



• GENTE
DETRÁS
DEL DINERO

Por Mauricio
Flores

Las redes dijeron #ConLasChelasNo

mauricio.flores@razon.com.mx

La metodología de las encuestas es motivo de halago o denostación; su base estadística es el diseño del muestreo y de tipo de preguntas lleva a resultados variables entre una casa encuestadora y otra. Pero una medición directa en redes sociales no deja lugar a dudas... y en el caso de la consulta para cancelar la planta de Constellation Brands de Mexicali, de 3.2 millones de personas que opinaron en Twitter, Facebook y Google, 79% opinó negativamente sobre la decisión de AMLO.

De acuerdo a la medición hecha por la firma especialista en inteligencia digital, Metrics, 14% de las interacciones de red fue informativa en torno a la firma, que lleva aquí Daniel Baima, y sólo 7% estuvo a favor de la consulta y la cancelación que también alentó el gobernador morenista Jaime Bonilla.

En la consulta participaron 28 mil personas, 4.2% del padrón electoral de la zona. Pero en las “benditas redes” la participación fue copiosa (sólo se detectó la participación de 0.3% de *bots* y *trolls*) y la gran mayoría opinó contra una decisión gubernamental que ya pasó factura económica... como la reducción de la calificación (con perspectiva negativa) de la calidad crediticia de México, así como el dramático achicamiento de la perspectiva de crecimiento económico que hicieron Standard&Poor’s y JP Morgan.

Veremos si el Gobierno persiste en confrontar a inversionistas en medio de una pandemia y una recesión encima como parece indicar, ahora, el caso de los “ventiladores” en “La Rumorosa” que construyó y opera IENOVA que comanda Tania Ortiz.