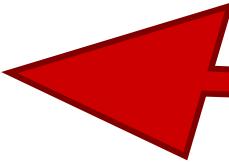




*Roy Campos*  
**RESEARCH**

# TRACKING POLL

*Roy Campos*



## VICENTE FOX: ¿LA CAÍDA?

ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDAS

*octubre de 2007*

San Salvador, El Salvador

Distrito Federal, México Calle Georgia #38 Colonia Nápoles Tel. +52 (55) 55.43.59.69  
Aguascalientes, México Monte Coronado #232-4 Villas Montenegro Tel. +52 (449) 912.76.11

Documento propiedad de **CONSULTA MITOFSKY** ©, Todos los derechos reservados.

# VICENTE FOX: ¿LA CAÍDA?

Por: Roy Campos / [CONSULTA MITOFSKY](#)

Antes de terminar su sexenio, Vicente Fox auguró a los mexicanos: "*Me van a extrañar*", pero once meses después es imposible imaginarlo en segundo plano. Al contrario, su aparente "*libertad*", al no estar atado a un puesto público, ha propiciado que asuma posiciones y protagonismos que antes no tenía.

Ya sea por sus declaraciones controversiales, por las conferencias que dio en otros países, por escándalos destapados de corrupción de funcionarios durante su gestión o por su célebre propensión a equivocaciones (ya como ex-presidente le cambió de nacionalidad y le otorgó un inexistente premio Nobel a Mario Vargas Llosa), Fox no ha dejado de tener presencia en los medios.

Esta actitud le atrajo críticas, pero no afectaba a su imagen entre el grueso de los ciudadanos, que lo seguía viendo como un presidente si bien no efectivo, sí popular y honesto. Sin embargo, la opinión ciudadana dio un giro negativo a partir de la difusión de imágenes de su rancho en una revista de sociales, lo que generó una continua serie de noticias, filtraciones, rumores, reedición de reportajes y acusaciones de corrupción hacia él y a la familia presidencial "ampliada" (sus hermanos y sus hijos políticos), que mostraron una faceta del exprimer mandatario mexicano para algunos desconocida y que modificaron sustantivamente las percepciones que genera según se muestra en la más reciente medición que aquí se presenta.

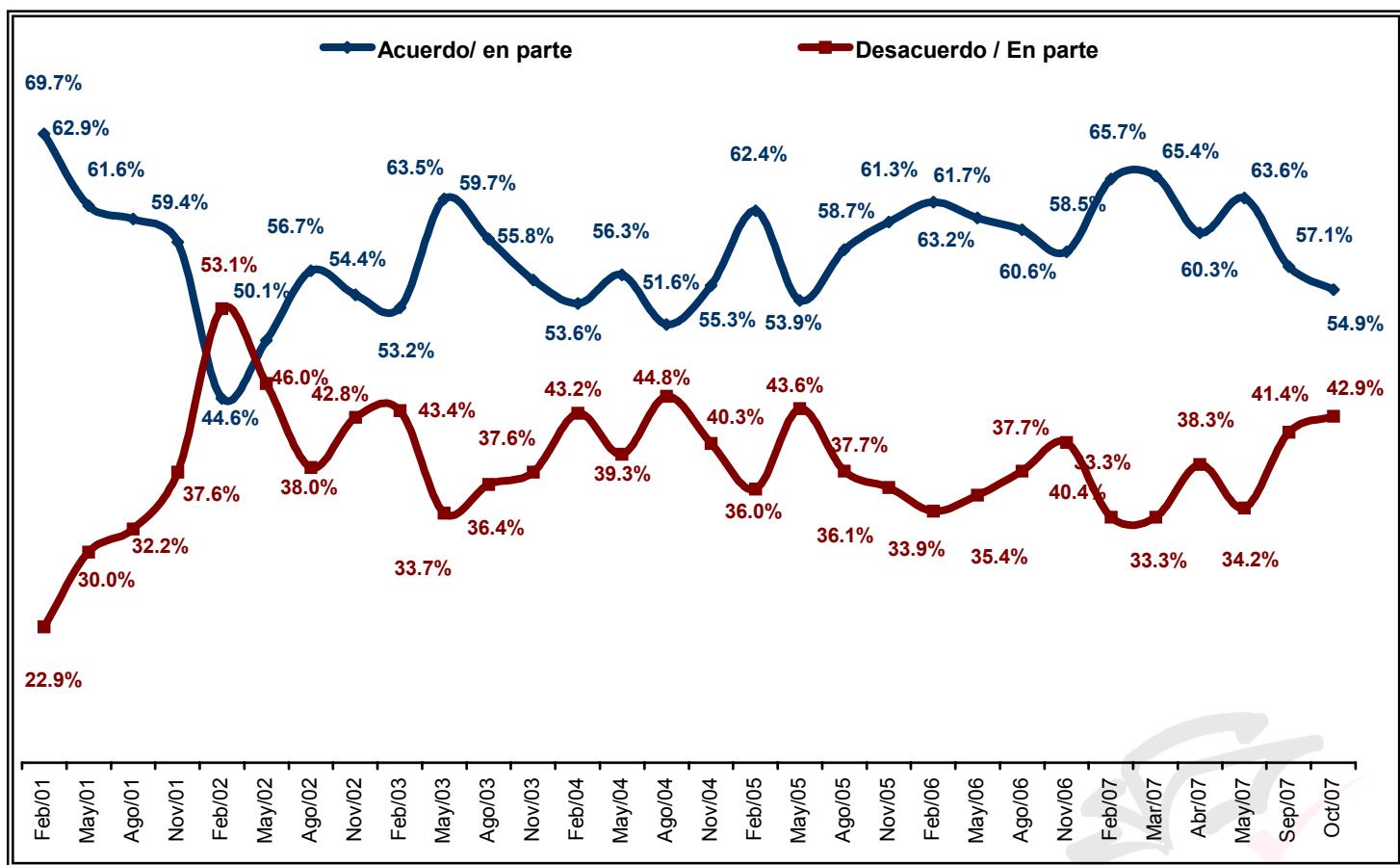
En este documento se presenta la evolución de la percepción ciudadana alrededor de Vicente Fox, generada con encuestas nacionales en viviendas aplicadas durante su sexenio y durante este año como parte de los reactivos incluidos en forma permanentemente en el **TRACKING POLL ROY CAMPOS** que se aplica cada mes.



## A. SU APROBACIÓN

- Recordemos que la aprobación final que obtuvo como presidente Vicente Fox fue de 59 por ciento en noviembre de 2006, sin embargo, durante 2007 se le siguió evaluando como buen presidente, subiendo incluso al 66 por ciento en marzo.
- Esta evaluación, en septiembre de 2007 ya estaba en 57 por ciento y en octubre en 55 por ciento, la menor cifra desde mayo de 2005 cuando alcanzaba apenas el 54 por ciento (cifra que se recuerda por ocasionar una reversa del presidente en el proceso de desafuero de López Obrador).
- En esta ocasión, más que el nivel de aprobación, el dato a destacar es el 43 por ciento de mexicanos que muestran desacuerdo con él, valor superado solamente en cinco ocasiones durante su sexenio.

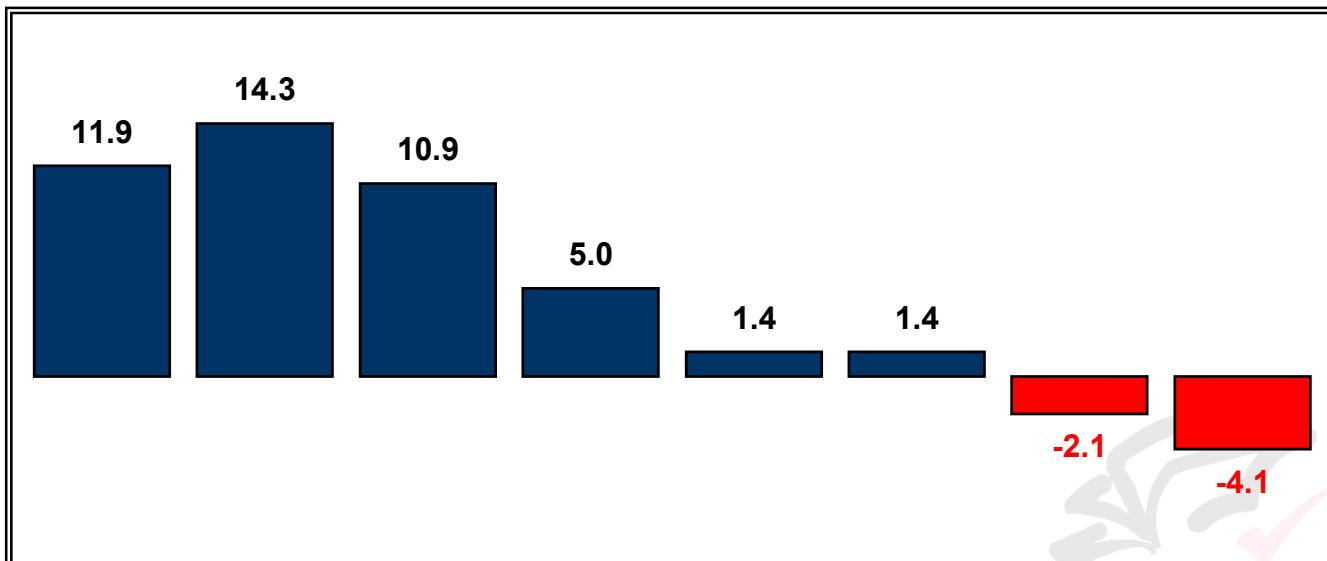
### ACUERDO CON EL PRESIDENTE FOX



## B. SU IMAGEN

- La imagen como personaje de Vicente Fox se inicia a medir este año al dejar de ser gobernante. A través del tracking poll que permite generar datos trimestrales móviles, observamos el permanente deterioro del saldo de opiniones que genera la figura del expresidente. Después de que en los primeros meses de 2007 obtenía claramente evaluaciones positivas, vemos como en solo seis meses las opiniones positivas disminuyeron 11 puntos y las negativas crecieron ocho puntos, de manera que hoy son más los detractores que los aplaudidores.

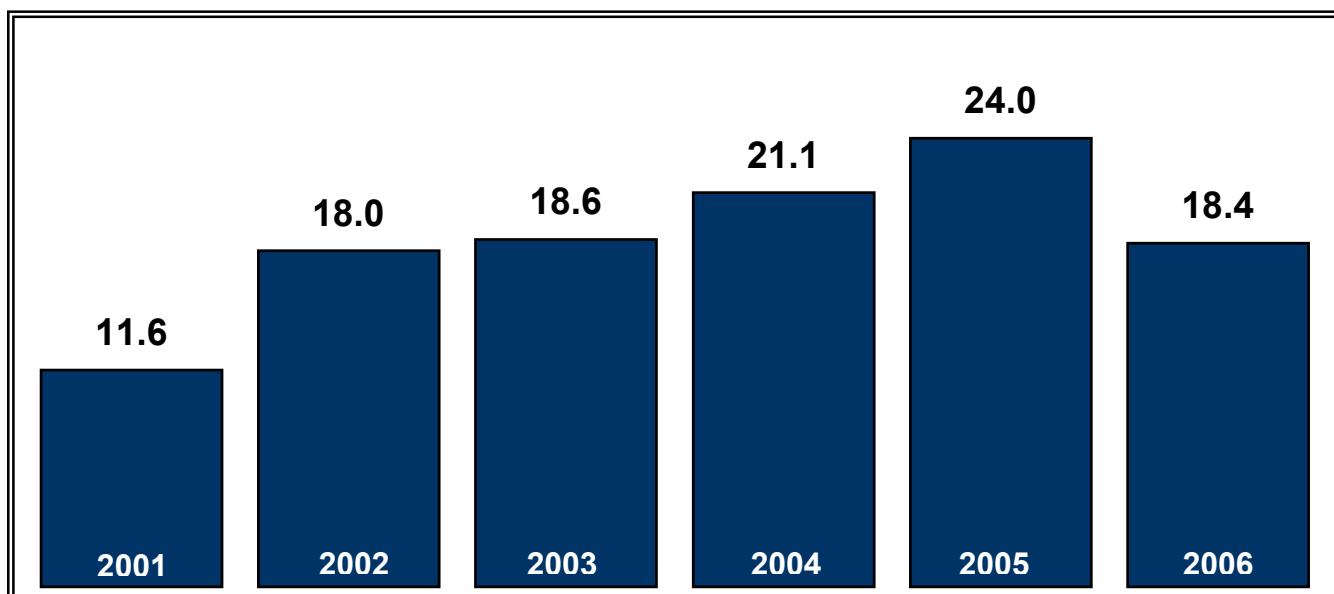
	% QUE LO CONOCE	OPINIÓN (SÓLO AL PORCENTAJE QUE DECLARA CONOCERLOS)				SALDO DE OPINIÓN
		BUENA	REGULAR	MALA	NO CONTESTA	
ENE- MAR 07	<b>93.5</b>	35.2	39.8	22.5	2.6	<b>11.9</b>
FEB- ABR 07	<b>92.3</b>	37.1	39.1	21.6	2.3	<b>14.3</b>
MAR- MAY 07	<b>88.5</b>	34.4	40.7	22.1	2.9	<b>10.9</b>
ABR-JUN 07	<b>92.8</b>	30.8	41.4	25.4	2.4	<b>5.0</b>
MAY- JUL 07	<b>94.1</b>	27.5	43.4	26.0	3.1	<b>1.4</b>
JUN-AGO 07	<b>97.3</b>	28.2	41.9	26.8	3.1	<b>1.4</b>
JUL-SEP 07	<b>97.6</b>	26.1	42.2	28.3	3.4	<b>-2.1</b>
AGO-OCT 07	<b>97.2</b>	<b>25.5</b>	<b>41.5</b>	<b>29.7</b>	<b>3.3</b>	<b>-4.1</b>



### C. SU HONESTIDAD

- El atributo que más se ha dañado del expresidente Fox no es la aprobación en su forma de gobernar sino su honestidad, y los resultados son claros; el promedio de ciudadanos que evaluaron “no honrado” a Vicente Fox durante cada año de su gestión nunca sobrepasó el 25 por ciento, sin embargo, hoy el 39 por ciento lo considera “corrupto”.

#### PORCENTAJE DE “DESHONESTO”



- Quienes más consideran corrupto a Vicente Fox son, por razones naturales, los perredistas y los habitantes del centro del país.

#### HONESTIDAD DE VICENTE FOX

		MUY HONESTO/ HONESTO	CORRUPTO/ MUY CORRUPTO	Ns/Nc	TOTAL
IDENTIDAD	Panista	79.5	11.6	8.9	100.0
	Priista	36.8	42.7	20.5	100.0
	Perredista	19.2	66.5	14.3	100.0
	Ninguno	34.1	41.7	24.2	100.0
REGIÓN	Norte	43.4	33.6	23.0	100.0
	Bajío	49.6	34.6	15.8	100.0
	Centro de México	37.9	50.4	11.7	100.0
	Sureste	39.9	33.1	27.0	100.0
NACIONAL	Oct 07	42.8	38.5	18.7	100.0

## METODOLOGÍA DEL TRACKING POLL ROY CAMPOS

POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO	Mexicanos <b>mayores de 18 años</b> con credencial para votar residentes en el <b>territorio nacional</b> en viviendas particulares.	
FECHAS DE LEVANTAMIENTO 2007	Del <b>26</b> al <b>30</b> de Enero Del <b>16</b> al <b>19</b> de Febrero Del <b>24</b> al <b>28</b> de Marzo Del <b>27</b> al <b>30</b> de Abril Del <b>26</b> al <b>30</b> de Mayo Del <b>28</b> al <b>30</b> de Junio	Del <b>27</b> al <b>31</b> de Julio Del <b>24</b> al <b>28</b> de Agosto Del <b>26</b> al <b>30</b> de Agosto Del <b>26</b> al <b>30</b> de Septiembre Del <b>17</b> al <b>22</b> de Octubre
ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA	Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales de la elección federal de diputados en 2006, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) <b>100 secciones electorales</b> en <b>todo el territorio nacional</b> , en cada sección se escogieron dos manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales), en cada una de las manzanas cinco viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.	
TAMAÑO DE MUESTRA	<b>1,000 mexicanos</b> mayores de 18 años con credencial para votar, cada mes.	
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	El estudio fue llevado a cabo en <b>viviendas particulares</b> a través de entrevistas " <b>cara a cara</b> " utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor (el cuestionario no es de auto-llenado).	
DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS	Departamento de diseño y análisis de Información / <b>CONSULTA MITOFSKY</b> .	
MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS	Los resultados presentados <b>no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión</b> , calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada sección seleccionada en muestra.	
ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES	Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos <b>95</b> de cada <b>100</b> veces, el error no sobrepasa el <b>±3.1%</b> . En los estudios de opinión pública, además del error muestral, se debe considerar que pueden existir otros errores ocasionados por el fraseo de las preguntas y las incidencias en el trabajo de campo.	
CALIDAD ESIMM 	<b>CONSULTA MITOFSKY</b> es una de las <b>primeras empresas en México</b> en tener la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México), la cual ratifica que <b>CONSULTA MITOFSKY</b> es una empresa asociada a la <b>AMAI</b> (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados), que está en plena capacidad para cumplir eficientemente y con los <b>más altos lineamientos</b> técnicos posibles los proyectos de investigación que se le soliciten; dicha certificación, que nos ha sido <b>ratificada cada año</b> , garantiza no sólo la <b>máxima calidad</b> sino la evolución en los nuevos estándares generados con los <b>adelantos tecnológicos</b> .	
	Es la herramienta perfecta para generar sus propios indicadores de coyuntura y seguirlos a través del tiempo; usted contrata el número de preguntas que requiera para la generación de su propio producto.	

