

# Expectativas de la Iniciativa Privada en un Año Electoral



Alberto Martínez de Velasco, Teresa Cotero,  
Nancy Cruz y Alejandro Bosch  
*Factum*

**D**esde hace ya más de un año empezamos a escuchar opiniones sobre el proceso electoral y hemos podido analizar muchas encuestas que hablan de la opinión pública al respecto. No obstante, salvo quizá algunas entrevistas con líderes de cámaras empresariales, son pocas las opiniones que tenemos al respecto de parte de la iniciativa privada.

Por lo anterior, decidimos realizar un ejercicio “pre-post” llevando a cabo, en un primer momento, una serie de 9 entrevistas individuales entre gerentes y directivos de mercadotecnia de corporaciones de mucho prestigio en México (tanto nacionales como transnacionales), para conocer sus expectativas para el país, su empresa y la investigación de mercados en este año electoral, que tendrá su seguimiento toda vez realizada la elección y con un nuevo presidente electo de México.

En este ejercicio, de carácter cualitativo, sentimos que era básico conocer otras vertientes de opinión y por ello centramos nuestro interés en tres temas fundamentales sobre el posible resultado electoral: a) cómo influirá en su opinión a nuestro país; b) cómo influirá en sus empresas y c) cómo creen que influye en el área de investigación de mercados de sus instituciones.

A continuación resumimos las respuestas más importantes.

## Expectativas para el país en este año político

La mayoría de las opiniones giran en torno a problemas pre y post electorales para el país, relativamente controlables en lo económico, pero posiblemente más difíciles en lo político y social.

*“...el período preelectoral va a ser de mucho golpe y dependiendo de quién sea el ganador, podremos ver si se reactiva más la economía; si seguimos creciendo o se va a estancar por el cambio que venga”. “...va a ser un año de mucha controversia porque las campañas se enfocan a ataques, más que a proponer cosas de fondo...”*

*“...la conclusión general que se espera es un incremento moderado en lo económico y una alta in-*

*certidumbre en lo político. En cuanto a lo económico, todo apunta a que la inflación se mantendrá controlada. Hay mucha inversión en diferentes industrias. La cantidad de remesas es alta. Los ingresos por petróleo continuarán altos...”*

*“...las expectativas son buenas en términos de los periodos electorales. El país está blindado, la política económica se ha manejado bastante bien..., no creo que vaya a presentarse un problema económico.”*

Este resultado para la mayoría puede ser totalmente esperado y no ofrecer ninguna noticia espectacular. Pero desde nuestro punto de vista, eso es precisamente lo importante pues hasta hace unos cuantos años respuestas como las anteriores hubieran sido la excepción y no la regla.

*“...En cuanto a lo político, en un año electoral hay dudas de quién va a ganar. Con dos de los candidatos hay más incertidumbre. Considero que con Madrazo y López Obrador”.*

*“...la variable que puede haber es que el que pierda acepte que perdió y quizá, en esos términos, por mucho blindaje, si hay un desorden social respecto al perdedor, ahí no va a haber nada que nos salve. Mi temor es que si López Obrador pierde, estoy seguro que no va a aceptar su derrota”.*

*“...la tendencia va a ir cambiando conforme se acerque el final de la elección. Andrés Manuel va a ir perdiendo puntos y el que los va a retomar es Madrazo. A pesar de todos los problemas, el aparato que tiene el PRI es arrasador. No creo que quede por arriba, pero van a estar muy parejos al final. Calderón va a perder. Yo pienso.”*

Afortunadamente, la mayoría que tienen confianza en que las votaciones serán limpias y que las encuestas de preferencia electoral van a ser un medio clave para influir de alguna manera en los ciudadanos que aún no han decidido por quién van a votar.

Uno de nuestros encuestados opina al respecto *“...el aparato democrático está avanzando bastante*

*bien, el Tribunal del IFE sostiene credibilidad, ha estado aplicando sanciones y eso se ha visto como una autoridad realmente que toma la ley en sus manos y lo traduce en beneficio....”*

También hubo comentarios sobre el análisis del ámbito internacional y sobre todo del Latinoamericano que nos presenta un resurgimiento de la izquierda a nivel mundial con dos vertientes: una con tintes caudillistas y reivindicadores (como ocurre en Venezuela y Bolivia) y otra con gran madurez enfocada a resolver los problemas sociales sin descuidar el bienestar económico (como está pasando en Chile y España). ¿Cuál podría ser el impacto de esto en México?

Es un hecho que desde 1988 (a pesar de que eran otras épocas políticas con todo y “caída del sistema”), nuestro país nunca ha tenido una posibilidad tan alta de que la izquierda llegue a gobernar.

*“... en nuestro país no creo que nos pegue tanto, soy optimista, el país ha madurado, somos una economía estable. Habrá molestias de que gastemos en las personas mayores, en los segundos pisos; pero lo que no me gustaría es que tuviéramos un retroceso.”*

### **Impacto sobre las empresas, los mercados y los negocios**

A pesar de esas posibles controversias, en general nos encontramos con que estos ejecutivos perciben que no va a haber sobresaltos en la operación cotidiana de sus compañías, aunque sí habrá situaciones y retos que habrá que tomar, sobre todo después de la decisión del 2 de julio.

La expectativa de que vaya a transcurrir todo en relativa calma muy posiblemente no es ninguna noticia espectacular. Pero desde nuestro punto de vista, eso es precisamente lo importante pues hasta hace unos cuantos años respuestas como las anteriores hubieran sido la excepción y no la regla ya que los problemas y trampas eran lo común en las elecciones, con la consiguiente falta total de credibilidad en las mismas.

Pero ahora gracias a la democracia y madurez que ha ido adquiriendo nuestro país, esta situación ha ido cambiando cuando menos a nivel federal.

Además de la confianza que han generado las instituciones que tienen que ver con las elecciones federales (el IFE y Trife sobre todo), otra forma de explicar la confianza que ellos tienen respecto del proceso electoral puede ser por la edad promedio de los ejecutivos encuestados ya que estamos hablan-

do de gente joven (de 35-40 años) cuyos recuerdos de las anteriores crisis sexenales fueron muy pocos o bien, son quizá sólo a través de terceros o de artículos leídos.

En cambio, todos ellos ya vivieron un cambio presidencial –incluso de partido político– dentro de un marco de civilidad y de estabilidad económica y no esperan menos de éste.

Por lo anterior, para este cambio de sexenio podríamos decir que aplica la frase de una nueva generación de mexicanos que está emergiendo con una visión de largo plazo que busca la mejora continua en los proyectos que emprende y que no esperan que la política los obstaculice.

*“... Yo digo que mi mejor propuesta es trabajar bien duro. Mientras tengamos trabajo lo mejor es el esfuerzo que yo le meto todos los días... los gobiernos han ido y venido y sin embargo la situación económica ha dependido mucho más del propio esfuerzo...”*

*“... la gente no está esperanzada a decir ‘tengo la ilusión de que vaya a llegar un presidente y con él ya me va a alcanzar’. No, depende del esfuerzo, de la entrega, de la lucha, de la educación...”*

*“... como empresa donde verdaderamente nosotros estamos aportando cosas valiosas y buenas para la sociedad... es una relación ganar, ganar” donde se ofrecen productos y servicios que realmente traten de ser lo mejor para la población y la empresa al mismo tiempo”.*

Son relativamente pocos los que nos recordaron vívidamente un poco de historia, y el fatídico año de 1994 que no sólo nos trajo un asesinato político que no se daba desde épocas de la revolución, sino que posteriormente nos brindó la crisis más fuerte en la historia de México moderno con sus importantes repercusiones no sólo en aspectos económicos en el ámbito familiar sino desde luego en el empresarial.

Estos pocos enfatizaron el que este tipo de transición sin generar desequilibrios, con transparencia y sin temor a contracciones económicas fuertes es sumamente reciente y aún no consolidado pues solamente apenas a finales del sexenio de Ernesto Zedillo se logró estabilizar al país; hacer una transición sin sobresaltos después de que durante 5 sexenios o 30 años fueron lo común y a que el actual gobierno se ha esforzado en dejarnos un panorama tranquilo y blindado en este sentido.

La mayoría muestra optimismo en las variables macroeconómicas, pues se espera que las tasas de interés se sigan moderando en los próximos años; también confirman que se ha podido controlar la inflación y no esperan grandes cambios, pues el país está protegido por las reservas monetarias más grandes de que se tenga registro.

Si bien la mayoría de los entrevistados opinan que no va a ser decisivo en el accionar de sus empresas el candidato que gane la elección presidencial, sea de derecha o de izquierda (lo que implicaría un país que va madurando en el manejo político y/o que existen condiciones globales o externas a los candidatos que impiden movimientos bruscos), sí están conscientes de que el estilo de gobernar de cada aspirante va a ser muy diferente.

En este sentido, algunos de los entrevistados mencionan que se tendrá más incertidumbre si gana Madrazo o López Obrador pues implicaría de nuevo un cambio y se han ido forjando ideas relacionadas con su orientación económica o la falta de información y políticas claras que sí puedan impactar en forma más directa el desarrollo de sus empresas.

Dependerá en gran medida de las primeras decisiones del futuro presidente electo, el impacto que se pueda tener en el manejo no sólo de aspectos macro económicos, sino más directamente de aquellos que impactan a nivel personal en rubros como el gasto / otorgamiento de créditos (personales, automotrices, de apoyo a la vivienda), que pueden tener importantes repercusiones en el crecimiento de sectores específicos de la economía donde algunos de ellos participan.

*“...A lo mejor si empieza a haber normas inflexibles que imponga el Gobierno, por ejemplo, desde el punto de vista de la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros. Aquí podría haber un impacto fuerte si empiezan a poner reglamentaciones nuevas para el otorgamiento de créditos...”*

*“...En la medida en que dejemos de otorgar créditos para la vivienda nos puede traer un impacto muy fuerte. Si hay un freno aquí es posible que la gente no compre”. “La industria de la construcción es siempre una de las primeras afectadas si es que hubieran contracciones económicas”.*

*“...El gasto de la gente probablemente se contraiga un poco, pero una vez que se decida el ganador, se verá si sigue contraído o vuelve a expandirse”.*

*“...si como todos esperamos no se dan cambios importantes en el manejo económico, habrá mayor facilidad para planear a largo plazo; un mejor control en los costos y podrá mejorar el nivel adquisitivo de las personas”*

### **Impacto en la investigación de mercado**

Para la relación que existe entre el tiempo electoral que vivimos y los estudios de opinión, nuestros encuestados no sólo coinciden en que las encuestas que están enfocadas a aspectos electorales acaparán el panorama. También consideran que mucha gente se vale de ellas para incentivar el voto a través de la publicación de los resultados de las mismas y de alguna manera ir generando ciertas preferencias, por lo que será especialmente importante para la industria el cuidar la veracidad de los resultados que se vayan presentando.

*“...puede ser muy bueno, pero también van a empezar a perder credibilidad algunas encuestas que son muy amañadas. Como dijo una vez Cuauhtémoc Cárdenas “dime de qué encuesta me hablas para ver quién la pagó”. Entonces, si no se cuidan puede ser un daño pensar que la investigación de este tipo es un engaño”.*

*“...Reconozco que se ha hecho mucho, pero creo que todavía falta más si queremos llegar a niveles de un país 100% democratizado. Necesitamos información totalmente transparente y confiable”.*

Relacionado con el punto anterior sobre la credibilidad de las encuestas electorales, hubo quien comentó que sería muy importante que las empresas dedicadas a este tipo de estudios tuvieran contemplado también hacer alguno en donde se midiera la influencia de las encuestas políticas y sus resultados en la formación de la intención de voto. Consideran que es un tema de mucho interés sobre todo ahora que el país ha madurado en aspectos electorales y a la opinión pública y a la industria les serviría muchísimo.

*“...En la medida en que haya comportamientos aún sin entender, más intensa será la investigación, pero también la estabilidad que se espera fomentará más la inversión en la investigación para poder ver cómo van los mercados”.*

Con respecto a la realización de investigación, específicamente de mercados en sus empresas, se tienen dos opiniones muy diferentes. Algunos opinan que el aspecto político que se está viviendo en el país, no afecta las decisiones que se tomen al respecto y

que, por lo mismo, no debe haber una disminución o restricción de estos estudios, ya que éstas dependen más de las necesidades de corporativos y/o de la planeación y estrategias que se tenían programadas.

*“...La investigación ayuda a determinar los recursos y satisface las necesidades del mercado. La investigación de mercados ha sido y continuará siendo una herramienta clave para la toma de decisiones”*

Pero hay otra parte que habla de que son las propias agencias las que pueden descuidar el aspecto de mercados, pues muchas de ellas estarán enfocadas a realizar un gran número de entrevistas relacionadas a aspectos electorales y políticos y por ello se van a dejar un poco de lado las encuestas al consumidor.

En este sentido, perciben que gran parte de las baterías de la investigación estarán enfocadas a mostrar las preferencias del voto y a pugnar por ver cuál es la que más se acerque a la tendencia real. Por ello incluso tienen la preocupación que muchas agencias de investigación en los próximos meses no les puedan dar un servicio oportuno por estar encaminando todos sus recursos a la elecciones.

Lo que es especialmente importante es la consideración de que debido a que el interés se encuentra en otro punto, es mal momento para lanzar productos o servicios nuevos que no tengan que ver con partidos políticos o con el próximo mundial de fútbol. Dada la invasión masiva de medios de estos dos temas, cualquier campaña publicitaria tendrá que trabajar el doble para lograr el impacto deseado.

Los entrevistados muestran cierta confianza por el tipo de labores que desempeñan y por la madurez que consideran que el país ha adquirido al darles estabilidad económica en el ámbito personal que al extrapolarlo al empresarial lo perciben con una economía blindada y ello se debe a la “tranquilidad” que nos dejó el sexenio pasado y que seguramente nos dejará éste y que desde luego desean que cada cambio de sexenio pase sin mayor problema o conflicto ni político y menos económico.

Después de julio, es deseable que el panorama regrese a la normalidad, pero esto es algo que precisamente dejamos pendiente para el segundo artículo.

