

¿Qué tan importante son las propuestas para definir el voto?

Laura Casquero

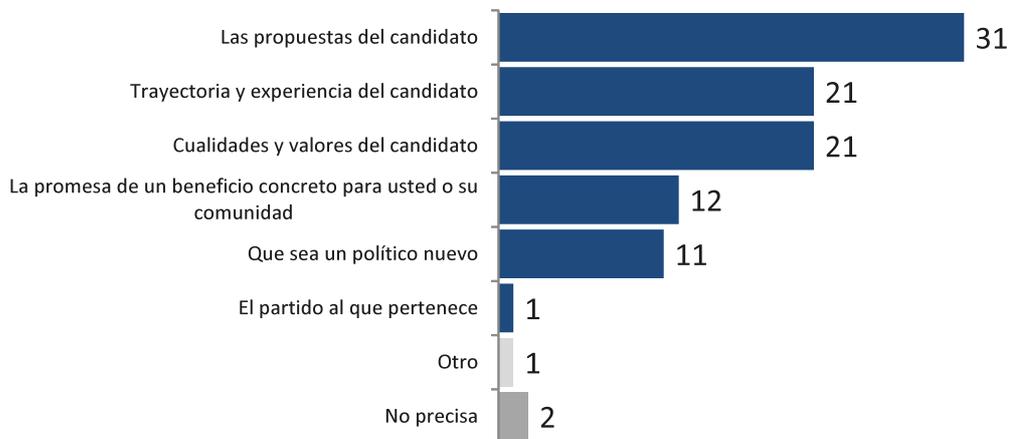
Analista Senior de Investigación de Ipsos Public Affairs

Laura.Casquero@ipsos.com

A una semana de las elecciones presidenciales, la campaña electoral se encuentra en la recta final. Desde finales de enero, la discusión electoral arrancó con fuerza y se ha centrado principalmente en problemas coyunturales y escándalos de corrupción, en lugar de enfocarse en los planes de gobierno de los candidatos presidenciales. A esto se suma el poco interés que tienen los peruanos en la política¹ y a que no todos están expuestos a noticias electorales². En ese sentido, los votantes no elegirían a una agrupación política por sus propuestas, sino que optarían por el carisma de sus candidatos o por el voto estratégico (para evitar que otro candidato gane la elección). Todo esto haría pensar que la definición del voto radica principalmente en la reputación del candidato.

Sin embargo, los electores declaran que la principal razón para definir su voto se centra en sus propuestas (31%). Entonces, ¿por qué existe la percepción de que los electores no toman en cuenta las propuestas al momento de definir su voto?

RAZONES QUE DEFINEN EL VOTO DE LOS ELECTORES



¿Qué es lo que más influye en usted para definir su voto por un candidato a la Presidencia de la República? (Con tarjeta)

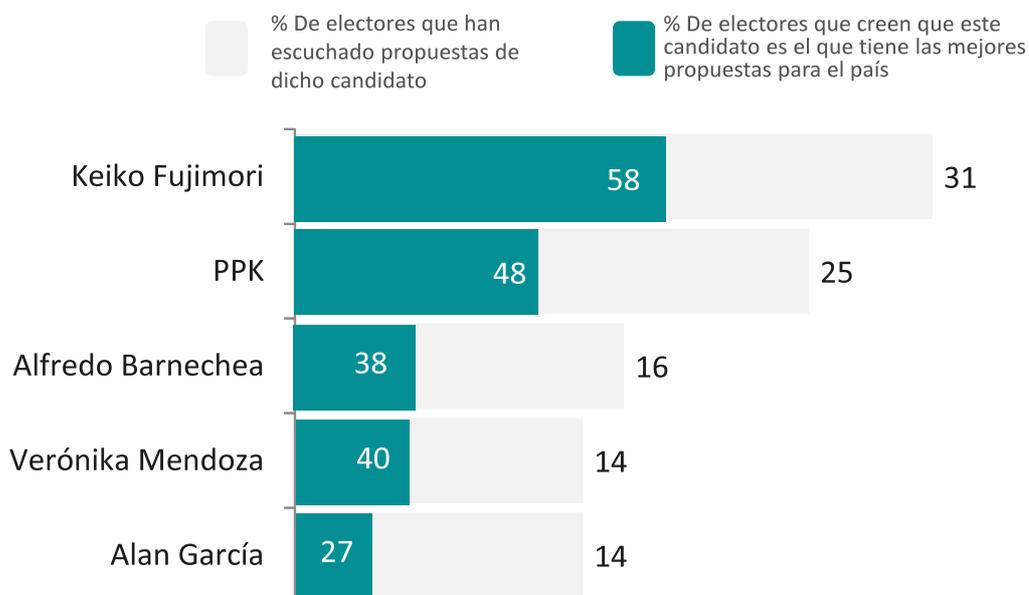
Base: Total de entrevistados (1202)

La respuesta se podría encontrar en parte en el análisis de la proporción de personas que han escuchado propuestas de los candidatos y que además consideran que estas son las mejores para el país. Así, podemos calcular el nivel de eficiencia de los candidatos para comunicar sus propuestas.

En este sentido Keiko Fujimori ha actuado de manera astuta, en los últimos cinco años, mientras la campaña estaba congelada, viajó por todo el país difundiendo sus propuestas en sectores populares que no cuentan con acceso a medios virtuales. Esto ha rendido frutos, pues de cada 100 electores que han escuchado sus propuestas 58 creen que es la que tiene las mejores propuestas para el país. Además, Keiko Fujimori resalta como la más preparada para

enfrentar el principal problema del país (la delincuencia), lo cual refleja el énfasis dado a su comunicación en temas de inseguridad. La experiencia de su padre en el combate contra el terrorismo ha sido una constante en sus mensajes: *“De la misma manera que derrotamos al terrorismo lo haremos con la delincuencia”*.

NIVEL DE EFECTIVIDAD DE COMUNICACIÓN CON LOS ELECTORES



Fuente: Ipsos Perú, Marzo 2016

Nota: La pregunta se centra en electores que han escuchado noticias sobre la campaña electoral en la última semana

Por el contrario, PPK ha centrado su comunicación en torno a sus virtudes (“El mejor preparado”, “Con experiencia”, “se acabó el recreo”), generando involuntariamente que la discusión se centre en lo opuesto: “El Lobista”, “El gringo que está del lado de las empresas privadas”, “No quiere renunciar a su nacionalidad extranjera”, cuando su principal fortaleza residiría en sus propuestas. Varios especialistas coinciden en que PPK tiene el mejor equipo técnico. Sin embargo, solo la mitad de los que han escuchado sus propuestas (48%) piensa que tiene los mejores planteamientos para el Perú.

Por su parte, la estrategia de comunicación de Verónica Mendoza y Alfredo Barnechea también tendría lo suyo. A pesar de haber iniciado su campaña en enero de este año, con poco acceso a medios de comunicación y con un presupuesto menor al de Keiko y PPK, ambos han logrado que 4 de cada 10 electores que los escuchan señalen que cuentan con mejores propuestas. Paradójicamente estos candidatos -a pesar de haber empezado con muy baja intención de voto en la contienda- han logrado posicionar los temas centrales de sus planes de gobierno en la discusión pública, obligando a sus contendores a pronunciarse sobre estos asuntos para no perder el interés de sus votantes. La discusión sobre la renegociación del Gas, la privatización del agua y el aumento del sueldo mínimo son algunos temas que reflejan esta situación.

Finalmente, ¿qué tan importantes son las propuestas para definir el voto? Es probable que los electores no determinen su voto en base a las propuestas, pero sí lo hacen en función de las percepciones que tienen sobre lo que los candidatos proponen. Ad portas de la elección y del debate presidencial es tiempo de que los candidatos comuniquen sus propuestas.

¹ Encuesta Nacional de Opinión, Marzo 2016. Solo la cuarta parte de los peruanos manifiesta esta interesada en política

² Encuesta Nacional de Opinión, Marzo, 2016. El 34% de los electores manifiesta que no ha escuchado noticias sobre la campaña electoral en la última semana.