



BOLETÍN

ESTRATEGIA & POLÍTICA

ANÁLISIS DE LA ELECCIÓN
DE AUTORIDADES Y
REPRESENTANTES DEL
ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA 2025

SEGUNDA VUELTA

Nº 1 - AGOSTO 2025



Fernando J. Dávila Pinilla

Director Internacional
POLÍTICA GLOBAL
Bolivia



Distinguidos políticos y ciudadanos en general:

Tengo el agrado de presentar el Primer número del Boletín de Estrategia Política, referido en este número y fecha, al análisis de elecciones de autoridades y representantes del estado plurinacional de Bolivia 2025.

Política Global, Asesores & Consultores es una firma internacional de consultoría política de alta especialización, enfocada en formar líderes, diseñar campañas imbatibles y asesorar gobiernos con visión de futuro. Actualmente cuenta con sedes en Perú y Bolivia, y extendida por Chile, Paraguay Argentina, Colombia, México, Ecuador y Venezuela. Nos proyectamos como una plataforma continental de formación, estrategia, inteligencia electoral y posicionamiento político de alto nivel.

Brindamos consultoría estratégica, asesoría política y formación especializada a candidatos, autoridades, organizaciones y gobiernos, para lograr campañas exitosas, gestiones eficientes y liderazgos transformadores. Y postulamos estratégicamente a convertirnos en la consultora política más influyente de América Latina, formando líderes que gobiernen con visión, estrategia e inteligencia, y posicionando nuestras metodologías en gobiernos, campañas y organizaciones políticas de todo el mundo.

El futuro nos muestra por primera vez en Bolivia una segunda vuelta electoral, nos queda después reconstruir un nuevo estado y lograr que el nuevo gobierno sea eficiente al servicio del ciudadano. Posteriormente y sobre la marcha se vislumbran las elecciones subnacionales donde jugaremos un rol importante, mostrando que nuestro equipo de estrategias y asesores políticos son de talla mundial y nivel superior.

Ballotage: ¿retorno artificial a la polaridad?



José Luis Harb

Psicólogo, psicoanalista, estratega electoral y político,

Country manager de Política Global en Washington DC. USA.

La sorpresa ha terminado. El proceso electoral continúa y los grupos estratégicos en materia electoral afinan nuevas estrategias, inteligencias y contrainteligencias. La segunda vuelta electoral es, sin duda, un nuevo escenario y diferente. La lógica binaria de ballotage exige precisión matemática entre lo que se dice y se hace.

Las dos candidaturas que llegaron a esta instancia expresan dos visiones aparentemente distintas sobre el quehacer político, aunque compartan origen como opositores al desplazado régimen masista. Desde la perspectiva

Desde la perspectiva de la estrategia electoral existen tres similitudes y coincidencias en materia económica y política entre los dos contendores:

a) La crisis económica –que alcanzó una gravedad extrema– requiere de políticas de ajuste inmediatas que solucionen la patética situación del cotidiano vivir de los ciudadanos bolivianos.

b) Sin reformas constitucionales y un reordenamiento en la ingeniería jurídica que aborde temas de procedimiento y, sobre todo éticas, no se podrá garantizar la inversión y la confianza para la recuperación económica.

c) La gobernabilidad no podrá ser viable si no se genera un índice de confianza y credibilidad con los actores del campo ciudadano y, sobre todo, popular organizado y corporativo.

En estos dos largos meses que nos separan de la segunda vuelta electoral, estas “líneas de base” no podrán estar ausentes de las prácticas y propuestas de los contendores. Las diferencias entre los dos polos en disputa electoral podrían simplificarse con esta síntesis: tienen clientelas electorales distintas, habilidades instalas contrapuestas y un target electoral insuficiente.

Jorge Quiroga apunta desde el extremo derecho hacia sectores moderados del conservadurismo de las clases medias ilustradas. Sus topes o límites electorales le han demostrado una incapacidad para acceder al campo popular del electorado. Su geografía electoral es mucho más sólida en el oriente del país que en el occidente. Quiroga arrastra el estigma de la vieja política y, de algún modo, lleva el estandarte de las prácticas duras de los regímenes militares, para bien o para mal, de su clientela. No obstante, en gestión genera niveles de credibilidad más altos en algunos sectores preocupados por ello.

Su elocuencia y experiencia en el ejercicio del poder político, por su gestión en la Presidencia de la República, a consecuencia de la muerte de Hugo Banzer, le da esa aura de seguridad. Muy hábil también en el escenario de la política aprovecha a su favor su facilidad verbal e histrionismo, que hacen

verlo como más activo, aunque no necesariamente sea cierto.

Su aspirante a vicepresidente, desde el punto de vista electoral, no le aporta nada. Forma parte de un mismo electorado ya adherido a su caudal electoral. JP –como le gusta que le digan a Juan Pablo Velasco– produce profundas dudas y se le ve más como carga que como un aporte.

Rodrigo Paz, que cuenta con una importante trayectoria municipal y parlamentaria –a diferencia de Quiroga– es la primera vez que se presenta como candidato la Presidencia, lo que lo muestra –aunque no ante todos– como un político nuevo. En la campaña ha logrado posicionarse ante electorado como una alternativa del cambio.

Su geografía electoral es inversa a la de Tuto Quiroga. Se ha consolidado –no sin sorpresas– en gran parte del occidente del país, pero también ha logrado una presencia nada despreciable en muchos sectores del oriente, con un segundo y tercer lugar en la votación. En el voto de los bolivianos en el exterior, ha conquistado el primer lugar.

Rodrigo Paz también cuenta con el don de la palabra, pero, además, despliega una presencia afable y nueva. Sin duda, uno de sus méritos incontrastables es el haber recorrido, durante dos años, gran parte del territorio boliviano.

Paz Pereira y su vicepresidente cuentan con una mejor distribución del voto. No obstante, su votación en las clases medias y sectores urbanos privilegiados –donde se generan las opiniones públicas– son parte de su insuficiencia de estrategia, junto a la percepción de una ausencia de un equipo técnico que garanticen el buen ejercicio de su posible gobierno.

En cuanto a su porcentaje electoral, éste requiere que mayores sectores de la clase media aporten a su target de lo nacional y popular. Cabe destacar que un remanente de una izquierda en desbande y sin compromiso directo también ha aportado a su ascenso electoral espectacular.

En cuanto a su vicepresidente –a diferencia del acompañante de Tuto Quiroga– Edman Lara, sin lugar dudas, contribuyó de manera por demás significativa a este ascenso, sobre todo en los sectores Identitarios y de contenido popular.

Estas particularidades descritas entre las dos candidaturas que van rumbo a la segunda vuelta perfilan la tendencia a una confrontación o dark rumm, orientada a lo que se conoce como “guerra sucia”, como la que marcó la competencia entre Tuto Quiroga y Samuel Doria Medina. Esta estrategia busca un desprestigio ante el electorado particularmente joven, que expresó ya su hastío ante esta práctica. Es de esperar que esa no sea la tendencia.

Lo que se adelanta como evidencia es que las estrategias de ambos lados estarán basadas en la polarización del electorado; entre quienes se identifican con paradigmas ya obsoletos, como el de la izquierda y de la derecha, que quedaron maltrechos como modelo dirimidor de los últimos resultados electorales.

Forzar una tendencia de identificación ideológica no sólo sería artificioso ante la realidad objetiva del electorado, también llevaría a otras deformaciones, como el regionalismo, por la forma de distribución del voto, y la racialidad, ambos como mecanismo dirimidor de las preferencias electorales, aspecto que fue ampliamente superado por el comportamiento electoral del domingo pasado.



El voto de los informales en la segunda vuelta electoral de Bolivia

Durante mucho tiempo se reconoció la importancia del voto ciudadano, del voto democrático antiautoritario, del voto de clase social o finalmente del voto indígena originario campesino vinculado a los sectores populares.

El 17 de agosto de 2025, en las elecciones generales, se presentó un “voto no escaneado”, “no reconocido” por las empresas encuestadoras, los medios de comunicación más influyentes ni por opinadores electorales. Se trata del voto de los sectores informales, que dentro de la economía boliviana ocupan un 85% de la generación de empleo.

El voto del sector informal ha sido determinante para el triunfo electoral de Rodrigo Paz del Partido Demócrata Cristiano PDC, una sigla prácticamente desconocida y sin trascendencia política en los últimos 25 años.

Las promesas realizadas a este sector social y económico fueron: perdonazo tributario, “nacionalización de autos ilegales (chutos)”, “importación con arancel cero de todo producto no elaborado en el país”, “cierre de la aduana”, “reducir impuestos”, “legalizar la marihuana con fines medicinales”,

“enjuiciar a funcionarios públicos de la Autoridad Jurisdiccional Administrativa Minera AJAM” por entrega de cuadrículas para la minería ilegal, entre otros.

Con estas propuestas y con la posibilidad de un incremento de apoyo de otros sectores sociales como cooperativistas mineros, campesinos y sindicatos, el PDC avanza a la segunda vuelta, teniendo a Tuto Quiroga de LIBRE como su contendor. Este último es el candidato de las élites del agronegocio cruceño, representa a las clases medias y altas acomodadas y tiene el reto de cambiar su discurso y propuestas para seducir al sector informal que es el sujeto emergente electoral en las elecciones bolivianas.

Otro elemento a considerar en la segunda vuelta electoral del 19 de octubre de 2025, es la convocatoria que realizó Evo Morales a favor del voto nulo, que en la elección pasada este último domingo alcanzó a un 19%, del cual le corresponde –en legitimidad– un 15%. En la segunda vuelta, una nueva convocatoria al voto nulo, de tener un crecimiento significativo, podría significar un relanzamiento político del ex Presidente.



Manuel Morales
Álvarez

Investigador, analista
político, autor de libros y
columnista de medios
de comunicación



ESTRATEGIA &
POLÍTICA

Bolivia Gira: Paz Pereira La Nueva Era Política

La gente ha hablado:
Bolivia quiere un cambio,
y lo quiere YA.

La victoria de Rodrigo Paz Pereira en las elecciones de Bolivia representa un quiebre político significativo. Este triunfo, inesperado para muchos analistas, refleja una profunda insatisfacción ciudadana y el rechazo a paradigmas políticos obsoletos. La definición del voto en la recta final fue clave, conectando con el hartazgo popular y abriendo espacio a candidatos no identificados con la política tradicional o el populismo. La elección de Paz Pereira es un claro "basta ya" al Movimiento al Socialismo (MAS), percibido como un actor autoritario y corrupto. Marca el inicio de una nueva era para Bolivia.

El análisis de la campaña final es crucial. La contienda se polarizó, con fórmulas desgastadas. El MAS, con fuerte maquinaria, parecía invencible.



Roberto Alba Monterrey

Es Estratega Político

La oposición, fragmentada, sin liderazgo, no conectaba. Sin embargo, esta inmovilidad se fracturó en las últimas semanas.

Emergencia de Nuevas Propuestas y Ruptura

El cambio lo propició una nueva generación de candidatos: jóvenes, con propuestas frescas, libres de ataduras ideológicas. Rodrigo Paz Pereira capitalizó el rechazo al statu quo. Su campaña evitó grandes mítines, enfocándose en la conexión personal. Su propuesta: revitalización económica, modernización estatal y lucha anticorrupción. Caló hondo en un electorado que anhelaba cambio tangible. Paz Pereira se proyectó como un gestor capaz, pragmático, enfocado en resultados. Su discurso contrastó con la retórica vacía. Esto le permitió trascender divisiones tradicionales, atrayendo a votantes que buscaban eficiencia. El cambio lo propició una nueva generación de candidatos: jóvenes, con propuestas frescas, libres de ataduras ideológicas. Rodrigo Paz Pereira capitalizó el rechazo al statu quo. Su campaña evitó grandes mítines, enfocándose en la conexión personal.

Voto decisivo de la recta final

La clave de su éxito fue el voto de última hora. El electorado boliviano es volátil; esta vez, la decisión fue consciente y estratégica. Cansados de la polarización, optaron por la moderación. El voto por Paz Pereira no fue ideológico, sino por sensatez, estabilidad y un futuro distinto. Una apuesta por el diálogo y soluciones.

El declive y rechazo al MAS

El rechazo al MAS, consolidado como expresión tiránica y corrupta, impulsó este cambio. El partido, que prometió esperanza, se transformó en un aparato de poder monolítico, marcado por corrupción, nepotismo y persecución política. Escándalos de desfalco, impunidad judicial, y el intento de Evo Morales de perpetuarse en el poder (desafiando el resultado de un referéndum constitucional), minaron su legitimidad. Fue un desprecio a la voluntad popular. El voto por Paz Pereira fue un castigo directo al MAS. La ciudadanía, simplemente, se saturó.

Hito democrático para Bolivia

La victoria de Paz Pereira trasciende el logro personal. Es un triunfo resonante para la democracia boliviana, una muestra de que la ciudadanía, con alternativas creíbles, puede romper esquemas.

Este no es el final, sino el inicio de un capítulo complejo. El desafío es construir una Bolivia libre de corrupción, tiranía y polarización. Requerirá liderazgo audaz, diálogo y consenso. Fortalecer la independencia judicial, la libertad de prensa y la transparencia electoral son prioritarios.

Económicamente, diversificar la matriz productiva, fomentar la inversión privada y generar empleo de calidad, especialmente para jóvenes.



ESTRATEGIA &
POLÍTICA

“No es la Economía, estúpido”

En las elecciones de 1992 en Estados Unidos, el presidente George H. W. Bush buscaba la reelección tras haber alcanzado una enorme popularidad por la victoria en la Guerra del Golfo, con más del 80% de aprobación.

Sin embargo, se produjo un cambio súbito cuando el país entró en recesión pocos años después, la economía se convirtió en la principal preocupación ciudadana. Bill Clinton, supo aprovechar esta coyuntura, con estrategias diseñadas por James Carville (quien años después asesoró y logró la corta victoria de la campaña de Goni con todo su pack de estrategias). Carville colgó en la sede de campaña un cartel con recordatorios clave, siendo el más famoso “The economy, stupid” (“Es la economía, estúpido”, con libro del mismo nombre), esta frase obligaba al equipo a mantener el enfoque en los problemas económicos y que Clinton debía repetir, además convirtiendo la frase en un mantra que seguirán muchos candidatos por el mundo; esa disciplina comunicacional permitió a Clinton posicionarse como el candidato del cambio y capitalizar el descontento, lo que resultó decisivo para derrotar a Bush, cuya debilidad era la economía.

“Es la identidad, carajo”

En las pocas horas pasadas, las elecciones bolivianas invierten esta frase, frente a candidatos que se desgañitaban hablando de “economía”, en un periodo de crisis, “policrisis” (crisis interconectadas y superpuestas, reforzadas mutuamente), excesivo gasto fiscal, escases de dólares, de gasolina, diésel, etc., resulta en primer lugar la fórmula del binomio Rodrigo Paz Pereira y Edman Lara Montaña, contra todo pronóstico, cuya campaña es enfocada no por la habilidad o propuestas económicas, frente a la crisis sino un discurso y accionar de campaña enfocada por otra vía, la de la identidad.

En un momento de caída irremediable de la organización política más consolidada de los últimos 70 años: el MAS, hoy confrontada en sí misma, hara-kiri mediante, fruto de un pésimo manejo de un periodo de bonanza inicialmente y de las consecuencias económicas, después. Estas condiciones derrumbaron al mal gestor de crisis, pero no el contenido de su narrativa: la identidad existente y persistente, elemento ausente para los otros candidatos.

La identidad venía intrínseca en los grupos sociales, podemos estirar el término y decir que son grupos socioeconómicos o socioculturales, pero en última instancia la identidad demarca “el sentir”; la emocionalidad colectiva; la interacción simbólica (George H. Mead, Erving Goffman); aquella que el poder te



ESTRATEGIA &
POLÍTICA

determina, aquella clasificación social construida desde el poder y la asignación (Foucault, M.); aquellas “identidades líquidas”, flexibles e inestables, que se adaptan a las exigencias de la modernidad tardía (Bauman, Zygmunt).

En un proceso electoral de medio año (o más) donde se habló, debatió, diagnosticó, analizó y se instaló narrativa en “economía”; la votación finalmente es definida en las últimas “100 horas, carajo” en torno a la emotividad colectiva, conjuncionando

con mecanismos de comunicación “casi subterráneos”, como ser el “boca a boca” de vecinos, la transmisión “de la palabra y oración” por grupos cristiano/ evangélicos o por mandato sindical gremialista, transportista, etc, que permitió, en última instancia el “voto identitario”. Así pues, no definió la pericia en economía del candidato sino la habilidad de la conectividad, la cirugía identitaria, estimado lector.



Ricardo C. Fernández Gutiérrez

Sociólogo, demógrafo
Investigación social y estrategia política.