

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
1. Mercadotecnia Política.	9
1.1. Mercadotecnia política.	9
1.2. Construcción de imagen.	28
2. Vicente Fox y el uso de la mercadotecnia electoral. La campaña hacia adentro.	35
2.1. Vicente Fox. Elementos para la construcción de la imagen.	35
2.2. Carisma. Liderazgo, Poder y Credibilidad.	44
2.3. La Estrategia de mercadotecnia política en la campaña.	67
2.4. La imagen creada para el candidato.	99
3. Seguimiento de la opinión pública. La campaña hacia fuera.	113
3.1. Las encuestas desde el inicio de la campaña hasta el 2 de Julio.	113
3.2. Los resultados.	151
4. Metodología de análisis sobre los primeros 100 días.	154
4.1. Explicación de la metodología.	154
4.2. Determinación de índices específicos.	156
4.2.1. Gabinete y Administración Pública.	156
4.2.2. Ejército Zapatista de Liberación Nacional.	162
4.2.3. PEMEX y CFE.	166
4.2.4. Plan Nacional de Desarrollo.	170
4.2.5. Reforma Fiscal.	172
4.2.6. Relaciones Internacionales.	176

4.3. Focos Rojos y Focos Amarillos.	181
4.3.1. Relación Fox - Zedillo – Empresarios.	182
4.3.2. Elecciones en Tabasco y Yucatán.	185
4.3.3. Relación con Sindicatos.	189
4.3.4. Desastres Naturales. Volcán Popocatepetl.	192
4.4. Construcción de escenarios a seis años.	195
CONCLUSIONES	198
FUENTES	204