



## #CAMPUS

ALEJANDRO  
ECHEGARAY\*

## ESTRATEGIAS

\*CONSULTOR

@AECHEGARAY1

*El común denominador de todas las encuestas y grupos de enfoque es que el bolsillo y la inseguridad son los dos temas que le atañen a los mexicanos*

• **EL DESENCANTO POR LOS PARTIDOS PERMANECE, SIGUE AHÍ, EL ELECTORADO ESPERA LÍDERES Y PARTIDOS CON LOS QUE SE IDENTIFIQUE, CON UNA OFERTA IDEOLÓGICA Y PROGRAMÁTICA QUE DEFienda LAS LIBERTADES**

El oficio de levantar encuestas se ha pervertido. Al interior de las campañas, en ocasiones pareciera que hay una mayor preocupación por ganar la "guerra de encuestas" que los comicios. "Nos han abandonado los donantes", se lamentan. Y se aprestan a inventar narrativas para explicar la distancia entre contendientes o candidatas

Los dueños de casas encuestadoras, en especial las que utilizan métodos no convencionales como las llamadas con robot o las encuestas

en Facebook, aprovechan esta coyuntura y en tiempos electorales hacen su agosto. Afortunadamente hay encuestadores serios que se pueden equivocar, pero publican sus resultados *sin meterles cuchara*. Se me viene a la mente: Moreno, Galván, Márquez, Becerra, Abundis, Mercado.



Los levantamientos de alguno de estos encuestadores que han visto la luz (varias son publicadas en los principales medios de circulación nacional) revelan la ventaja del proyecto oficialista. Pero la *carrera de caballos* es lo menos relevante de los estudios demoscópicos. Las encuestas son herramientas poderosísimas para engendrar estrategias.

El común denominador de todas las encuestas y grupos de enfoque es que el bolsillo y la inseguridad son los dos temas primordiales que le atañen a los mexicanos en todo el país. Con excepción de la península Yucateca. Y que el Presidente, su partido y sus candidat@s están bien calificad@s. Esto sería suficiente para obligar a los estrategas de las campañas a proceder de la siguiente manera. Hablar hasta el cansancio del tema de la inseguridad y no hacer la campaña alrededor del Presidente. Otro dato revelador es el rechazo de los partidos tradicionales por parte del electorado, en especial, las audiencias más jóvenes. A pregunta expresa: "A continuación, le voy a leer una lista con el nombre de todos los partidos políticos. Por favor dígame si usted tiene una muy buena, buena, mala o muy mala opinión de cada uno de ellos. ¿Cuál es su opinión del \_\_? ¿Muy buena, buena, mala o muy mala?" El 64% tiene una opinión muy mala del PRI, el 59% del PAN y 60% del PRD. El 40% de los encuestados nunca votaría por el PRI, por ejemplo. Sólo el 3% nunca votaría por MC. Desde una óptica de pragmatismo electoral, la estrategia del frente es a todas luces equivocada.

Es contraintuitivo, pero a diferencia de lo que se piensa en los sistemas electorales de mayoría relativa (gana el que obtiene 50 por ciento más uno de los votos) como el utilizado para elegir a los gobernadores en México, se generan de manera natural contiendas bipartidistas, porque los electores emiten un voto estratégico, en aras de que no gane su opción menos preferida.

El desencanto por los partidos tradicionales permanece, sigue ahí, el electorado y los jóvenes, principalmente, esperan líderes y partidos con los que se identifiquen con una oferta ideológica y programática que defienda las libertades individuales con frescura, con visión de futuro, que sea sensata y moderna y que no orbite alrededor de la figura presidencial y que constantemente le esté hablando al Presidente y no a los ciudadanos.