

# Octava Evaluación Trimestral de Fox



Roy Campos  
Consulta Mitofsky

## Deja de crecer la aprobación y caen algunos indicadores de popularidad al cumplirse dos años de gobierno del Presidente Fox.

Se cumplen ya dos años del primer gobierno del siglo 21 en México, como cada trimestre se preguntó a los ciudadanos del país sobre la opinión y la percepción sobre diversos aspectos del quehacer gubernamental, principalmente sobre la actuación del Presidente Fox.

Se exponen a continuación algunos detalles de esta medición y de la evolución a lo largo de los 24 meses, pero podemos adelantar que el nivel de aprobación dejó de crecer como lo había hecho durante las dos últimas mediciones, aunque se conservó en niveles relativamente buenos.

### Acuerdo con el Presidente

El 54% de los ciudadanos del país están de acuerdo con la forma de gobernar del presidente Fox. Esta cifra es ligeramente inferior a la observada hace 3 meses (57% en agosto) y representa la primera caída después de dos trimestres de recuperación.

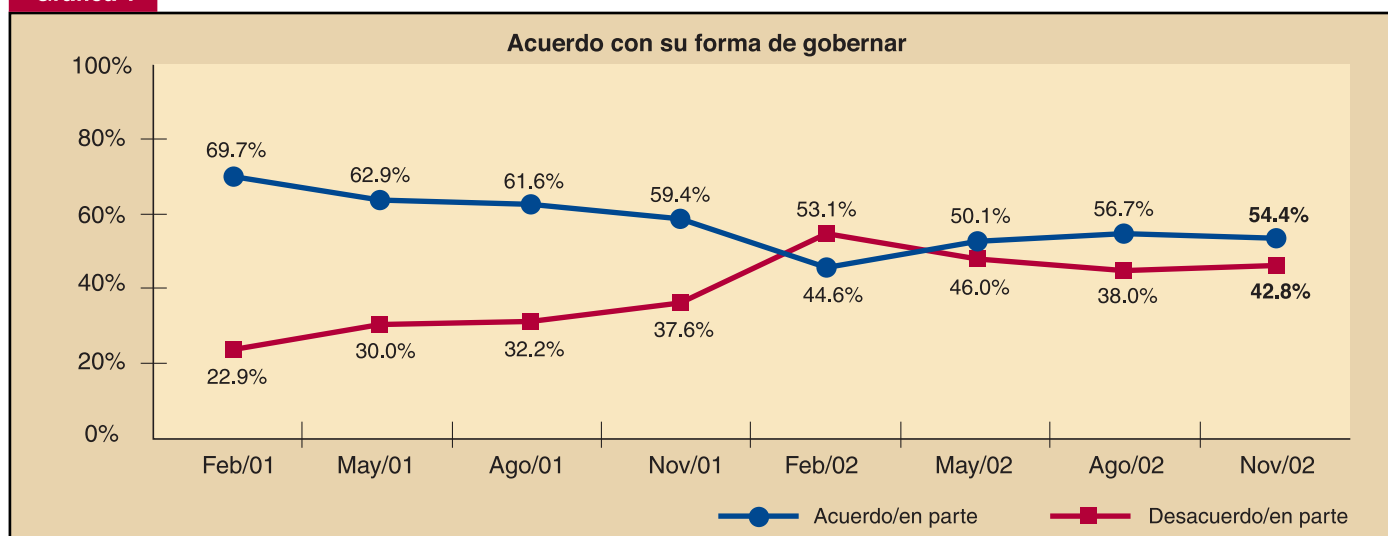
Al comparar este 54% con el dato de un año, vemos que al cumplir un año, 59% aprobaban la gestión del presidente y ahora es 5 puntos porcentuales menos; es decir, no es una caída fuerte, mas bien se podría decir que se mantiene en niveles similares.

En contraparte con el acuerdo, en estos momentos 43% desaprueban la gestión, 5 puntos más que en agosto pasado, aunque no es el peor dato del año, ya que en febrero pasado obtuvo 53% de desacuerdo. Gráfica 1.

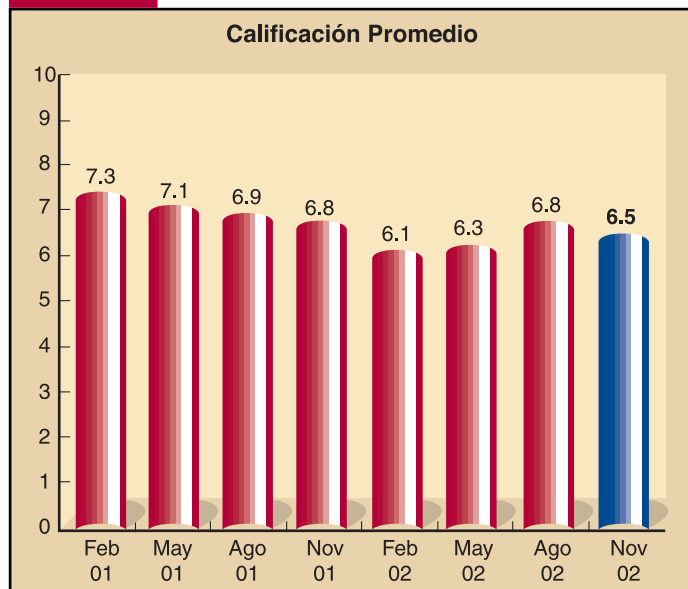
La calificación que le asignan los ciudadanos al presidente como resumen de su actuación (como si estuviera en la escuela es en promedio de 6.5, tres décimas menos que en agosto y por supuesto menor a la calificación que le estuvieron otorgando durante todo el año pasado. Gráfica 2.

Nuevamente los mayores acuerdos los logra en “su forma de relacionarse con otros países” (60%), seguida de “combate a la delincuencia” (55%), en cambio no es aprobado en “combate a la corrupción” (44%) y en “manejo de la economía” (46%). Gráfica 3.

Gráfica 1



**Gráfica 2**



**Gráfica 3**



En cuestión de logros, nuevamente lo que más reconocimiento logra es lo relacionado con el extranjero. Esto es, 46% dice que ha hecho mucho para aumentar las inversiones extranjeras y 44% para aumentar el prestigio de México fuera del país. En cambio, se le otorga poco reconocimiento en materia de “disminución de la pobreza” (18%), “Disminución de la inflación” (19%) y “creación de empleos” (25%). En todos los casos, salvo en los asuntos con el extranjero y en la salud, baja el reconocimiento a los logros respecto a lo que observamos en agosto. Gráfica 4.

Una variable que muestra una ligera mejoría es la percepción de que el presidente tiene las riendas del

**Gráfica 4**



país, ya que sube de 35% a 39% el porcentaje de ciudadanos que así lo cree, aunque sigue siendo mayoría el segmento que piensa que “las cosas están saliendo de su control”, situación que observamos a partir de febrero de este año y que no ha recuperado los niveles que durante todo 2001 tuvo. Gráfica 5.

### Atributos Personales del Presidente

Existe una importante disminución en la imagen del presidente al evaluar uno a uno los atributos que ve la población en él. Lo que más se le reconoce es “cercanía con la gente” y “tolerancia con quienes le critican”, en cambio, no se le ve mucha “experiencia”, “liderazgo” ni “capacidad para resolver problemas”.

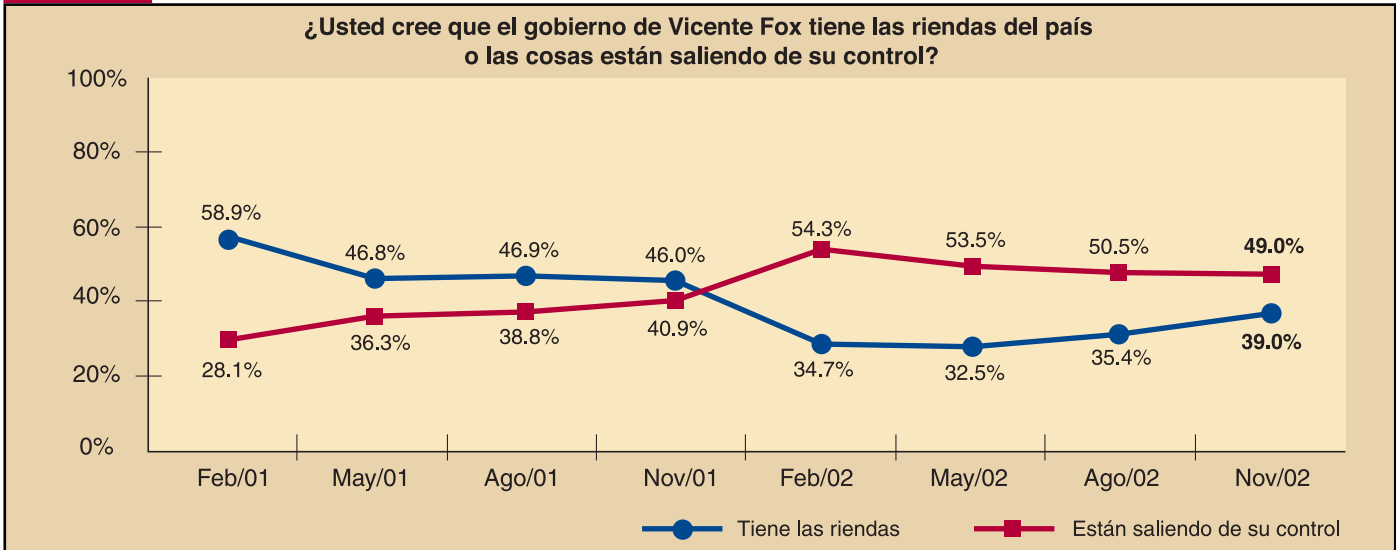
En general, todos los atributos han disminuido aunque en forma importante observamos que en dos años el “liderazgo” bajó de 69% al tomar posesión, 39% un año después y 32% a los dos años, siendo el atributo con mayor caída. En cambio la “tolerancia” ha disminuido poco al pasar de 46% hace un año a 41% en esta medición, es decir, solo 5 puntos menos. Cuadro 1.

Donde sigue mejorando, por segundo trimestre seguido, es en la credibilidad al pasar de 48% a 53% el porcentaje de ciudadanos que dicen creerle cuando habla, cifra similar a la de hace un año. Gráfica 6.

### Problemática Percibida

Como recurrentemente se ha observado en todas las mediciones, los 4 problemas que espontáneamente

Gráfica 5



Con lo que usted sabe,  
¿Cómo evalúa a Vicente Fox en cuanto a... bien o mal?

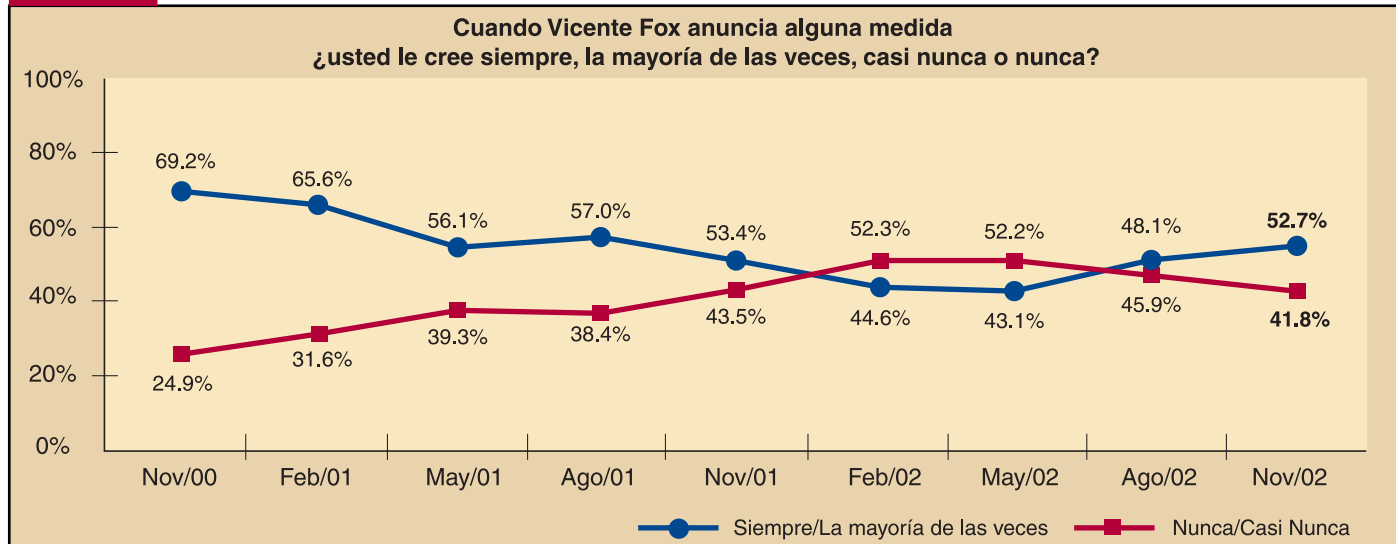
	% "Bien"		
	Nov/00	Nov/01	Nov/02
Cercanía con la gente	71.1	48.8	41.4
Tolerancia con quienes lo critican	63.4	46.1	41.3
Comportamiento como presidente	71.1	48.8	34.4
Honradez	61.4	46.7	33.6
Sinceridad	60.4	44.0	33.5
Liderazgo para dirigir al país	68.8	38.9	31.6
Preocupación por los pobres	64.1	33.4	31.3
Capacidad para resolver los problemas	66.3	37.5	30.0
Experiencia para gobernar	-	37.3	26.8

mencionan los ciudadanos como los principales que tiene el país son: la crisis, la inseguridad, la pobreza y la inflación. Como se observa, 3 de estos 4 problemas son económicos y se han mantenido en niveles similares después de febrero de este año donde la mención de "crisis" fue muy alta. Gráfica 7.

### La Economía

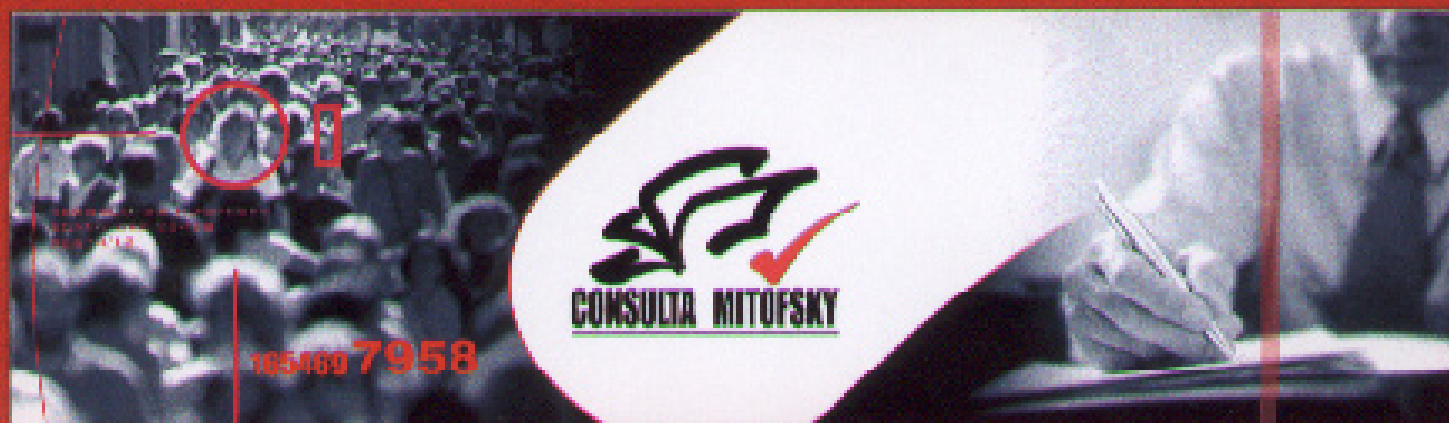
Nuevamente se observa un deterioro en la imagen de la situación económica por la que atravesamos; 69% opina que estamos peor o igual de mal que hace un año y 29% que estamos mejor, valores ligeramente peores a los obtenidos hace tres meses, aunque prácticamente iguales a los que medimos hace un año. Gráfica 8.

Gráfica 6



investigación de mercados • estudios de opinión

# el *podere* de la información



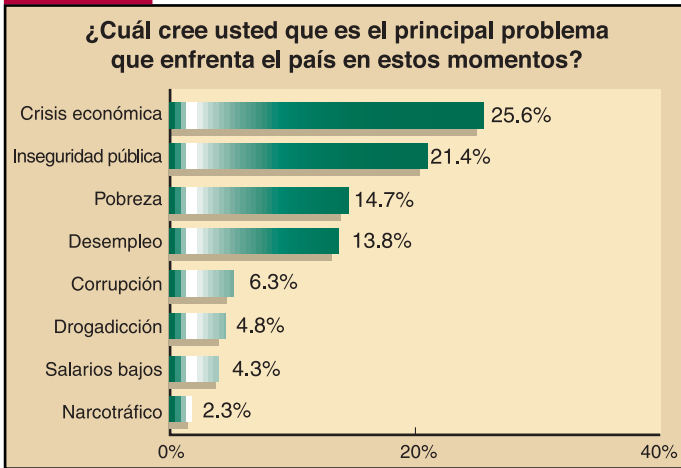
la eficacia de  
*su decisión*  
*www.consulta.com.mx*

Georgia #38  
Colonia Nápoles,  
México, D.F. C.P. 03810  
Tels. (01-55) 55-43-5969



Cofre de Perote #302  
Prados del Sur,  
Aguascalientes, Ags. C.P. 20280  
Tels. (01-449) 913-14 01  
(01-800) 711-4441

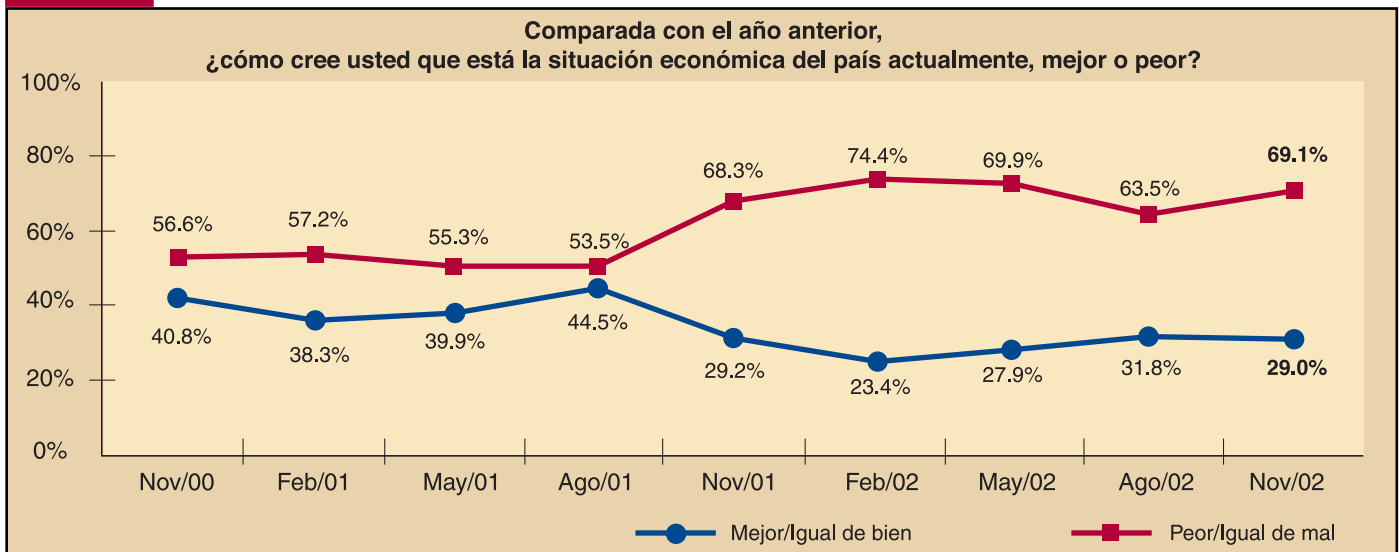
**Gráfica 7**



nera en febrero a su nivel más bajo en los dos años. A partir de ese primer trimestre de 2002, el presidente fue poco a poco recuperando puntos en el acuerdo ciudadano y durante dos trimestres consecutivos logró incrementos que lo colocan en niveles muy aceptables de aprobación. Al cumplir los dos años de gestión, ese nivel se conserva con un ligero decremento, deja de crecer y muestra deterioro en otras variables, sobre todo la percepción de la economía.

2003 será un año especial en estas mediciones, habrá elecciones intermedias para renovar la cámara de diputados, por lo que todo el país estará sujeto a la publicidad inherente a estos procesos. El presi-

**Gráfica 8**

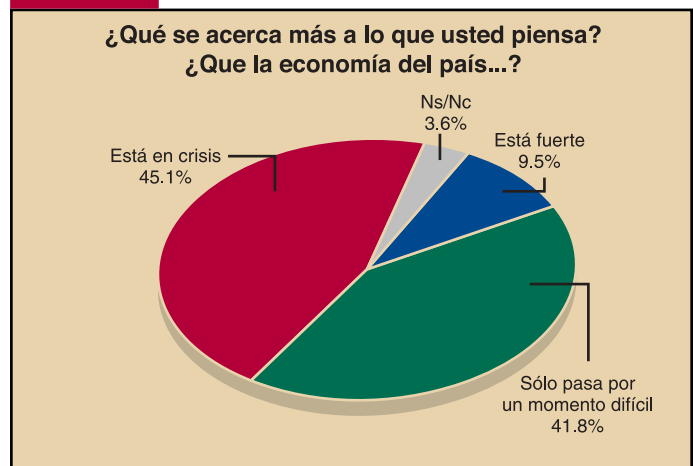


En términos de calificación de la situación económica, la mayor inclinación de los ciudadanos es por pensar que estamos en crisis, aunque un gran 42% piensa que sólo pasa por un momento difícil y 10% que la economía está fuerte. Gráfica 9.

**Conclusión**

2001 fue un año de lógicas caídas dada la gran expectativa que significó la llegada a la presidencia de Vicente Fox después de una exitosa campaña que despertó en los ciudadanos la posibilidad de un gran y rápido cambio. 2002 inició de una manera poco provechosa para la imagen del presidente al retirar el subsidio a la energía eléctrica sin que se mostraran signos de avance económico, cayendo de esta ma-

**Gráfica 9**




dente Fox estará sujeto a un mayor escrutinio de su labor, ya que de acuerdo a los intereses de cada partido nos tratarán de convencer de lo bien o lo mal que está trabajando. Para compensar esta situación deberá mostrar resultados concretos, sobre todo en materia económica que hasta hoy ha sido el punto débil, al no existir reconocimiento a logros concretos.

Por lo pronto, la preferencia electoral sin candidatos, sin líneas de campaña y sin la publicidad que seguramente inundará los medios, muestra una cerrada lucha por ser primera fuerza entre el PRI y el PAN.


### Metodología

<b>Población sujeta a estudio.</b>
Ciudadanos en viviendas particulares de la República Mexicana.
<b>Fecha de levantamiento.</b>
Del 14 al 19 de noviembre de 2002.
<b>Esquema de selección.</b>
De toda la República se seleccionaron 40 municipios con probabilidad proporcional al listado nominal; posteriormente, se tomaron 3 secciones electorales por municipio, nuevamente con probabilidad proporcional al tamaño de su listado nominal, de las cuales se seleccionaron 2 manzanas por sección, en cada manzana 5 viviendas y a un informante de manera aleatoria de cada una de ellas.
<b>Tamaño de muestra.</b>
Se realizaron 1,200 entrevistas cara a cara a habitantes de la República Mexicana, mayores de 18 años.

**Make Knowledge Make a Difference**



The big picture



The detail

Cuando le preguntamos a nuestros clientes cuáles eran sus necesidades de investigación de mercado, el mensaje fue claro... "Queremos que las cosas se hagan diferente, queremos el detalle, respuestas precisas y necesitamos 'la película completa' -conocimiento de marketing y comprensión del consumidor que inspire y guíe la estrategia."

Así que cambiamos nuestra manera de trabajar, para crear una nueva clase de agencia de investigación de mercados, equipada para responder a los nuevos retos. Una agencia que trabaja colaborando con el cliente como un socio proactivo, para enfrentar, al todo y al detalle, de tal forma que se puede tener una visión del destino así como el análisis de una gota.

Research International México S.A. • Research International Québec S.A. • Research International USA, Inc.

**Si desea continuar  
recibiendo**



**Datos,  
Diagnósticos y  
Tendencias**

**¡Envíenos sus datos!**