

OPINIÓN

**ROGER
PINGO JARA**
DECANO
DE
FACEN - UDCH

**Marketing Político – 1ra. parte**

¿ Estamos cerca de las elecciones presidenciales del 2011 ? Parecería que no, sin embargo es conveniente conocer lo que piensa, dice y proyecta actuar el ciudadano, según la última encuesta publicada por Ipsos APOYO Opinión y Mercado.

Las principales candidaturas que empiezan a perfilarse son: Luis Castañeda, Ollanta Humala y Keiko Fujimori. Castañeda va primero en la capital y tercero en provincias. Humala está primero en el interior y tercero en Lima. Keiko ha alcanzado el segundo lugar en ambos ámbitos. Más atrás siguen Lourdes Flores y Alejandro Toledo.

Como manifiesta Alfredo Torres de APOYO, la sorpresa de esta medición es el avance de la hija de Alberto Fujimori, en momento en que el juicio al ex presidente avanza hacia su desenlace. Entonces nos preguntamos ¿ Por qué el ciudadano piensa de esta manera ?

La imagen de Alberto Fujimori está asociada entre otros factores a la reducción significativa de la inflación, determinada eficiencia en el gasto social y su actitud crítica y radical hacia el sistema político, que lo llevó a “disolver” el Congreso de la República en 1992. Cabe resaltar que la intención de voto por su hija puede incrementarse en la medida que se incremente la preocupación por la inflación, la ineficiencia del gasto social y los reiterados escándalos en el Congreso de la República.

Otro aspecto relevante de la encuesta está relacionado con la probable segunda vuelta electoral: Luis Castañeda 55% y Ollanta Humala 29%; Luis Castañeda 49% y Keiko Fujimori 33%; Keiko Fujimori 41% y Ollanta Humala 29%. ¿ Qué opina entonces ?

Podemos mencionar también que el 75% desaprueba la gestión del Gobierno, el 78% desaprueba al Poder Judicial, el 84% está en desacuerdo con los resultados de gestión del Congreso de la República y el 70% desaprueba también la gestión del primer ministro Jorge del Castillo.

En la columna del próximo viernes comentaremos sobre como diseñar e implementar una campaña electoral exitosa (marketing político), proyectando una mirada hacia el 2011.