



¿QUÉ TE HACE  
ORGULLOSO DE  
SER MEXICANO?





# RECUPERAR EL ORGULLO DE SER MEXICANO

¿POR QUÉ ESTA INVESTIGACIÓN?



**A la pregunta por nuestras cualidades nos respondemos señalando nuestros peores defectos.**

Identidad propia y comparaciones con los demás.

Países que admiramos ahora estaban peor que nosotros hace varias décadas: Corea, China...

México: punto de encuentro Norte – Sur; Occidente – Oriente. Pero no basta.



# RECUPERAR EL ORGULLO DE SER MEXICANO

## ¿PORQUÉ ESTA INVESTIGACIÓN?



### ¿ De qué podemos estar orgullosos los mexicanos?

- Más allá de nuestros prejuicios auto-denigrantes
- Para dirigirnos hacia el México que queremos:
  - Gente que hace la diferencia en el mundo
  - Pueblo satisfecho con sus logros en justicia y equidad
  - Nación responsable en el concierto de las naciones
- **Este ejercicio:**
  - Más que **un ensayo académico**, nos preguntamos a nosotros mismos **quiénes somos y qué queremos ser.**



# PARTICIPANTES Y AGRADECIMIENTOS



## GRUPO



Alejandro León Salmerón  
Mario Márquez Bazán  
Fernando Muro Macías  
Fco. Javier Ramírez Alvarado  
José Antonio Ramírez Vidal  
Alejandro Rivera Noscaira  
Juan Salazar Simarro  
Roberto Valdés P. Glur

Un agradecimiento especial a Fernando Aranda de CUDI por su apoyo para subir la encuesta a la red y ayudar con el software para analizar la información obtenida.

De la misma forma a Martha Ávila de CUDI por su apoyo en la difusión de este proyecto.





Dividimos el proyecto en varias fases.

**Hoy presentaremos la primera fase**, para conocer algunas de nuestras percepciones:

- Nuestras fortalezas y obstáculos.
- Cómo nos gustaría que fuera México dentro de 10 años.
- Actividades que percibimos como más relevantes y prioritarias.
- Personajes, símbolos y empresas que nos enorgullecen más.



# METODOLOGÍA



Encuesta *on line* realizada durante octubre 2020.

MUESTRA	GÉNERO		EDADES				GEOGRAFÍA	
	FEMENINO	MASCULINO	18-39	40-49	50-59	60+	AMVM	PROVINCIA
1105	524	581	142	125	254	584	507	598

Se usó un factor de ponderación para ajustar la muestra a los % de los segmentos en la realidad, con base en datos del INEGI.



# METODOLOGÍA

Se adicionó una muestra de mexicanos que residen en el extranjero para detectar si su percepción es diferente o no a la de los mexicanos que viven dentro del país.

MEXICANOS EN EL  
EXTRANJERO

135





# PRINCIPALES HALLAZGOS



# ¿QUÉ SE PERCIBE COMO LO MÁS VALIOSO DE MÉXICO?



**SU GENTE**

**44.8%** (PROVINCIA 51.5%)

**SU BIODIVERSIDAD Y CLIMA**

**32.0%**

**SU UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

**23.2%** (AMCM 27.3%)

	18 - 39	40 - 49	50 - 59	60+
SU GENTE	39.9%	48.3%	47.6%	53.4%
SU BIODIVERSIDAD Y CLIMA	37.0%	32.5%	28.0%	19.8%
SU UBICACIÓN GEOGRÁFICA	23.1%	19.2%	24.4%	26.8%

# ¿CÓMO ME GUSTARÍA QUE FUERA MÉXICO DENTRO DE 10 AÑOS?

## LOS TOP 5 DESEOS



**TODOS LOS MEXICANOS TENDRÁN UN MEJOR NIVEL DE VIDA: EDUCACIÓN, SALUD, VIVIENDA, EMPLEO** 14.4%

**MÉXICO DESARROLLA Y USA ENERGÍAS RENOVABLES: EÓLICA, SOLAR** 10.5%

**MÉXICO INVIERTE EN DESARROLLO TECNOLÓGICO** 10.1%

MÉXICO ES UNA POTENCIA ECONÓMICA MUNDIAL 8.5%

LAS PYMES Y MICROPYMES SON UN MOTOR IMPORTANTE DE LA ECONOMÍA 8.2%

**51.7%**



# ¿CÓMO ME GUSTARÍA QUE FUERA MÉXICO DENTRO DE 10 AÑOS?



**MÉXICO DESARROLLA Y USA ENERGÍAS RENOVABLES: EÓLICA, SOLAR**

**10.5%**

**MÉXICO ES UN EJEMPLO MUNDIAL DE CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE**

**7.5%**

**18.0%**

**Importancia de tomar conciencia del cambio climático**



# ¿CÓMO ME GUSTARÍA QUE FUERA MÉXICO DENTRO DE 10 AÑOS?



LAS PYMES Y MICROPYMES SON UN MOTOR IMPORTANTE DE LA ECONOMÍA

8.2%

LA ECONOMÍA INFORMAL REDUCIDA POR LA GENERACIÓN DE EMPLEOS FORMALES

6.9%

15.1%

El apoyo a emprendedores para establecer negocios formales exitosos



# ¿CÓMO ME GUSTARÍA QUE FUERA MÉXICO DENTRO DE 10 AÑOS?



HACIA DENTRO



HACIA FUERA

**TODOS LOS MEXICANOS  
TENDRÁN UN MEJOR NIVEL DE  
VIDA: EDUCACIÓN, SALUD,  
VIVIENDA, EMPLEO 14,4%**

**MÉXICO DESARROLLA Y USA  
ENERGÍAS RENOVABLES: EÓLICA,  
SOLAR 10.5%**

**MÉXICO INVIERTE EN DESARROLLO  
TECNOLÓGICO 10.1%**

**LAS PYMES Y MICROPYMES SON UN MOTOR  
IMPORTANTE DE LA ECONOMÍA 8.2%**

**MÉXICO ES UNA POTENCIA  
MUNDIAL 8.5%**

**MÉXICO ES UN EJEMPLO MUNDIAL DE  
CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE 7.5%**

**MÉXICO ESTÁ ENTRE LOS PRINCIPALES DESTINOS  
TURÍSTICOS DEL MUNDO 6.2%**

**LOS MEXICANOS SON RECONOCIDOS  
MUNDIALMENTE POR LA CALIDAD DE SU  
TRABAJO 6.1%**



# ¿CUÁLES ACTIVIDADES CONSIDERAS PRIORITARIAS PARA IMPULSAR A MÉXICO?



**MEJORAR EL SISTEMA EDUCATIVO EN TODOS LOS NIVELES:  
DESDE EL BÁSICO HASTA EL UNIVERSITARIO**

**10.5%**

**QUE LAS EMPRESAS SEAN SOCIALMENTE RESPONSABLES: OBTENGAN GANANCIAS  
PARA CRECER Y PARA SUS DUEÑOS, PERO DEVUELVAN PARTE PARA EL DESARROLLO  
DE SUS TRABAJADORES Y LA COMUNIDAD**

**8.1%**

**IMPULSAR ENERGÍAS RENOVABLES: SOLAR, EÓLICA**

**7.7%**

**INTEGRAR A LAS COMUNIDADES MARGINADAS AL SISTEMA PRODUCTIVO, APROVECHANDO  
SU POTENCIAL Y NECESIDADES, MEDIANTE LA INCLUSIÓN: EDUCACIÓN, CRÉDITOS,  
ORGANIZACIÓN, ASESORÍAS**

**7.4%**

**CAPACITAR A LOS OBREROS MEXICANOS PARA SER MÁS COMPETITIVOS**

**6.4%**

**APROVECHAR AL MÁXIMO EL T MEC CON EE.UU. Y CANADÁ**

**6.3%**

# ¿CUÁLES ACTIVIDADES CONSIDERAS PRIORITARIAS PARA IMPULSAR A MÉXICO?

**MEJORAR EL SISTEMA EDUCATIVO EN TODOS LOS NIVELES: DESDE EL BÁSICO HASTA EL UNIVERSITARIO**

**10.5%**

**CAPACITAR A LOS OBREROS MEXICANOS PARA SER MÁS COMPETITIVOS**

**6.4%**

**16.9%**

**Relevancia de la educación formal y la capacitación en el trabajo**



# ¿CUÁLES ACTIVIDADES CONSIDERAS PRIORITARIAS PARA IMPULSAR A MÉXICO?

**QUE LAS EMPRESAS SEAN SOCIALMENTE RESPONSABLES**

**8.1%**

**INTEGRAR A LAS COMUNIDADES MARGINADAS AL SISTEMA PRODUCTIVO**

**7.4%**

**15.5%**

**Relevancia de la responsabilidad social y el sentido de inclusión social**



**RESPONSABILIDAD Social Empresarial**





# ¿QUÉ OBSTACULIZA A LOS MEXICANOS PARA SER EXITOSOS?



**SER CORRUPTOS**

**21.4%**

**NO CREER EN NOSOTROS MISMOS**

**19.4%** (21.1%; 18 – 39 AÑOS)

**NO TENER INICIATIVA**

**15.7%** (13.7%; 18 – 39 AÑOS)

**NO SENTIRNOS COMPETITIVOS FRENTE A OTROS PAÍSES**

**15.0%** (17.6%; AMCM)

SER FLOJOS

**14.7%** (16.7%; 18 – 39 AÑOS)

SENTIRNOS ACOMPLEJADOS

**13.8%** (17.3%; 18 – 39 AÑOS)

**TOTAL: 44.5%; 18 – 39 AÑOS: 52.1%**

# SÍMBOLOS QUE NOS ENORGULLECEN MAS COMO MEXICANOS



**LOS SITIOS PREHISPÁNICOS**

**8.8%** (PROVINCIA 9.9%)

**LA BANDERA DE MÉXICO**

**8.5%** (PROVINCIA 9.9%)

**EL HIMNO NACIONAL**

**8.3%** (PROVINCIA 10.2%)

**LA UNAM**

**8.1%** (AMCM 9.3%)

**LA COMIDA TÍPICA MEXICANA**

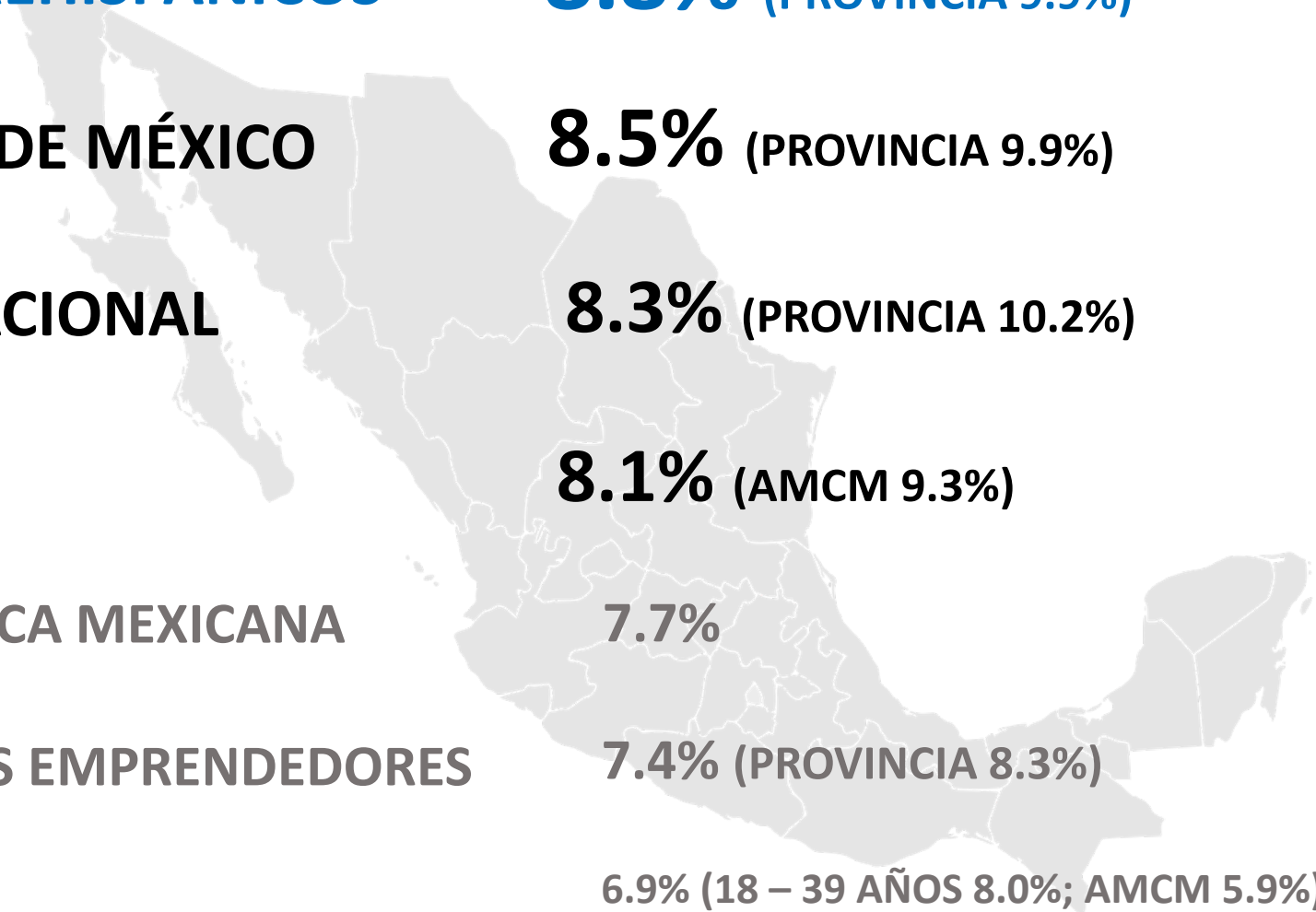
7.7%

**LOS MEXICANOS EMPRENDEDORES**

7.4% (PROVINCIA 8.3%)

**TEQUILA**

6.9% (18 – 39 AÑOS 8.0%; AMCM 5.9%)



# SÍMBOLOS QUE CALIFICAN MAS BAJO EN LO QUE NOS ENORGULLECE COMO MEXICANOS



**LOS CHARROS Y SUS TRAJES** **4.1%** (PROVINCIA 5.2%; 18 – 39 3.6%)

**LOS HÉROES DE LA INDEPENDENCIA** **3.9%** (PROVINCIA 4.9%)

**LA SELECCIÓN NACIONAL DE FUTBOL** **2.8%** (18 – 39 2.2%; PROVINCIA 3.9%)



# PERSONAJES HISTÓRICOS QUE NOS ENORGULLECEN MÁS COMO MEXICANOS



**SOR JUANA INÉS DE LA CRUZ**

**8.1%** (8.7% MUJERES; 7.0% HOMBRES)

**OCTAVIO PAZ**

**7.6%** (6.5% MUJERES; 8.1% HOMBRES)

**BENITO JUAREZ**

**5.9%**

**PORFIRIO DIAZ**

**5.7%**

**FRIDA KAHLO**

**5.4%**

**MIGUEL HIDALGO**

**5.2%**

**LÁZARO CÁRDENAS**

**4.5%**

**JOSEFA ORTIZ DE DOMINGUEZ**

**4.3%**

**EMILIANO ZAPATA**

**4.3%**

**DIEGO RIVERA**

**4.2%**

# ¿QUÉ TANTO NOS ENORGULLECEN *PERSONAJES HISTÓRICOS*...?



## ARTISTAS 12.9%

FRIDA KAHLO	5.4%
DIEGO RIVERA	4.2%
DAVID SIQUEIROS	3.3%

## INTELECTUALES 23.8%

SOR JUANA INÉS DE LA CRUZ	8.1%
OCTAVIO PAZ	7.6%
JOSÉ VASCONCELOS	4.6%
CARLOS FUENTES	3.5%

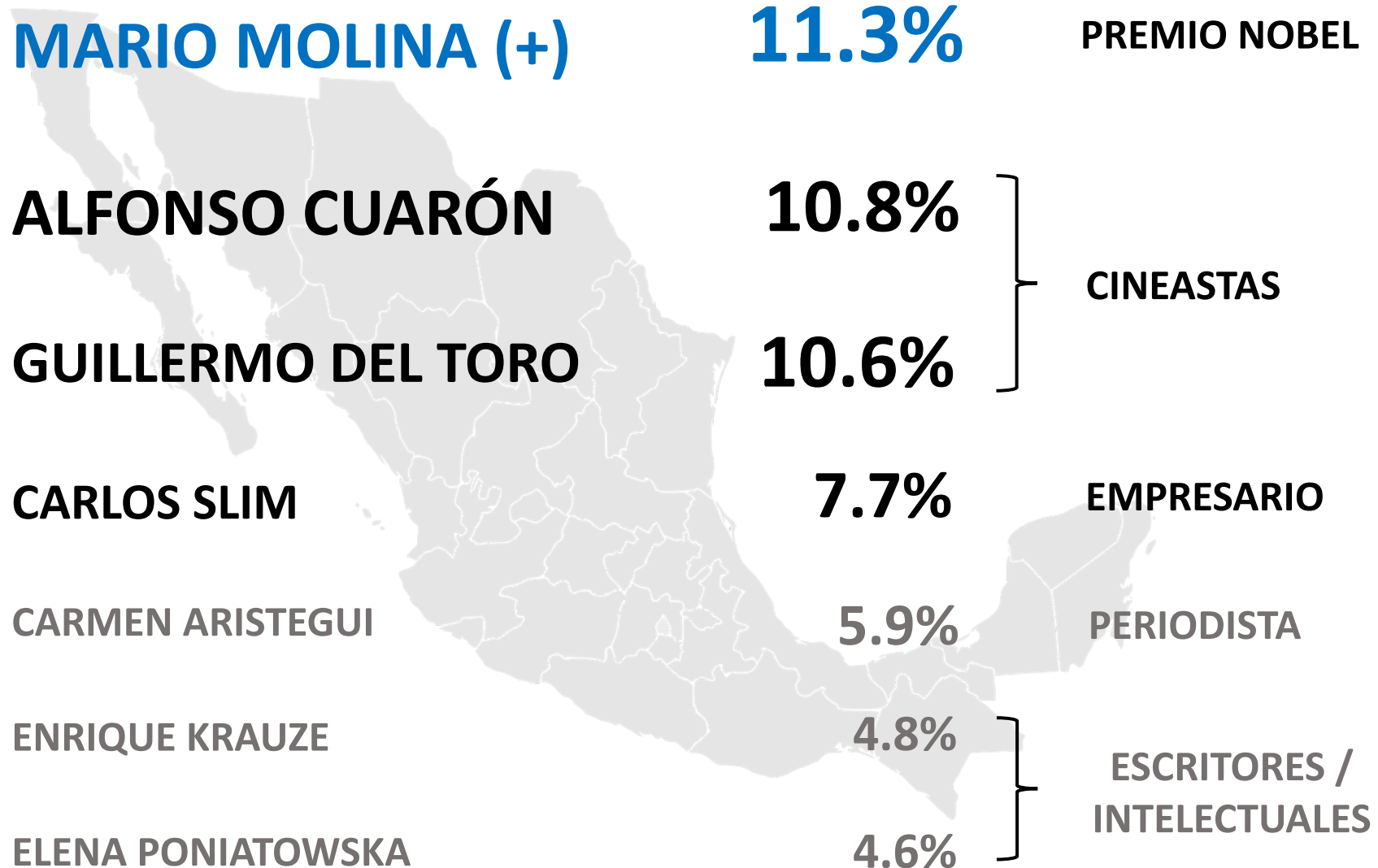
## INDEPENDENCIA DE MÉXICO 18.0%

BENITO JUÁREZ	5.9%
MIGUEL HIDALGO	5.2%
J ORTIZ DE DOMINGUEZ	4.3%
VICENTE GUERRERO	2.6%

## REVOLUCIÓN MEXICANA 16.0%

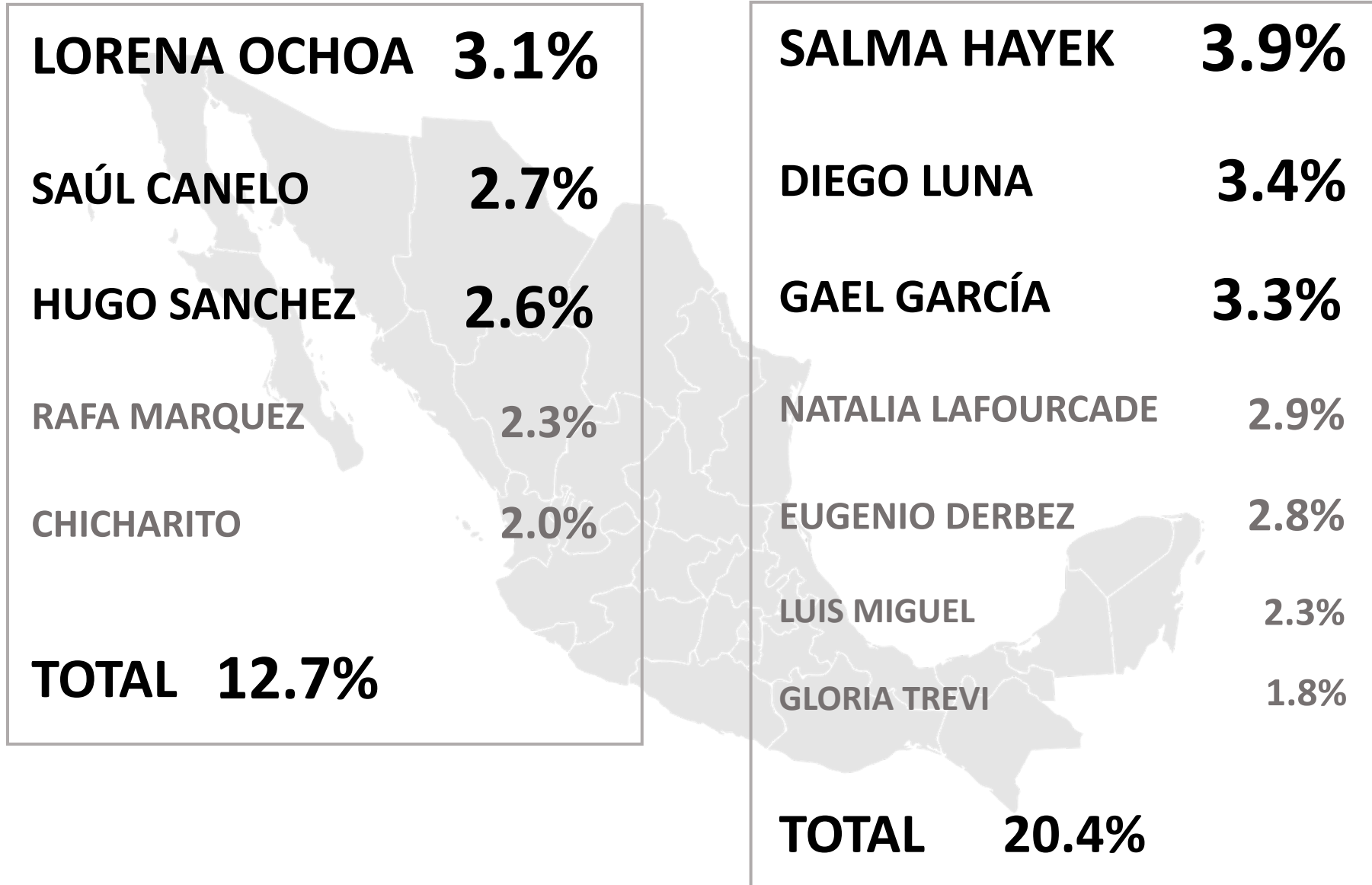
PORFIRIO DIAZ	5.7%
EMILIANO ZAPATA	4.3%
FRANCISCO MADERO	3.3%
PANCHO VILLA	2.7%

# PERSONAJES ACTUALES QUE NOS ENORGULLECEN MÁS COMO MEXICANOS

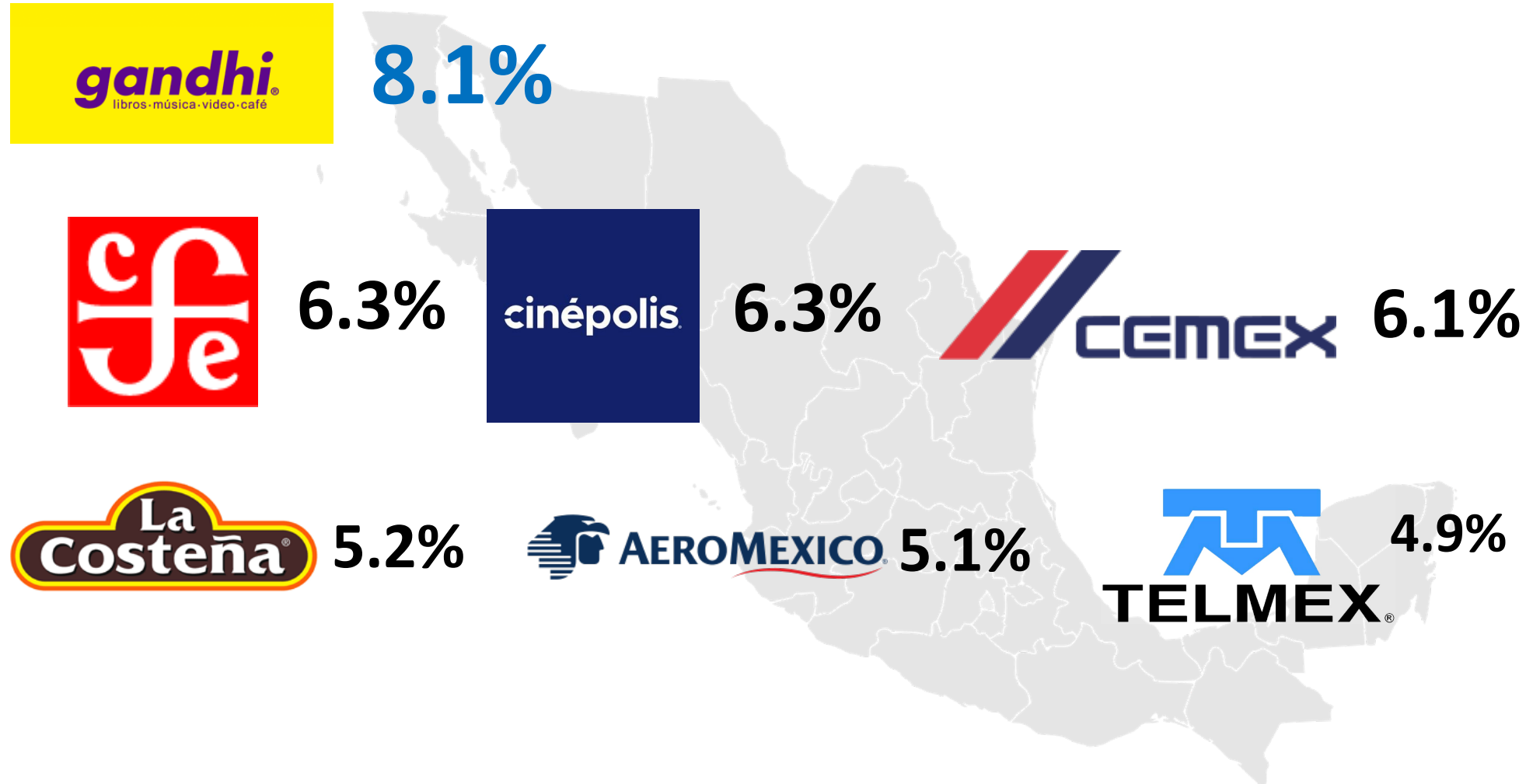




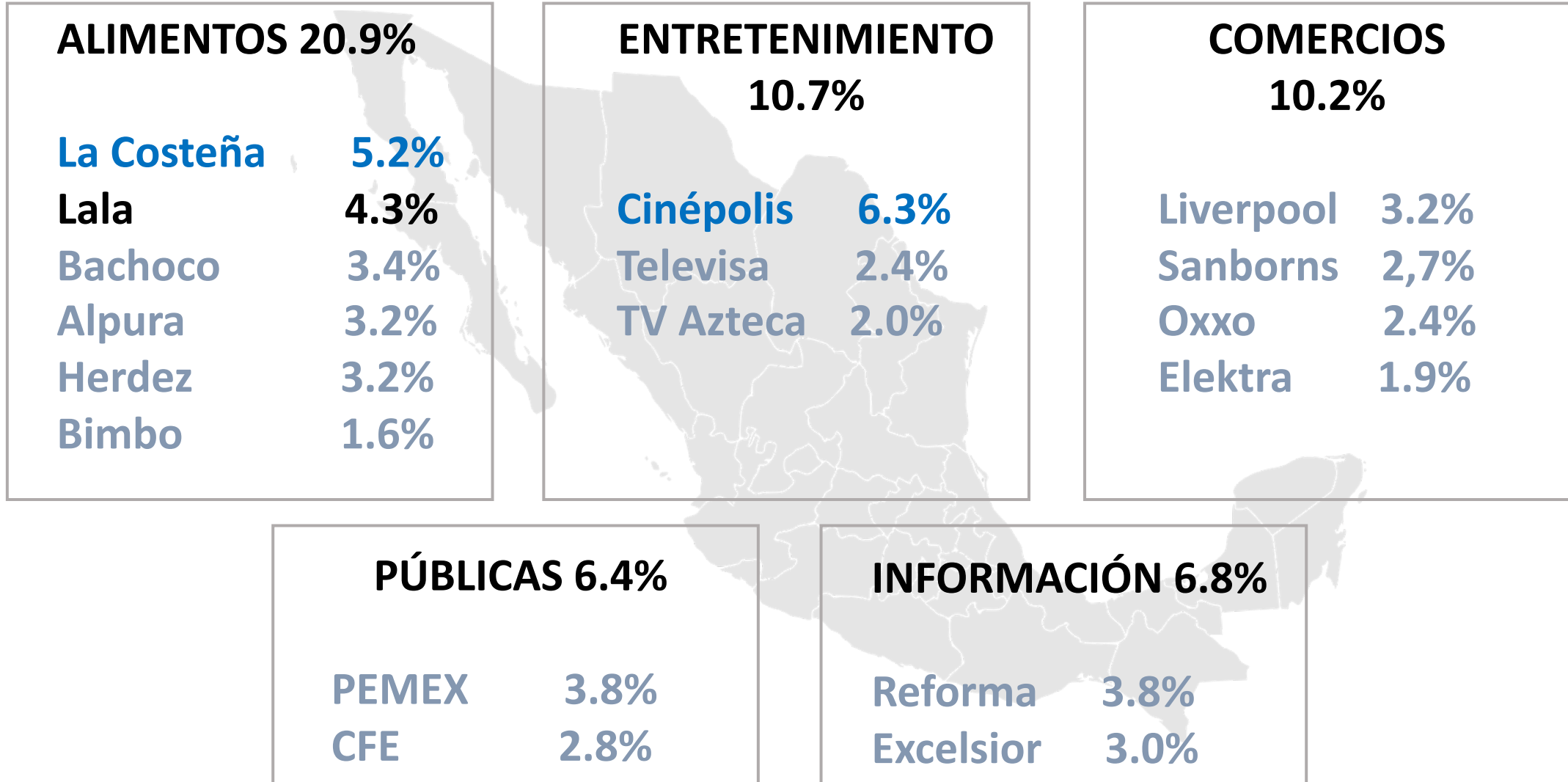
# ¿QUÉ TANTO NOS ENORGULLECEN NUESTROS DEPORTISTAS Y ARTISTAS?



# EMPRESAS QUE NOS ENORGULLECEN MÁS A LOS MEXICANOS



# CÓMO CALIFICAN POR CATEGORÍAS ALGUNAS *EMPRESAS* EN CUANTO AL ORGULLO QUE NOS GENERAN COMO MEXICANOS





# ***INSIGHTS***

## **Fase 1**



# PRINCIPALES *INSIGHTS*



- Aprender a creer en nosotros
- Desarrollo integral: crecimiento económico socialmente responsable e incluyente
- Mejora del sistema educativo
- Mayor conciencia ecológica
- El crecimiento económico incluye a las PYMES y MICROPYMES
- El T MEC es importante, pero no sin considerar un desarrollo integral
- Entre los principales generadores mexicanos de orgullo: Sor Juana Inés de la Cruz, instituciones y empresas culturales, premio Nobel y cineastas

# MEXICO *emergente*



**EL MÉXICO QUE ESTAMOS  
CONSTRUYENDO OCURRE EN  
ALGÚN LUGAR  
ENTRE LO QUE SOMOS Y LO  
QUE QUEREMOS SER.**

*Entre el cómodo arraigo y los primeros síntomas de hartazgo, entre los comportamientos tangibles y las tendencias que anuncia.*

**FUENTE: Estudio “MÉXICO *emergente*” realizado por DE LA RIVA GROUP**

Este movimiento en las soluciones que utilizamos puede explicarse a través de **3 tipos de códigos** que comúnmente usan los semiólogos.



### CÓDIGOS RESIDUALES

Valores y prácticas culturales que se construyen con referentes de soluciones pasadas.

REPRESENTAN  
NUESTRAS  
SOLUCIONES  
DE SIEMPRE



PERPETUAR

*“...el auto más vendido de México ya no se vende porque ya no lo hacen, si no se seguiría vendiendo...”*



### CÓDIGOS DOMINANTES

Valores y prácticas culturales actuales que se construyen a partir de la confirmación del *status quo*.

REPRESENTAN  
NUESTRAS  
SOLUCIONES  
ESTABLES



CONFIRMAR

*“...el transporte ideal para una ciudad enorme y sobrepoblada...”*



### CÓDIGOS EMERGENTES

Valores y prácticas que se construyen con representantes de todos los tiempos para adaptarse al contexto.

REPRESENTAN  
NUESTRAS  
SOLUCIONES  
RENOVADAS



ENSAYAR

*“...siempre ha existido, pero ahora la uso por otras razones...”*

# LA POBLACIÓN MEXICANA EN CÓDIGOS

Se realizó un análisis estadístico con la finalidad de generar una segmentación basada en los códigos a partir de ciertas actitudes.

\*Cuantitativamente, no hay diferencias significativas sobre población residual, dominante o emergente en las diferentes regiones del país.

R

## CÓDIGOS RESIDUALES

Tienden a ser personas del NSE bajo y de 50+ años.

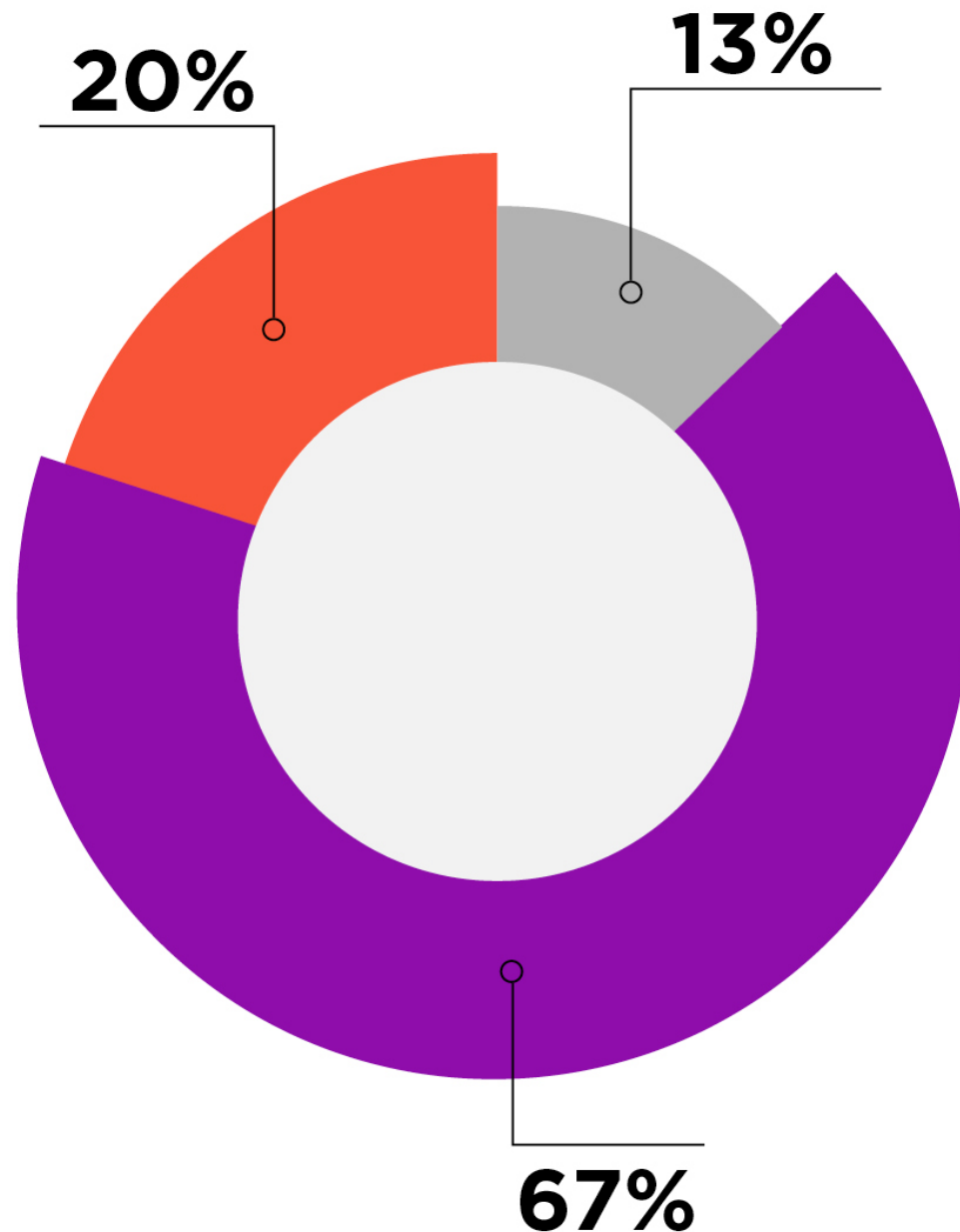
D

## CÓDIGOS DOMINANTES

E

## CÓDIGOS EMERGENTES

Tienden a ser personas de NSE ABC+ y jóvenes de 15-30 años.





# HIPÓTESIS a probar en siguientes fases



## CÓDIGOS RESIDUALES

Tienden a ser personas del NSE bajo y de 50+ años.

- CHARROS

- T MEC
- QUEJARNOS DE SER CORRUPOTOS
- NO CREER EN NOSOTROS MISMOS



## CÓDIGOS DOMINANTES

- FRIDA KAHLO

- CRECIMIENTO INTEGRAL: ECONÓMICO, EDUCATIVO, SOCIALMENTE RESPONSABLE E INCLUYENTE
- EL T MEC ES IMPORTANTE, PERO NO SIN CONSIDERAR UN CRECIMIENTO RESPONSABLE E INCLUYENTE



## CÓDIGOS EMERGENTES

Tienden a ser personas de NSE ABC+ y jóvenes de 15-30 años.

- BANDERA E HIMNO
- DIEGO RIVERA
- DAVID SIQUEIROS
- CARLOS SLIM

- CREER EN NOSOTROS MISMOS
- MAYOR CONCIENCIA ECOLÓGICA
- MEXICANOS EMPRENDEDORES
- ENTRE PRINCIPALES GENERADORES MEXICANOS DE ORGULLO: SOR JUANA INÉS DE LA CRUZ, INSTITUCIONES Y EMPRESAS CULTURALES, PREMIO NOBEL, CINEASTAS



**GRACIAS  
¿PREGUNTAS?**