

ESTRICTAMENTE PERSONAL>
RAYMUNDO RIVA PALACIO**Opine usted:**
rrivapalacio@ejecentral.com
@rivapa

El mensaje de Andrés Manuel

Andrés Manuel López Obrador ha invertido tiempo en buscar cambiar la opinión del sector empresarial que en dos campañas presidenciales previas tomó una abierta posición en su contra, financiando inclusive a sus rivales. En las elegantes residencias de Lomas de Chapultepec se ha reunido a comer con algunas de las figuras cuyas acciones, al frente de sus empresas, pueden mover el Producto Interno Bruto. Ha hecho lo mismo con los capitanes de la industria en Monterrey, el otro polo de poder económico en México, pero no parece terminar de persuadirlos de que es la mejor opción que tiene el país. Después de todo, como admiten algunos de esos empresarios, están decepcionados de dos sexenios panistas y frustrados porque el regreso del PRI al poder está muy lejos de lo que pensaban sería. Ni sabían cómo gobernar el país y llevarlo a mejor destino ni habían visto la corrupción tan extendida como en la actual administración.

Este panorama ha hecho lo que Jorge Buendía, la cabeza de la empresa de opinión pública Buendía & Laredo, caracteriza como “un muy mal humor” de los mexicanos en estos tiempos. El 64%, dijo Buendía la semana pasada en una presentación en el Centro Woodrow Wilson de Washington, piensa que

el país va en una dirección equivocada, que es una proporción similar de los electores que votaron en 2012 por otra opción que no fuera Enrique Peña Nieto; se mantienen inamovibles como fuerza opositora. Quien la ha canalizado, según Buendía, es Morena, el partido de López Obrador, que cuando nació oficialmente en 2015 tenía 15% de opinión positiva, mientras que en 2017 subió 22 puntos, hasta ubicarse actualmente en 41%.

López Obrador se mantiene, como si le perteneciera, en el primer lugar de las encuestas electorales. Aunque en este momento los estudios miden conocimiento de nombre (rebasó el 95% de mexicanos que lo conocen), mantiene un núcleo muy sólido entre los electores, que le ha permitido tener garantizada una tercera parte del electorado. Esto no le ha servido, empero, para ganar dos elecciones presidenciales, ni ha sido suficiente para poder montar una oposición social de envergadura como respaldo a sus impugnaciones. Su respuesta ante ello ha sido ratificar sus viejas banderas nacionalistas y mantener su decisión de que en caso de ganar la Presidencia de la República, desmontará las reformas del presidente Peña Nieto, en particular la energética y la educativa.

Los mensajes de López Obrador no han caído bien entre las clases empresariales y los inversionistas, ante los cuales no ha podido —ni querido— modificar su imagen. ¿Hay razones objetivas para el temor a que López Obrador sea presidente el próximo año? “Siempre existe la posibilidad de que AMLO, por sí mismo, le recuerde a los mexicanos por qué nunca podrán confiarle la Presidencia”, escribió recientemente Richard G. Miles, director de la Iniciativa del Futuro México-EU del Centro Estratégico de Estudios Internacionales en Washington. “López Obrador es un populista autoritario de corazón. Si insiste en deshacer la reforma energética o sabotea las delicadas negociaciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte o apoya a Venezuela, podría empujar a los votantes hacia opciones menos atractivas pero más seguras. O podría, difícilmente, mantener la autodisciplina y martillar el único mensaje con el que está ganando: todos los demás son unos ladrones”.

El mensaje de López Obrador ha sido una constante en la preocupación de empresarios e inversionistas. En enero, el *Financial Times*, el diario británico que junto con *The Wall Street Journal* es el de mayor influencia en esos sectores en el mundo, comparó a López Obrador con Donald Trump, caracterizándolo como “otro populista, antiestablecimiento que esperaría seguir los pasos del presidente electo de Estados Unidos”. En mayo, Shelly Shetty, una de las directoras de la agencia calificadora Fitch Ratings, dijo que la victoria de López Obrador generaría “incertidumbre y volatilidad” en México.

Hace unos días Niall Walsh, director asociado de Global Risk Insights, escribió que la victoria de

López Obrador comprometería la potencia regional de México. “Los inversionistas internacionales favorecen instituciones fuertes y estables, y temen de líderes populistas que amenazan con desmantelar las normas y las estructuras burocráticas”, agregó. “Considerando su disposición a prevenir la implementación de las reformas promercado, el potencial de la elección de AMLO traería negatividad en los mercados. Sería probable un declive en el valor del peso, acompañado por una reducción en el crecimiento, comparado con otras economías latinoamericanas”.

Las preocupaciones del capital mexicano y extranjero nacieron de su programa de gobierno, donde ven una modificación de la competencia del mercado por un modelo de sustitución de importaciones, que fue la política económica que mantuvieron los presidentes Luis Echeverría y José López Portillo que metió a México a 12 años de crisis profunda. No les gusta su lenguaje, como donde dice que la privatización es sinónimo de robo, o cómo concilia sus propuestas de ampliación del gasto público y proyectos de obra pública e infraestructura, sin un plan de ingresos que no sea la captación de recursos mediante la reducción de la corrupción, o iniciativas muy atractivas para el electorado, pero sin impacto real en las finanzas públicas, como la venta del avión presidencial.

Al presentar López Obrador este lunes una síntesis de nueve páginas de su **Plan de Desarrollo**, no disipó los temores. Más bien, en el concepto general de su programa se mantienen los mismos objetivos que ha venido plateando por meses y que hacen que lo vean en amplios sectores con reservas y antagonismos.