

¿Cómo se rompe la lógica del triple empate?



Al realizar un balance sobre la situación política de los distintos candidatos a presidente durante este año 2014, podemos observar varias particularidades. En un año en el cual las variables económicas dominaron la agenda pública (pelea con los fondos buitres, default, desacato) y personal de los votantes (inflación, baja del consumo), quienes buscan ocupar la presidencia van intentando posicionarse de cara a la ciudadanía, pero por el momento no pueden encontrarse ganadores y perdedores de manera unánime.

Si tuviésemos que hacer un resumen, podría decirse que Sergio Massa ha sufrido una notoria disminución en su intención de voto desde principio de año, aunque también es menester señalar que la misma estaba teñida de su gran victoria electoral de Octubre de 2013, por lo que más que disminución fue un retorno a parámetros más "normales". Daniel Scioli sostuvo durante todo el año cierta estabilidad, aunque sufriendo leves ascensos en determinados momentos (el comienzo de la disputa con los fondos buitres) y luego bajas por problemáticas específicas de coyuntura, ya sea provincial como nacional. Mauricio Macri fue quien, en términos generales, generó un crecimiento continuo a nivel nacional, pero con determinados problemas aún para lograr apoyos considerables en el segundo y tercer cordón del conurbano bonaerense. Por último, el espacio de UNEN, con Julio Cobos y Hermes Binner como los dirigentes con mejor intención de voto, pasaron un año 2014 con fuertes disputas internas y serios problemas para posicionarse frente a la opinión pública como una alternativa confiable.

De esta manera, desde hace aproximadamente cuatro meses nos encontramos en una virtual situación de triple empate entre Daniel Scioli, Mauricio Macri y Sergio Massa quienes se van relevando en la responsabilidad de liderar esta tabla pero sin lograr sacarse diferencias significativas. Asimismo, aún dentro de los votantes de cada uno de los candidatos, podemos encontrar altísimos niveles de volatilidad, mostrando que si bien existe definición de voto, aún no estamos en presencia de un convencimiento respecto al mismo.

Votantes de M. Macri

39% Podría votar por D. Scioli

48% Podría votar por S. Massa

Votantes de D. Scioli

23% Podría votar por M. Macri

47% Podría votar por S. Massa

Votantes de S. Massa

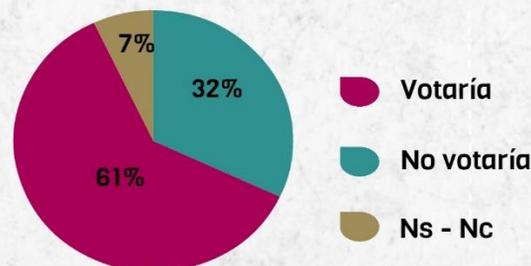
41% Podría votar por M. Macri

44% Podría votar por D. Scioli

Al parecer, la única variable que no encuentra mayores cambios en el transcurso del año es la predisposición a votar por un candidato que sea apoyado por la Presidenta de la Nación, que se encuentra en 32%. Un número sumamente representativo y sólido pero que seguramente tenga fuertes problemas para enfrentarse a una potencial segunda vuelta electoral. Por otra parte, el principal desafío para el gobierno será poder trasladar ese capital de apoyo potencial a un delfín o candidato afín del espacio.

Dentro de este escenario de paridad, la pregunta que cabe realizarse es saber cuáles son las pequeñas diferencias que, tal vez, lograrán inclinar la balanza a favor de uno u otro candidato. Los resultados previos en las elecciones provinciales en base al calendario establecido, la elección del vicepresidente, la definición de listas y candidaturas y, por supuesto, una acertada estrategia comunicacional de campaña pueden ser las llaves para romper esta paridad.

Si las elecciones a Presidente fueran hoy, usted votaría o no a cualquier candidato apoyado por Cristina Fernández de Kirchner



Sin embargo, el objetivo de este análisis es centrarse en dos variables: Por un lado, cuál es el grado de cambio que busca la ciudadanía; es decir, cuál es el peso de la continuidad, de la continuidad con cambio, del cambio con continuidad o del cambio completo y, por otro lado, definir qué temas serán los motores más eficientes para que los candidatos puedan posicionarse en este marco de cambio – continuidad. Tal vez comprender estas distinciones pueda acercarnos a dilucidar una respuesta y comprender cuál es el mandato que tienen los votantes de cara a 2015 y, sobre todo, quien de los candidatos puede satisfacer de una mejor forma esa demanda.

En la actualidad, el cambio es lo que parece regir el pensamiento de los electores. Una primera lectura es tajante y señala que un 70% prefiere cambio, frente a un 30% de continuidad. Asimismo, si profundizamos con gradientes, observamos que cambio se lleva el 51% de las menciones; el 18% asevera que prefiere más cambio que continuidad, un 11% quiere más continuidad que cambio; y un 19% desea una continuidad pura. En base a estos parámetros, al analizar el voto de cada uno de los candidatos, resulta interesante observar desde donde obtienen los mismos su sustento electoral. En otras palabras, dentro de que “pecera” los candidatos logran “pescar votos”.



De esta manera, observamos algunas conclusiones interesantes:

- Dentro del marco cambio - continuidad, los extremos parecen ser los que más relevancia tienen.
- Entre quienes buscan "cambio" (51%), Mauricio Macri obtiene su mejor desempeño electoral pero el mismo está lejos de ser monopólico y compite con Massa sobre este votante. Allí radica uno de sus grandes desafíos: mejorar y potenciar su eficiencia electoral sobre quienes buscan el cambio. Es en este contexto donde cobra especial relevancia el destino de los potenciales votos de FAUNEN. En caso de la ausencia de un candidato fuerte de esta alianza, es posible estimar que alrededor del 50% de sus votos irían a parar a manos del candidato del PRO. En términos absolutos, este porcentaje representa alrededor del 5% del padrón electoral.
- Asimismo, Mauricio Macri presenta mayor intención de voto que sus competidores en la categoría "más cambio que continuidad" pero aquí también se hace muy fuerte Scioli, superando levemente a Massa en este espacio y demostrando su transversalidad electoral. El referente del Frente Renovador tendrá como consigna recuperar la credibilidad como vehículo de un cambio más moderado (principal atributo de su campaña 2013) para equiparar el nivel de competitividad que presenta Mauricio Macri en este segmento.
- Un 11% busca "más continuidad que cambio" y aquí Scioli es quien potencia su fortaleza frente al resto. Evidentemente es en este espacio donde la estrategia comunicacional de Scioli de "morigerar su perfil kirchnerista" reconociendo temas de la agenda del "cambio" (inflación, seguridad, empleo) ha sido más exitosa. Es importante destacar el desempeño de S. Massa en este sector, sin embargo no ha logrado compensar en términos de intención de voto su viraje discursivo. En otras palabras, el costo generado en el espacio continuista por su discurso más cercano a la ruptura no fue compensado por un crecimiento del mismo orden en el espacio del cambio
- El 19% de los votantes buscan una continuidad más dura y aquí nuevamente es donde Scioli muestra su fortaleza con un 49% de intención de voto. La posición dominante de Scioli en este segmento, es la que se veía amenazada con el surgimiento de un candidato de ADN Kirchnerista puro.

Independientemente de la definiciones más tácticas que puedan tomar los candidatos para abordar cada uno de los segmentos, lo único que ninguno podrá controlar a través de las campañas es como las variables macro de la política y de la economía pueden ir redefiniendo la dimensión de cada uno de estos espacios. En este sentido, la presidenta, independientemente de su capacidad de influir en aspectos de política electoral, cumplirá un rol estratégico definitorio en el clima que pueda tener la campaña electoral del próximo año.

Juan Manuel Germano
Director de Comunicación
Institucional y Asuntos Corporativos
de Isonomía Consultores

