCHER SCHOOL

TUFTS UNIVERSITY



ENCUESTA **VALORES**

Diagnóstico axiológico
m é x i c o

www.cidac.org



@CIDAC



/cidac.mexico



CIDAC1

2 de febrero 2011

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 3 |
| <i>Los Resultados</i> | <i>3</i> |
| ENTORNO ÉTICO Y LEGAL | 5 |
| <i>Valor es respetar las reglas</i> | <i>5</i> |
| <i>Valor es exigir cuentas</i> | <i>6</i> |
| <i>Valor es cumplir la ley</i> | <i>7</i> |
| ENTORNO SOCIAL | 8 |
| <i>Valor es aplicar justamente la ley</i> | <i>8</i> |
| <i>Valor es igualdad de responsabilidades</i> | <i>9</i> |
| ENTORNO LABORAL Y ECONÓMICO | 12 |
| <i>Valor es reconocer el mérito</i> | <i>12</i> |
| <i>Valor es competir</i> | <i>13</i> |
| <i>Valor es ahorrar</i> | <i>14</i> |
| <i>Valor es tomar riesgos</i> | <i>15</i> |
| <i>Valor es emprender</i> | <i>16</i> |
| RESULTADOS ADICIONALES | 17 |
| <i>Valor es igualdad de género</i> | <i>17</i> |
| <i>Valor es controlar la natalidad</i> | <i>18</i> |
| <i>Valor es separar las responsabilidades Iglesia-Estado</i> | <i>18</i> |
| <i>Valor es solidaridad (identidad)</i> | <i>19</i> |
| <i>Valor es preocuparse por el futuro</i> | <i>21</i> |
| MARCO METODOLÓGICO | 22 |

INTRODUCCIÓN

¿Qué valores privilegiamos los mexicanos? ¿Cómo percibimos nuestro entorno? ¿Qué tipo de sociedad estamos construyendo?

En el día a día, son los individuos quienes con sus decisiones construyen las sociedades. Discernir entre si cumplir con la ley o no hacerlo, ascender a quien conocen mejor o al más capaz, arriesgarse a emprender un negocio propio o continuar en un empleo seguro, son el tipo de resoluciones que determinan lo que somos como país.

Este tipo de decisiones están determinadas fundamentalmente por dos elementos que están intrínsecamente relacionados: los valores y el entorno institucional en el que nos desenvolvemos. En este sentido, en México no se ha abordado lo suficiente el rol que juegan los valores en la conformación de las instituciones. De seguirse viendo como elementos separados, México seguirá condenado a un marco institucional que no coincide con la realidad.

Resulta entonces importante descubrir qué valores predominan entre los mexicanos y cómo perciben el contexto en el que se desenvuelven y toman sus decisiones; esto incluye, por ejemplo, saber qué tanto confían en las instituciones, cómo perciben a las élites, y qué entienden por generación de riqueza, entre otros.

Con este objetivo, CIDAC y el Instituto de Cambio Cultural de la Universidad de Tufts llevaron a cabo la “Encuesta de Valores México” con la finalidad de entender qué valora el mexicano en su vida diaria y cómo percibe su entorno. Se trata de un esfuerzo que busca concientizar a la sociedad mexicana sobre sus valores, y cómo éstos influyen en la realidad del país. La siguiente entrega de resultados agrupa los valores del mexicano de acuerdo con su entorno ético y legal, social y laboral-económico. Adicionalmente, se incluyen valores que muestran hallazgos interesantes respecto a género, natalidad, identidad nacional y la iglesia, entre otros.

Los Resultados

Los resultados obtenidos revelan una dualidad. A pesar de que la encuesta muestra que los mexicanos tienen valores positivos respecto a su espíritu emprendedor, al ahorro y a la competencia, la percepción de incertidumbre en la que se encuentran inmersos, evita que se maximice el capital social con el que cuenta el país.

La debilidad de las instituciones podría explicar en buena medida la coexistencia de nociones contradictorias al actuar de los mexicanos, tales como saber que es malo meterse en la fila, pero al mismo tiempo pensar que es de tontos cumplir con la ley cuando en su entorno no se cumple. Ante instituciones endebles, el entorno se vuelve más incierto y la búsqueda de soluciones informales se consolida. En este sentido, percibirse en un contexto incierto afecta desde la disposición a ser corruptos hasta las decisiones de ahorro. Lo ideal sería que las instituciones

crearan un ambiente que proporcionaran a los individuos los incentivos para tomar la decisión más conveniente.

Resulta interesante que el mexicano esté consciente de la realidad y sin embargo acepte sin dudar un entorno arbitrario e injusto. Bajo este panorama, el fortalecimiento institucional se vuelve clave para la transformación del país.

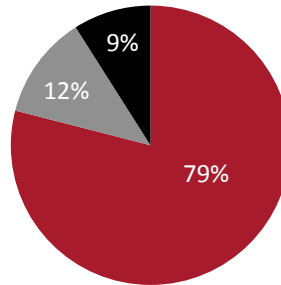
ENTORNO ÉTICO Y LEGAL

Valor es respetar las reglas.

- La encuesta de valores revela que los mexicanos tienen un aprecio por el cumplimiento de las reglas. Sin embargo, no confían en las autoridades. El cumplimiento de una buena conducta social está más vinculado con el código ético que con las normas formales.
- La mayoría de los encuestados está consciente que dar obsequios y dinero para agilizar trámites de gobierno es corrupción y considera que el acto merece un castigo (79%).

Dar obsequios o dinero para agilizar un trámite de gobierno: ¿es o no un acto de corrupción? ¿merece o no un castigo?

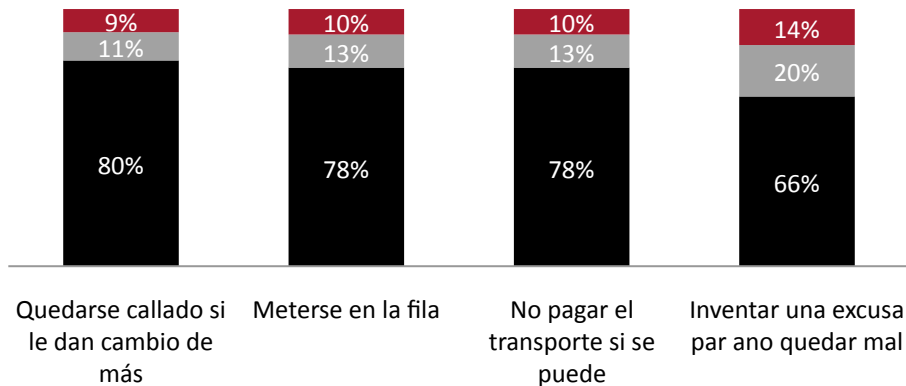
■ De acuerdo ■ Intermedio ■ Desacuerdo



- De la misma manera se reprobaba la corrupción, el 80% reconoce que “quedarse callado si le dan cambio de más” es incorrecto; así como el 78% considera negativo “meterse en la fila” y “no pagar el transporte si se puede”. A su vez, el 66% de los encuestados considera equivocado “inventar excusas para no quedar mal”.

Código ético

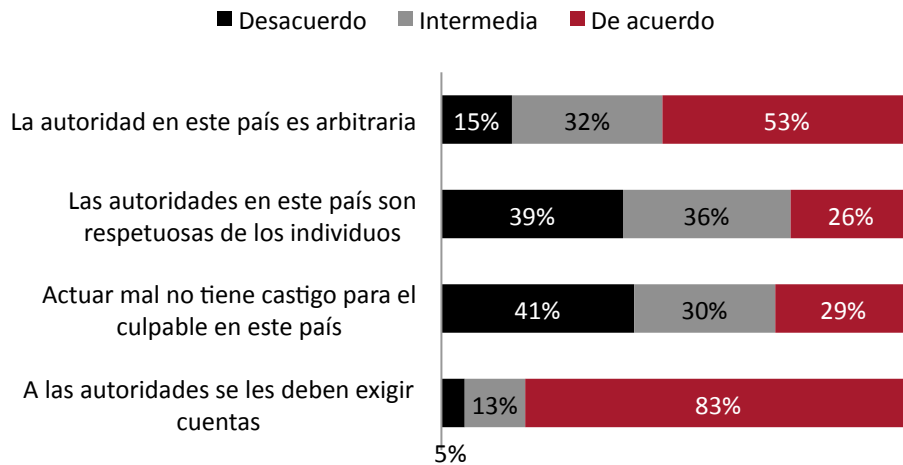
■ Incorrecto ■ Intermedio ■ Correcto



Valor es exigir cuentas.

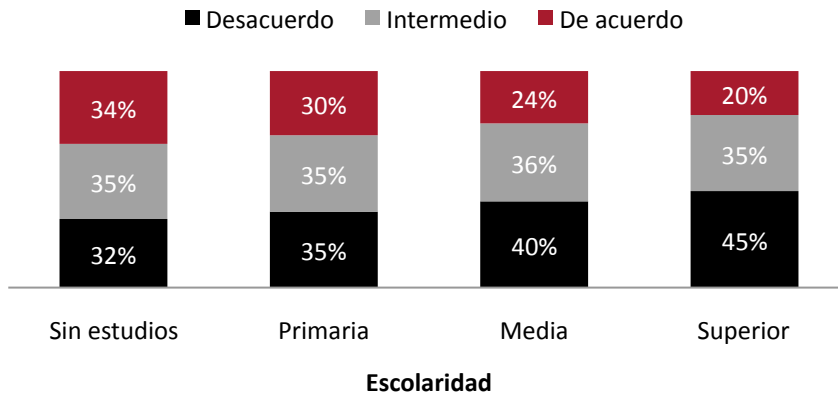
- En cuanto a las autoridades, más de la mitad de los encuestados considera que “la autoridad en este país es arbitraria”. Solamente el 26% considera que las autoridades son respetuosas de los individuos. Y, aunque la mayoría no lo cree así, el 29% afirma que “actuar mal no tiene castigo para el culpable”. Además, el mexicano considera que se le debe de exigir cuentas a la autoridad (83%).

Visión de la autoridad



- Resulta curioso que sean las personas con mayor escolaridad quienes más están en desacuerdo con que “las autoridades son respetuosas de los individuos”, casi la mitad (45%), mientras que entre personas sin estudios la proporción es menor (32%).

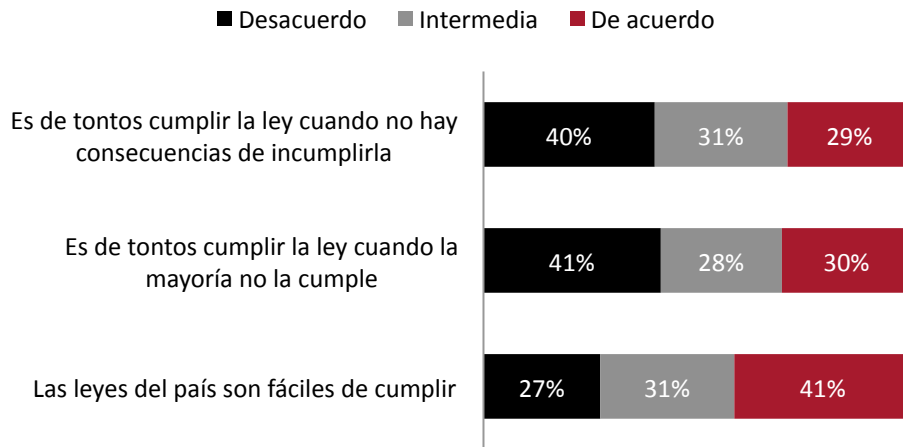
Las autoridades en este país son respetuosas de los individuos



Valor es cumplir la ley

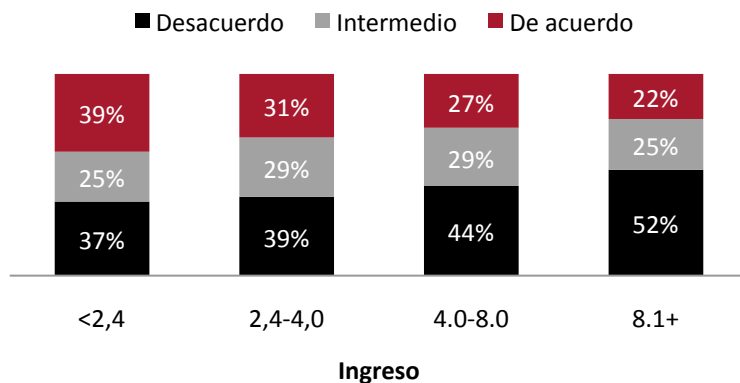
- Esta imagen negativa que se tiene de las autoridades puede explicar que a pesar de que el código ético de los mexicanos presenta valores positivos, consideran que no vale apegarse a la ley porque las instituciones no dan certidumbre y el entorno propicia lo contrario. A pesar de que la mayoría cree que se debe cumplir la ley, uno de cada tres cree que es de tontos cumplirla cuando la mayoría no lo hace y 29% “cuando no hay consecuencias”. Además, el cumplimiento de las leyes parece difícil.

Cumplimiento de la ley



- Conforme aumenta el ingreso de los encuestados disminuye la idea de que “es de tontos cumplir la ley cuando la mayoría no la cumple”. Sólo el 22% de las personas con ingresos familiares mayores a 8,100 pesos están de acuerdo.

Es de tontos cumplir con la ley, cuando la mayoría no la cumple



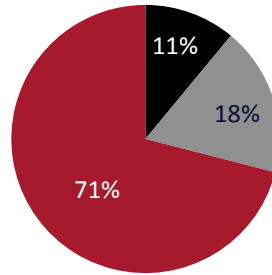
ENTORNO SOCIAL

Valor es aplicar justamente la ley.

- La encuesta de valores revela que los mexicanos tienen una visión negativa de las élites, lo cual es consistente con la idea que tienen de la generación de riqueza como un juego de suma cero. Además, los encuestados consideran que la autoridad no es imparcial. La gran mayoría (71%) cree que las leyes están hechas para proteger a los poderosos.

Las leyes del país protegen a los poderosos

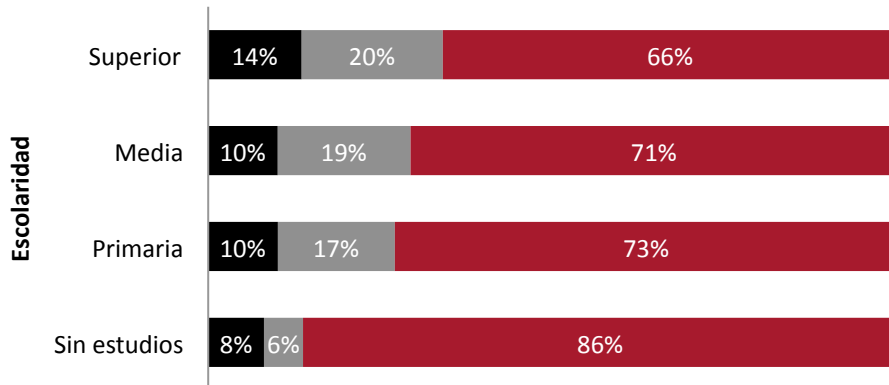
■ Desacuerdo ■ Intermedio ■ De acuerdo



- La percepción de discrecionalidad en la aplicación de la ley es mayor entre personas con menor escolaridad. Casi nueve de cada diez personas sin estudios consideran que las leyes benefician a los poderosos.

Las leyes del país protegen a los poderosos

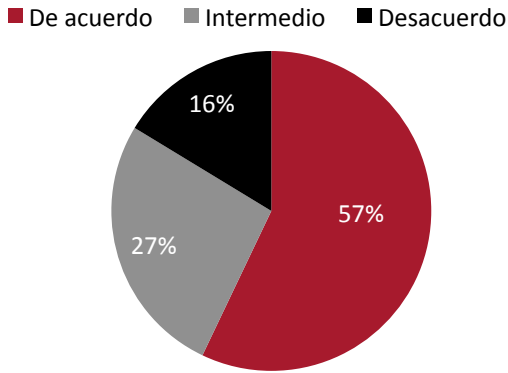
■ Desacuerdo ■ Intermedio ■ De acuerdo



Valor es igualdad de responsabilidades.

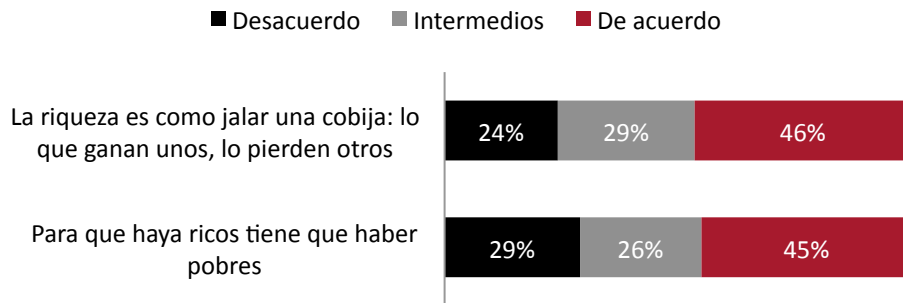
- La percepción que tienen los encuestados de la injusta aplicación de la ley coincide con la visión negativa que tienen de las élites. El 57% considera que “los ricos se aprovechan más de los demás”.

Los ricos se aprovechan más de los demás.



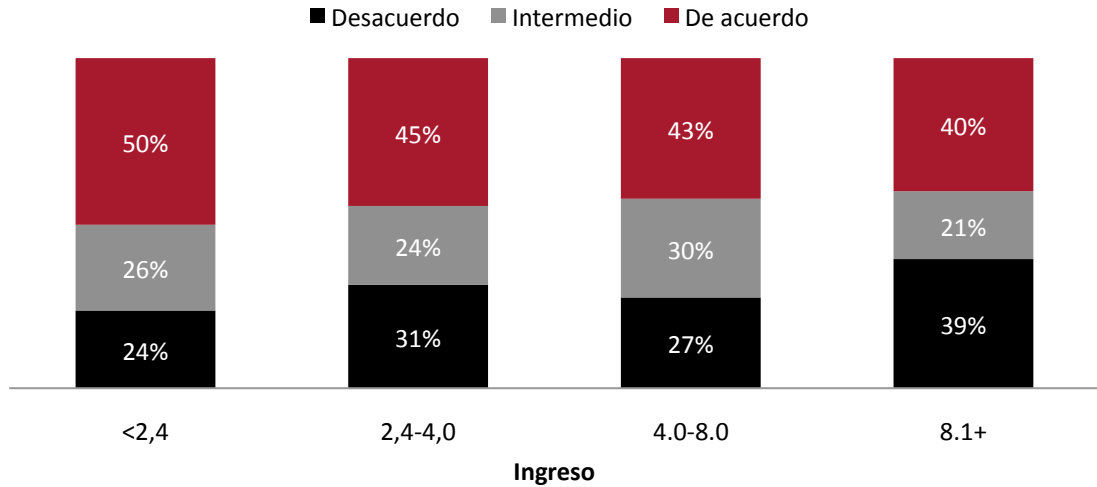
- A esta mala imagen se le suma el hecho de que se entiende a la generación de la riqueza como un juego suma cero, donde “para que haya ricos tiene que haber pobres” (45% de acuerdo) y que la generación de “la riqueza es como jalar una cobija: lo que ganan unos, lo pierden otros” (46% de acuerdo).

Expansión de la riqueza.



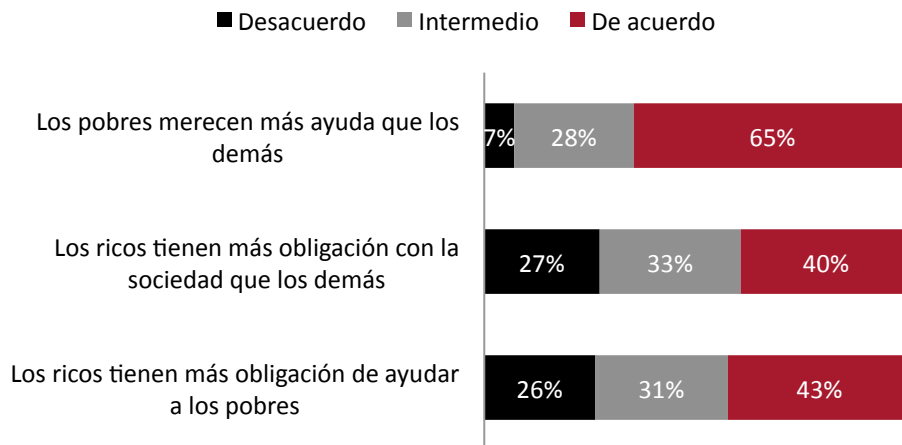
- Como podría esperarse, esta concepción de la riqueza no es uniforme. Es mayor el porcentaje de personas con bajos ingresos que consideran que “para que haya ricos tiene que haber pobres”.

¿Para que haya ricos tiene que haber pobres?

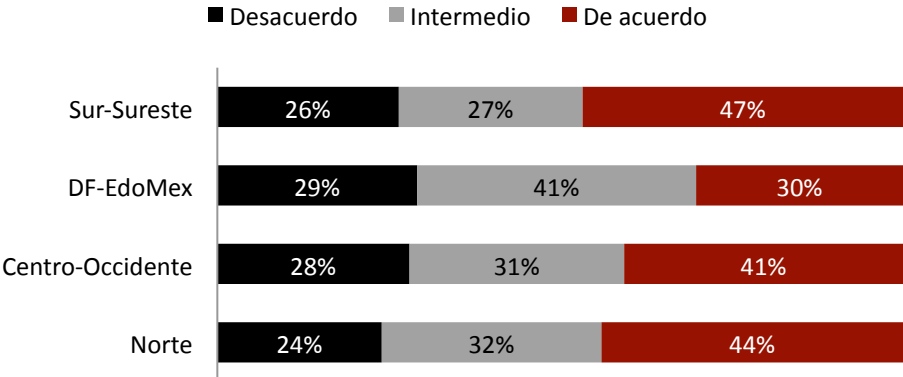


- Bajo este panorama, resulta lógico que los resultados señalen que el mexicano considera que las élites deben responsabilizarse de quienes menos tienen. De hecho, el 65% de los encuestados afirma que “los pobres merecen más ayuda que los demás” y 4 de cada 10 considera que los ricos tienen más obligación de ayudar tanto a los pobres como a la sociedad. Esta creencia varía entre las regiones, siendo el DF-Edo. Mex la región que menor porcentaje de personas en desacuerdo presenta (30%).

Responsabilidad de las élites



Los ricos tiene más obligación con la sociedad que los demás



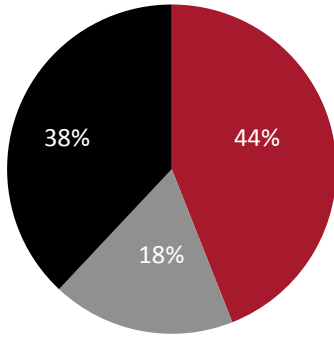
ENTORNO LABORAL Y ECONÓMICO

Valor es reconocer el mérito.

- La impresión negativa hacia las élites que muestran los resultados, también se traslada al ambiente laboral. La encuesta revela que en términos de reconocimiento al mérito, la sociedad mexicana presenta un serio reto, ya que en cuanto a ascensos laborales, dos de cada cinco mexicanos percibe que se promueve a quien el jefe conoce mejor y no al más capaz. Adicionalmente, el 56% reconoce que “sin buenos contactos es difícil avanzar en la vida”.

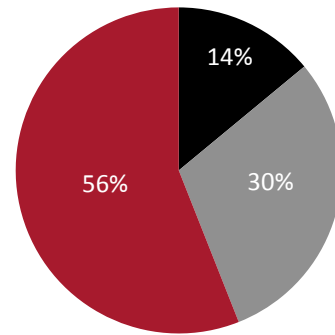
A quién prefieren ascender los jefes: ¿a quien conocen mejor o al más capaz?

■ Al más capaz ■ Intermedio ■ A quien conocen mejor



Sin buenos contactos es difícil avanzar en la vida

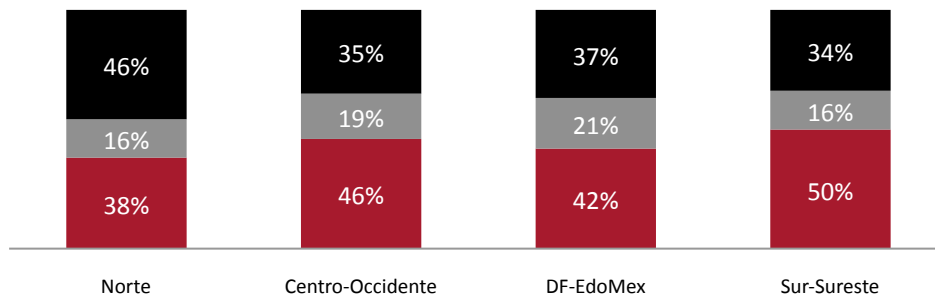
■ Desacuerdo ■ Intermedio ■ De acuerdo



- Al respecto, existen algunos sesgos por región: la mitad de las personas del sur-este piensa que se promueve al más capaz, mientras que en la región norte es lo contrario, pues casi la mitad considera que se promueve a quien el jefe conoce mejor.

A quien prefieren ascender los jefes: ¿a quien conocen mejor o al más capaz?

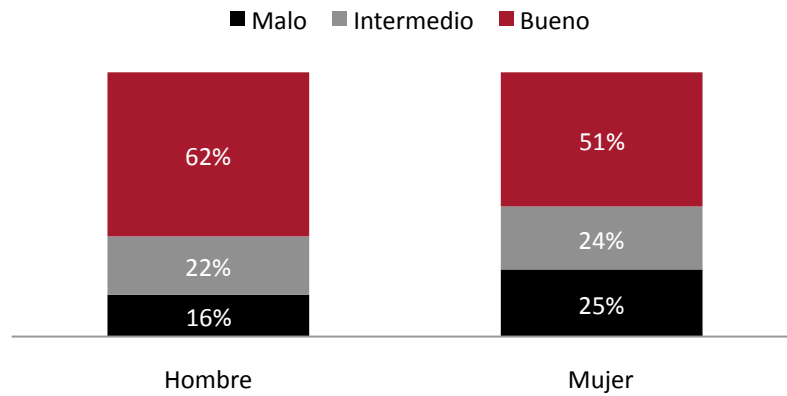
■ Al más capaz ■ Intermedio ■ A quien conocen mejor



Valor es competir.

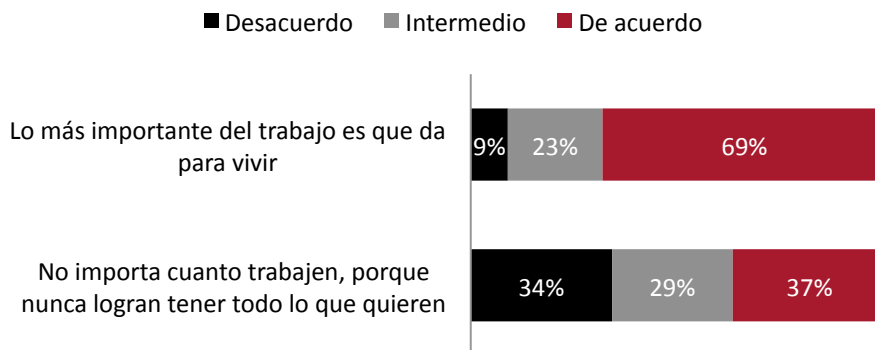
- A pesar de estos resultados, según la encuesta los mexicanos tienen ganas de competir por un empleo, el 62% de los hombres considera bueno competir con un compañero por un ascenso, y las mujeres, con una proporción menor (51%), también están de acuerdo.

Competir contra un compañero de trabajo por un ascenso



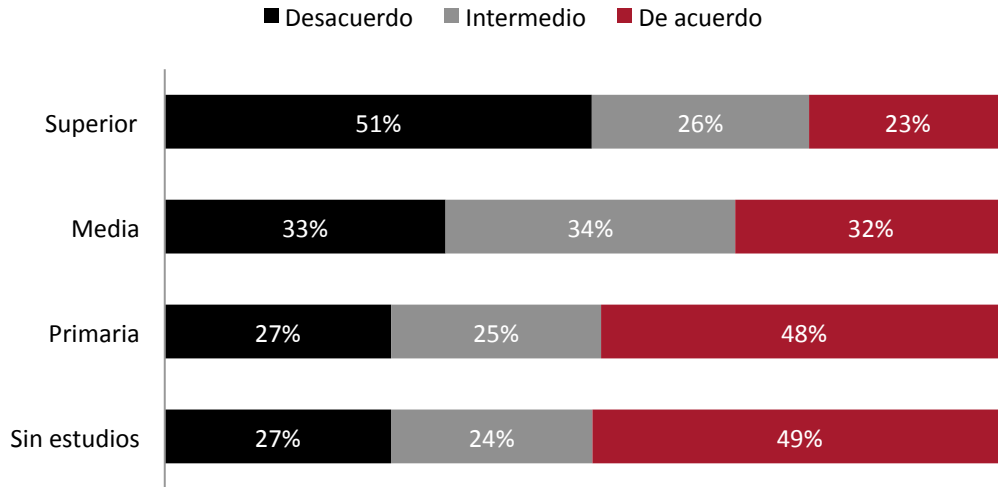
- Por otro lado, la encuesta revela que los mexicanos perciben el trabajo como “un mal necesario”. De hecho, siete de cada diez encuestados opina que “Lo más importante del trabajo es que da para vivir”, mientras que uno de cada tres afirma que “No importa cuánto trabajen, porque nunca logran tener todo lo que quieren”.

Trabajo y resultados



- Esta sensación de frustración es menor entre personas con mayor nivel de estudios (23%).

No importa cuanto trabajen, porque nunca logran tener todo lo que quieren.

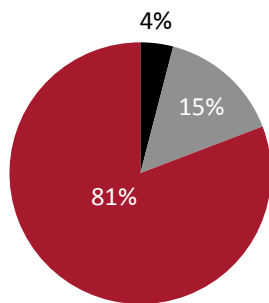


Valor es ahorrar.

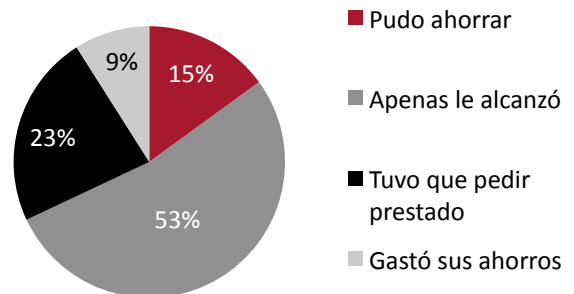
- Entre los encuestados el ahorro es sumamente apreciado, sin embargo, en los hogares el ingreso no alcanza para ahorrar. El 81% considera que ser ahorrador es muy importante. Pero, el 53% de los mexicanos afirma que durante el último año a su familia apenas le alcanzó el dinero. Es importante resaltar que sólo el 15% de los encuestados pudo ahorrar durante los pasados 12 meses.

Ser ahorrador es importante

■ Desacuerdo ■ Intermedio ■ De acuerdo



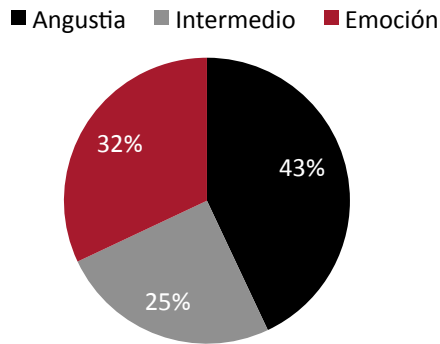
Durante los pasados 12 meses su familia...



Valor es tomar riesgos.

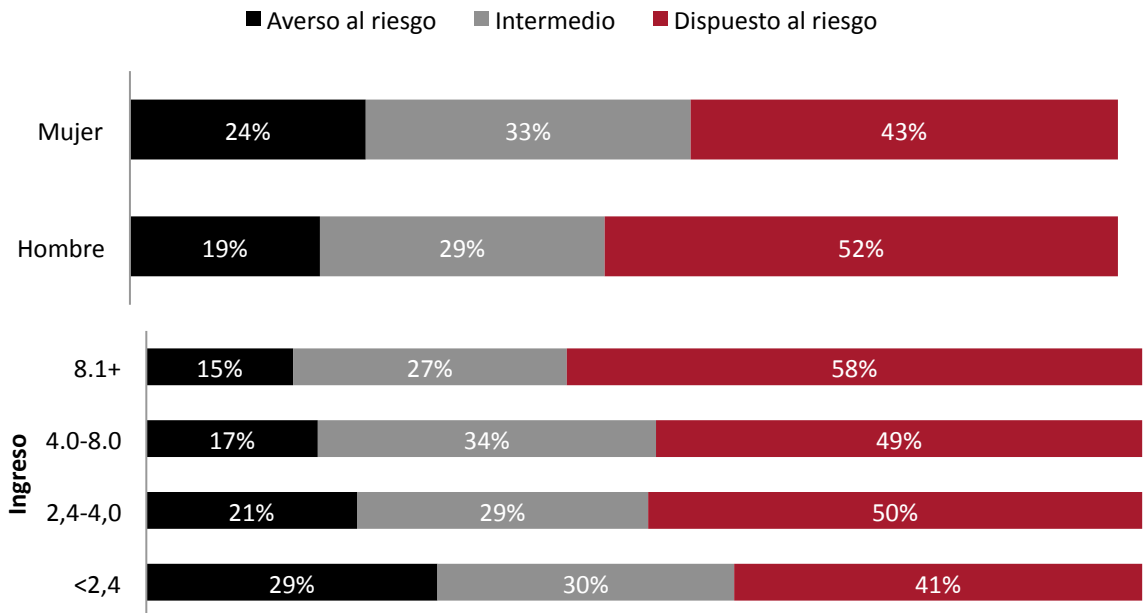
- En cuanto a la disposición a tomar riesgos la encuesta revela que sólo al 32% les emociona “tomar riesgos”, y el 43% siente angustia cuando los toman.

Tomar riesgos les causa ¿angustia o emoción?



- Además, se observa que los hombres (52%) están más dispuestos a tomar riesgo que las mujeres (43%).
- Esta emoción por el riesgo también aumenta conforme el ingreso de los entrevistados es mayor. El 41% de las personas con menor ingreso afirman que les emociona tomar riesgos mientras que en el estrato superior de ingreso el 58% afirma esto.

Les emociona tomar riesgos

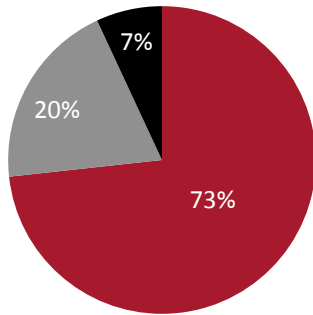


Valor es emprender.

- En México, 73% asegura que “si tuvieran el dinero suficiente empezarían un negocio”, sin embargo, puede ser que esto, más que una decisión tomada, sea una aspiración, ya que al mismo tiempo sólo 46% prefiere “la emoción de un negocio propio”. Lo anterior es consistente con la aversión al riesgo que revela la encuesta.

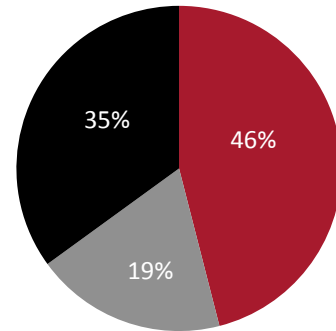
¿Si tuviera dinero suficiente empezaría un negocio?

■ De acuerdo ■ Intermedio ■ Desacuerdo



¿La tranquilidad de un empleo o la emoción de un negocio propio?

■ Negocio ■ Intermedio ■ Empleo

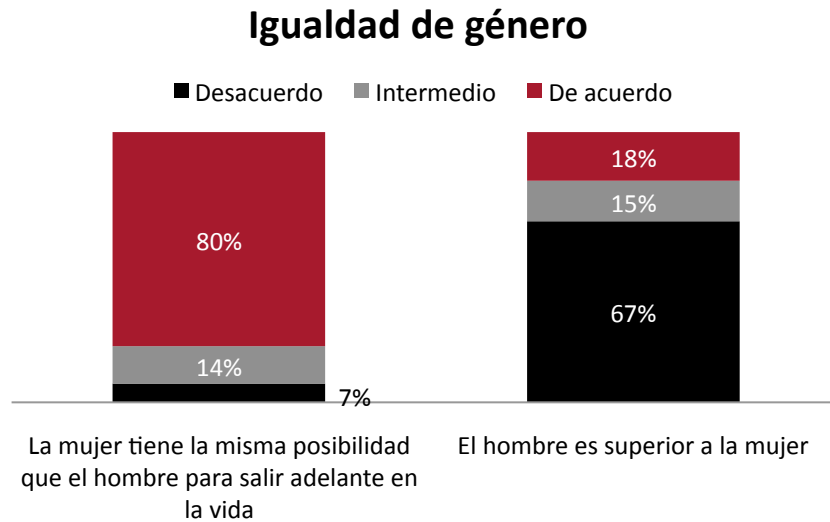


RESULTADO ADICIONALES

La encuesta también arrojó otros resultados interesantes que vale la pena destacar.

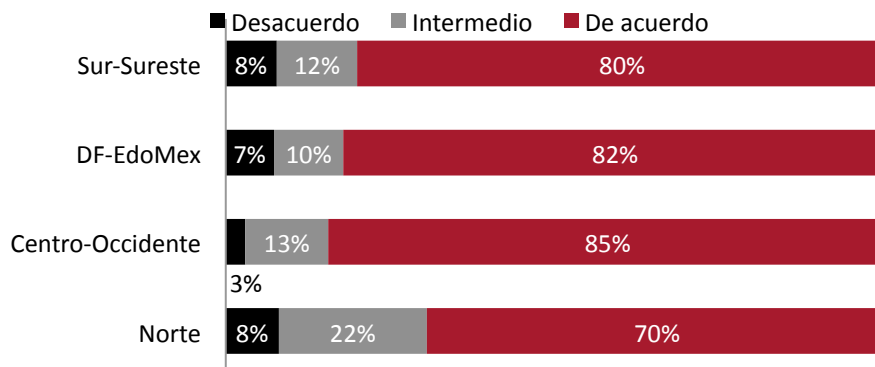
Valor es igualdad de género.

- De acuerdo con la encuesta, se puede afirmar que los mexicanos tienen opiniones muy avanzadas en cuanto a igualdad de género, ya que el 80% cree que “La mujer tiene la misma posibilidad que el hombre para salir adelante en la vida”, y el 67% no está de acuerdo con que el hombre es superior a la mujer. Sin embargo, todavía hay una minoría (18%) de los encuestados que opina que el hombre es superior a la mujer.



- Existen diferencias entre regiones en cuanto a igualdad de oportunidades, por ejemplo en la región Centro-Occidente el 85% está de acuerdo con que “La mujer tiene la misma posibilidad de salir adelante que el hombre”, mientras que en el norte el porcentaje es menor (70%).

La mujer tiene la misma posibilidad que el hombre para salir adelante en la vida

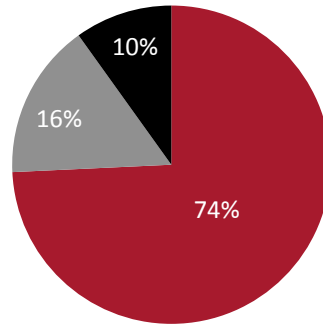


Valor es controlar la natalidad.

- En cuanto a control de natalidad la gran mayoría de los mexicanos (74%) se manifiesta a favor del uso de anticonceptivos.

Uso de anticonceptivos

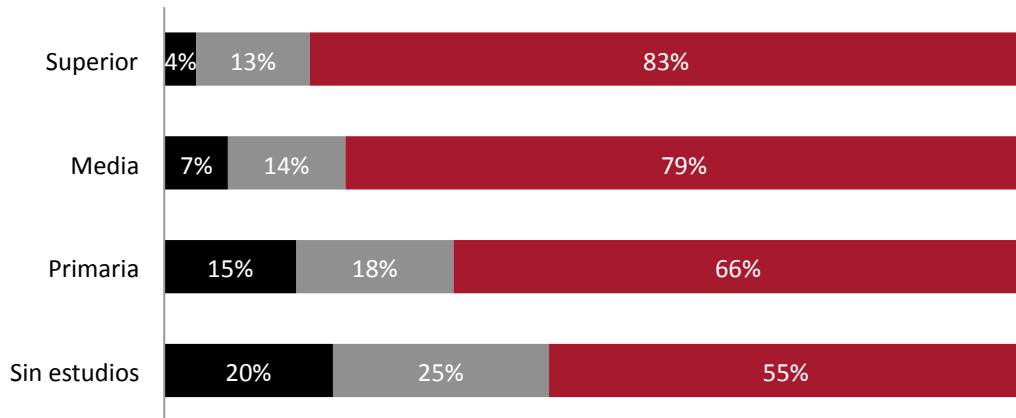
■ A favor ■ Intermedios ■ En contra



- Sin embargo, existen importantes diferencias en la aprobación del uso de anticonceptivos de acuerdo al nivel de escolaridad de los encuestados. Sólo la mitad de las personas sin estudios se manifiesta a favor del uso de anticonceptivos, mientras entre personas con educación superior el porcentaje es considerablemente mayor (83%).

Uso de anticonceptivos

■ En contra ■ Intermedios ■ "A favor"

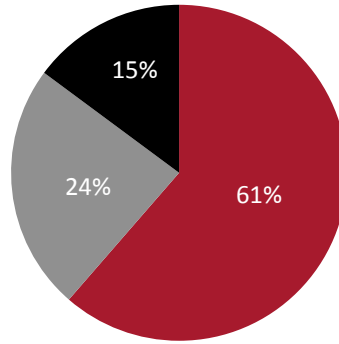


Valor es separar las responsabilidades Iglesia-Estado.

- Entre los mexicanos existe consenso en cuanto a la separación de iglesia y estado, ya que el 62% de los mexicanos coincide con que “Es mejor que las iglesias no influyan en el gobierno”.

Es mejor que las iglesias no influyan en el gobierno

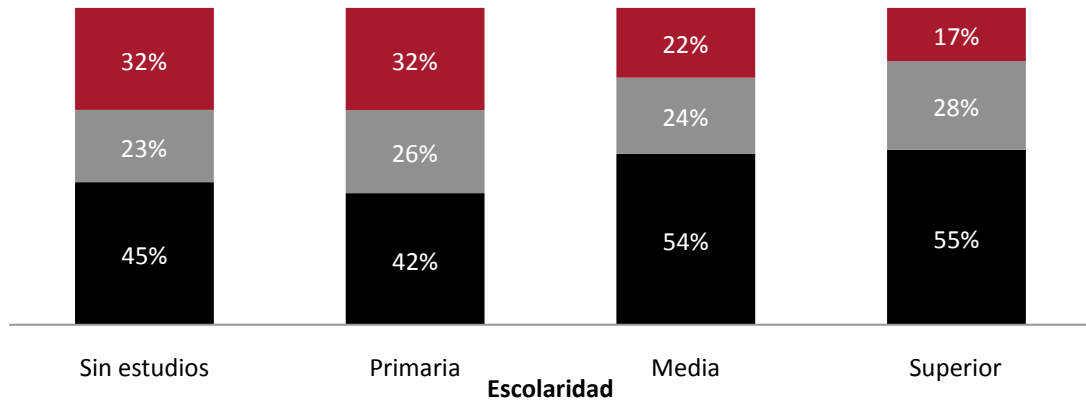
■ De acuerdo ■ Intermedio ■ Desacuerdo



- El apoyo a la separación iglesia-estado aumenta conforme aumenta de la educación de la gente. El 55% de las personas con educación superior consideran que no es bueno que las iglesias traten de influir en el gobierno. Mientras que en sectores sin estudios o sólo con educación primaria uno de cada tres está en de acuerdo con que las iglesias traten de influir en el gobierno.

¿Es bueno que las iglesias traten de influir en el gobierno?

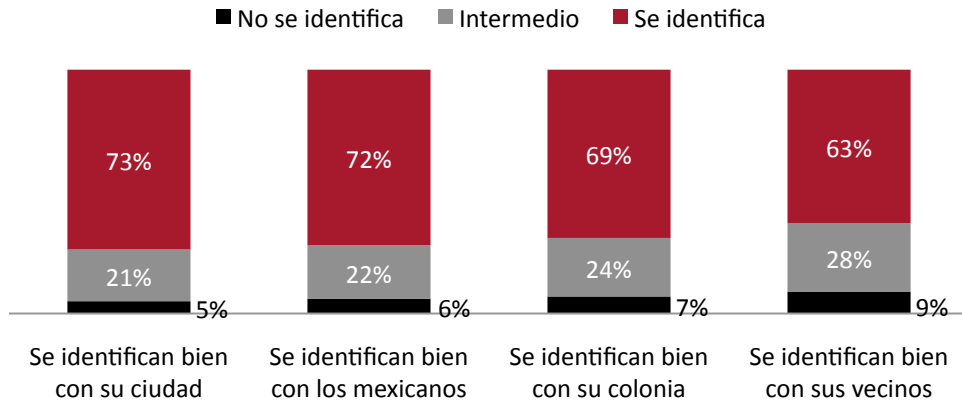
■ Desacuerdo ■ Intermedio ■ De acuerdo



Valor es solidaridad (identidad).

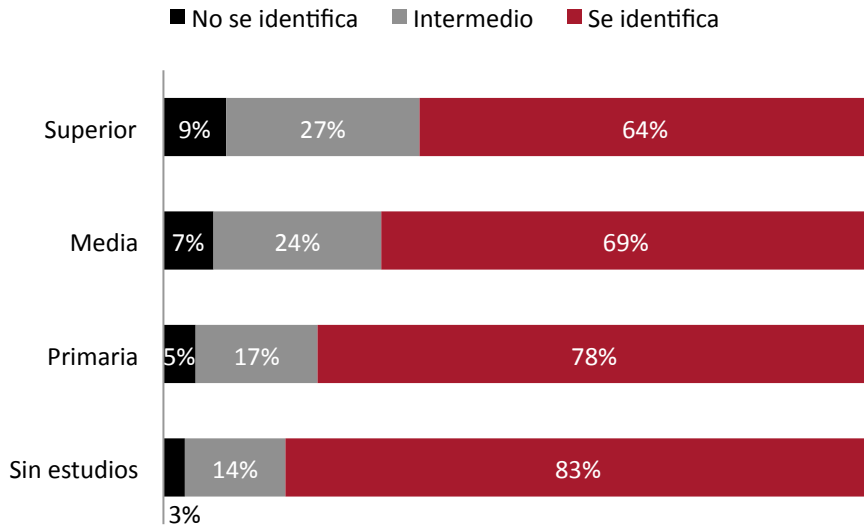
- La identidad entre los ciudadanos de un país es crucial para minimizar los conflictos de carácter social o étnico. La encuesta revela que existe un gran sentimiento de identidad, ya que el 72% se identifica bien con los mexicanos, el 73% con su ciudad, el 69% con su colonia y el 63% con sus vecinos.

Solidaridad



- El sentimiento de identidad con los mexicanos disminuye conforme aumenta el nivel de estudios de los entrevistados. Mientras el 83% de las personas sin estudios se identifica bien con los mexicanos, el 78% de las personas con educación primaria coincide, el 69% de las personas con educación media y 64% de las personas con educación superior.

Se identifican bien con los mexicanos

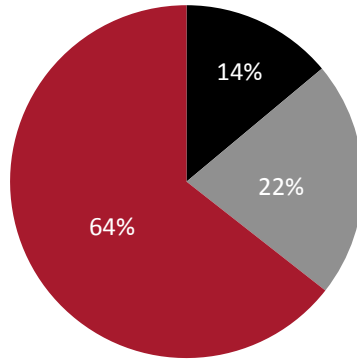


Valor es preocuparse por el futuro.

- Entre los mexicanos existe una preocupación por el futuro. El 64% considera que este es más importante que el pasado.

¿Qué es más importante el pasado o el futuro?

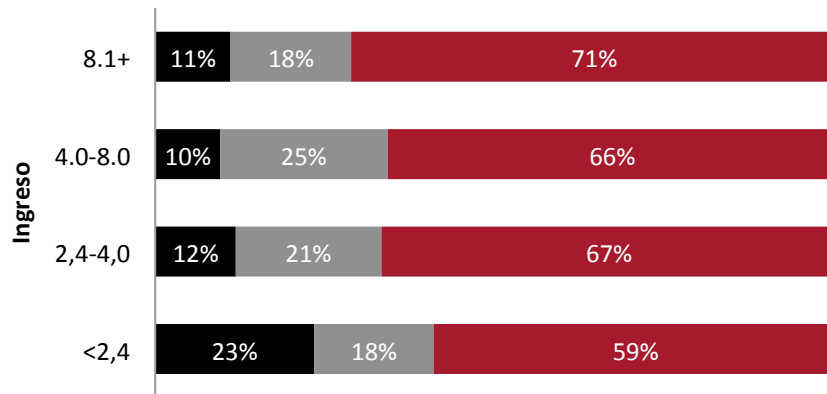
■ Pasado ■ Intermedio ■ Futuro



- Además, la preocupación por el futuro aumenta conforme aumenta el ingreso. 59% de las personas con menor ingreso familiar consideran que el futuro es más importante que el pasado. En contraste, 71% del estrato con mayor ingreso cree en la importancia del futuro sobre el pasado.

¿Qué es más importante el pasado o el futuro?

■ Pasado ■ Intermedio ■ Futuro



MARCO METODOLÓGICO

La encuesta fue aplicada a 1,200 personas mayores de 18 años, entre el 12 y el 28 de mayo del 2010. El trabajo de campo fue realizado por Data Opinión Pública y Mercados. El estudio mide la propensión al progreso basada en la tipología de los 25 valores culturales del Instituto de Cambio Cultural de la Escuela Fletcher de la Universidad de Tufts.

CENTRO DE INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO, A.C.

Con 25 años de existencia, el Centro de Investigación para el Desarrollo A.C. es un think tank independiente, sin fines de lucro, dedicado al estudio e interpretación de la realidad mexicana y a la presentación de propuestas viables para el desarrollo de México en el mediano y largo plazos. Elabora propuestas: que contribuyan al fortalecimiento del Estado de Derecho y a la creación de condiciones que propicien el Desarrollo Económico y Social de México; que enriquezcan la opinión pública; y que aporten elementos de juicio aprovechables en los procesos de toma de decisión de la sociedad.

GRACIAS AL APOYO DE:



Jaime Balmes 11, Edificio D, 2o. piso,
Col. Los Morales Polanco, C.P. 11510.

México D.F.

info@cidac.org

Tel. (52-55) 5985-1010

Fax (52-55) 5985-1030