

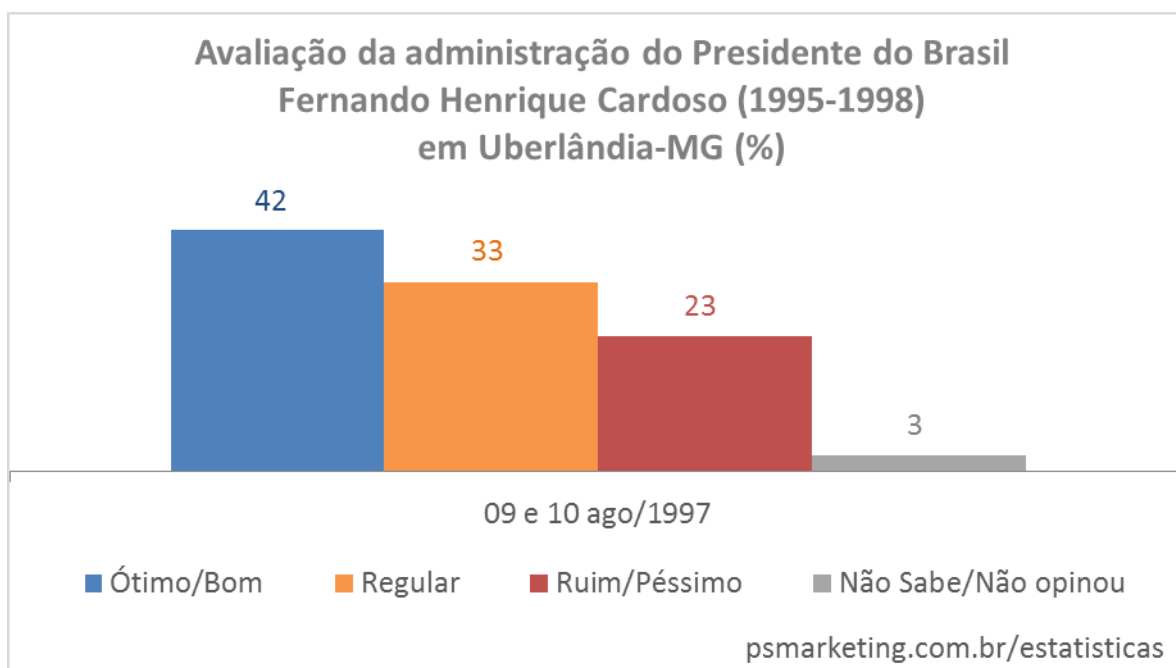
Avaliação da administração do presidente do Brasil Fernando Henrique Cardoso em Uberlândia-MG

Fernando Henrique Cardoso foi eleito presidente do Brasil por dois mandatos consecutivos, nos quais governou o país de 1995 a 1998 e, uma vez reeleito, de 1999 a 2002.

Ao longo de seus mandatos, o **Instituto PS Marketing** realizou diversas pesquisas de opinião pública para conferir como a população de Uberlândia-MG avaliava sua administração. Todas as pesquisas selecionadas para esse estudo coincidem em metodologia empregada e no universo pesquisado (*vide* seção Ficha Técnica, abaixo).

Mandato de 1995 a 1998

Um estudo realizado no terceiro ano de seu primeiro mandato apontou que 42% da população de Uberlândia aprovava seu governo, classificando-o como “ótimo/bom”.

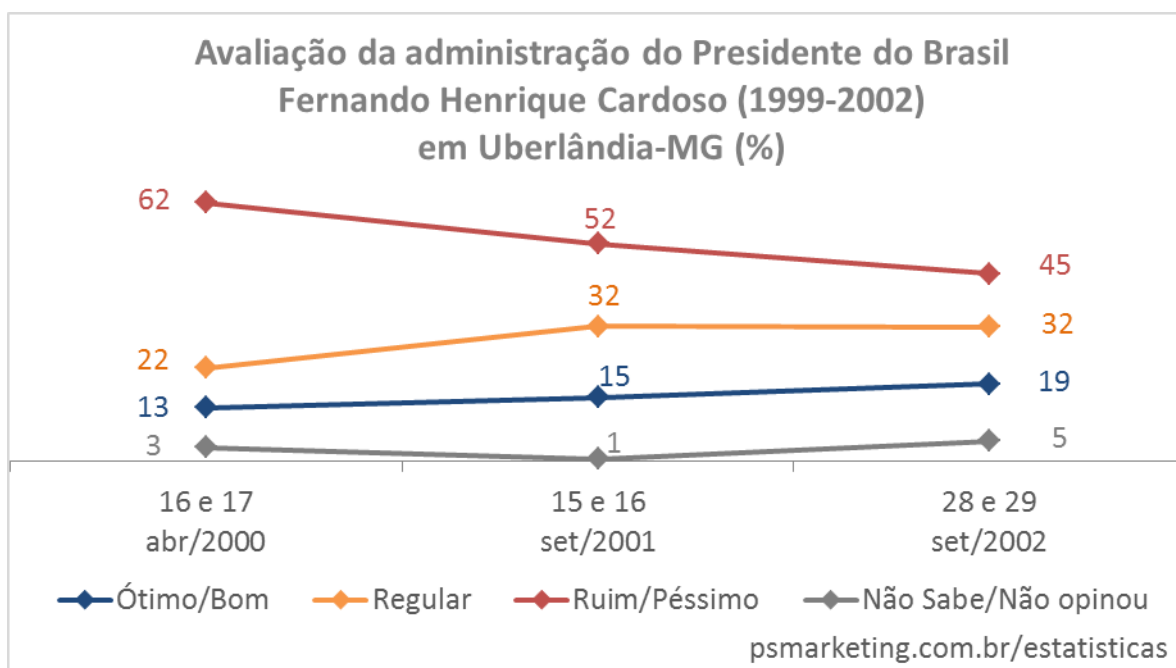


Enquanto 33% dos uberlandenses auferiram ao governo de Fernando Henrique Cardoso o conceito de “regular”, outros 23% o classificaram como “ruim/péssimo”.

Mandato de 1999 a 2002

Durante seu segundo mandato, 1999 a 2002, a administração do presidente Fernando Henrique Cardoso obteve uma avaliação positiva bem abaixo daquela obtida ao final do mandato anterior, como pode ser observado no gráfico abaixo.

Os conceitos de “ótimo/bom”, que somavam apenas 13% em abril de 2000, subiram seis pontos percentuais e atingiram 19% de índice em setembro de 2002.



No mesmo período, registrou-se um crescimento de dez pontos percentuais entre os que avaliavam seu governo como “regular”, conceito cujo índice subiu de 22% para 32%.

Por outro lado, os conceitos de “ruim/péssimo”, ainda que muito altos, apresentaram queda de dezessete pontos percentuais, indo de 62% no primeiro levantamento para 45% em setembro de 2002.

Ficha técnica

Público composto por eleitores residentes em Uberlândia-MG, com idade acima de 16 anos.

Foram realizadas com **400 amostras**, por meio de abordagem presencial no domicílio do eleitor, caracterizando uma **margem de erro padrão de 5%** para mais ou para menos, com **nível de confiança* estabelecido de 95,5%**. *Significa que se fossem feitas 100 pesquisas, resguardando-se as mesmas técnicas empregadas nesse projeto, em 95 delas os resultados deverão permanecer dentro da margem de erro estabelecida.

Sobre o Instituto PS Marketing

O **Instituto PS Marketing** foi criado em 1991 e, desde então, vem aprimorando seus processos e técnicas de leitura e análise da dinâmica social e das tendências de mercado, como comprovam os diagnósticos precisos dos mais diversos cenários e eventos estudados ao longo de mais de duas décadas.

Nossa missão é orientar o cliente para que suas decisões sejam tomadas de modo seguro por meio de serviços de inteligência de mercado onde a informação é tratada de modo isento, sempre lastreada por técnicas e metodologias consagradas.

Para maiores informações:

www.psmarketing.com.br