

# ¿Cómo Somos los Mexicanos de los Noventa?¹

*Economía de Mercado e Individualización*

**Javier Alagón**

**Estadística Aplicada**

Séptima de Ocho Partes

Datos obtenidos en la Encuesta Nacional de Valores de los Mexicanos, levantada en junio de 1994 por el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.

	Están de acuerdo con la política de privatización del gobierno anterior	Están de acuerdo en que suba el precio del tomate, cuando hay poco tomate	Están de acuerdo en que el precio del café cambie, dependiendo de la demanda	Le parece justo que suban precios de terrenos, en un barrio recién pavimentado	Invertiría en un buen negocio, en vez de gastar en la fiesta de 15 años de su hija	Creen que las personas que no saben de política deben tener derecho a votar	Están de acuerdo en que un detenido sea torturado, cuando sabe la policía que violó a una mujer
<b>Total</b>	<b>39%</b>	<b>32</b>	<b>30</b>	<b>44</b>	<b>65</b>	<b>82</b>	<b>40</b>
<b>SEXO</b>							
Masculino	44	32	33	51	62	84	37
Femenino	35	30	28	39	68	81	43
<b>EDAD</b>							
18-25	42	30	30	43	64	79	48
26-35	47	30	29	46	64	84	40
36-50	36	32	29	44	66	86	38
51-60	29	38	32	52	72	84	35
61+	26	30	30	39	61	75	32
<b>INGRESO</b>							
0-1 sm	21	33	33	38	67	76	39
1-3 sm	37	29	28	45	65	83	38
3-5 sm	51	30	26	43	64	86	46
5+ sm	58	36	34	56	64	84	44
<b>INTENCIÓN DE VOTO</b>							
PAN	42	34	31	48	63	86	42
PRI	38	28	28	44	64	83	43
PRD	29	39	37	44	59	79	41
Otro	40	30	32	39	70	83	38
Ninguno	37	32	29	43	70	79	33
<b>HABITANTES</b>							
< 2500	41	35	32	41	60	90	38
2500-15,000	26	28	30	43	62	78	39
15,000-100,000	35	32	33	40	70	84	36
100,000 +	48	32	28	48	63	82	44

Bases: Total (3415), Masculino (1605), Femenino (1810), 18-25 (959), 26-35 (919), 36-50 (983), 51-60 (312), 61+ (242), 0-1 sm (786), 1-3 sm (1406), 3-5 sm (763), 5+ sm (460), PAN (611), PRI (1655), PRD (290), Otro (149), Ninguno (710), Menos de 2500 (576), 15,000-100,000 (576), 100,000+ (1707).



## Comentario

La muestra es representativa, salvo errores muestrales de la población mexicana mayor de 18 años.

Se puede observar de los datos presentados en el cuadro que, cuatro de cada diez mexicanos manifestaban estar de acuerdo en 1994 con la política de privatización del gobierno anterior. Esta posición ocurre con mayor frecuencia en los grupos más jóvenes de la muestra (18 a 35 años). Conforme aumenta la edad, la política de privatización del gobierno anterior es reprobada con mayor frecuencia.

Resulta evidente que a mayor nivel de ingreso, mayor nivel de acuerdo con la política de privatización del gobierno anterior. Tal y como quizás se pudiera haber esperado, el menor nivel de acuerdo con la política de privatización se da entre los simpatizantes del PRD. Por otro lado, el mayor nivel de acuerdo se da entre los simpatizantes del PAN (¡y no entre simpatizantes del PRI!). Relacionado con este tema, y sin proponer explicación alguna, resulta curioso notar que los hombres se encontraban más de acuerdo con la política de privatización del gobierno anterior que las mujeres.

Tan sólo uno de cada tres mexicanos mayores de 18 años manifiestan estar de acuerdo con que el precio del tomate suba, cuando hay poco tomate. No se registran diferencias muy fuertes en esta variable entre los diferentes grupos de edad.

Los principios básicos de libre mercado no parecen estar sumamente arraigados en el pueblo mexicano: tan sólo uno de cada tres mexicanos mayores de 18 años declaran estar de acuerdo en que el precio del café suba o baje dependiendo de la demanda de café que haya. Pareciera que atrás de esta posición se encuentra la idea de la existencia de un estado paternalista que se responsabilice (y asuma) los costos que implican una economía de libre mercado. Resulta interesante notar que a pesar de que los simpatizantes del PRD manifestaban mayor antagonismo a la política de privatización del gobierno anterior, son ahora los que manifiestan mayor nivel de acuerdo a los principios básicos de la relación de precios con oferta y demanda (¿simple coincidencia?).

Relacionado con el tema anterior, poco menos de la mitad de los mexicanos mayores de 18 años pensaban que era justo que subieran los precios de los terrenos en un barrio recién pavimentado. El mayor nivel de acuerdo con esta posición se encuentra entre los simpatizantes del PAN y entre las personas con mayores niveles de ingreso.

A pesar de que la mayoría de los mexicanos mayores

de 18 años no están de acuerdo con los principios básicos de libre mercado, resulta interesante notar que dos de cada tres mexicanos preferirían invertir en un buen negocio, en vez de gastar sus ahorros en la fiesta de 15 años de su hija.

Relacionado con otro tema, cuatro de cada cinco mexicanos pensaban en 1994 que las personas que no saben de política tienen derecho a votar, siendo los simpatizantes del PRD el grupo de personas que se manifiesta más cerrado a que voten los que no saben de política (¿simple coincidencia?).

Finalmente, y relacionado con un tema sumamente espinoso, cuatro de cada diez mexicanos estaban de acuerdo en 1994 con que un detenido que sabe la policía que violó a una mujer, fuera torturado. Después de los tres años de gran violencia que hemos vivido los mexicanos, sería muy interesante contrastar la cifra anterior con la actual. Seguramente el desgaste y la desesperación de la sociedad mexicana ante el tema de la violencia se vería reflejado en un mayor valor de la estadística anterior.

Ojalá que el presente artículo contribuya a que nosotros, los mexicanos, nos conozcamos más y mejor.

1 Información recabada del libro "Los Mexicanos de los Noventa" de Beltrán U. et al 1996, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.

# TOSCHI

marketing resources

## TECNICAS

Macrosesiones  
 Microsesiones  
 Sesiones Clínicas  
 Sesiones ad hoc  
 Entrevista individual  
 en Profundidad

*Estrategias alternativas  
 para la toma de decisión  
 en Marketing*

● *Investigación Cualitativa  
 de Mercados*

## ESTUDIOS

Imagen  
 Posicionamiento  
 Publicidad  
 Prueba de Productos  
 y Empaques  
 Desarrollos Turísticos  
 e Inmobiliarios

Río Pánuco No 55 Despachos 901-902 (entre Río Rhin y Río Sena)  
 Col. Cuauhtémoc C.P. 06500 México, D.F.  
 Tels: (52-5)705-68-32 / 705-32-30 Fax: (52-5)531-69-79  
 Internet: [toschi@spin.com.mx](mailto:toschi@spin.com.mx)