

# VLADIMIR RAMOS

UN CONSULTOR POLÍTICO CON  
LA FUERZA DEL MAR, SIEMPRE  
EN MOVIMIENTO, SIEMPRE AL  
ASEDIO, UN ANIMAL POLÍTICO  
EN TÉRMINOS ARISTOTÉLICOS



Vladimir Ramos, fundador y Director General de Pretorians Consultores Políticos, logró armar una estructura especializada en comunicación política y estrategia electoral con campañas exitosas en México y participa en proyectos de Centroamérica y Europa del Este.

El consultor se define como un hombre discreto en su vida personal y consultor implacable. Graduado del programa de Educación Ejecutiva de la Escuela de Gobierno John F. Kennedy en la Universidad de Harvard, cuenta una maestría en Administración Pública y es Licenciado en Relaciones Internacionales.

■ **¿Cómo se constituye en un éxito de la consultoría política? ¿Qué sacrificó? ¿Cómo alcanza sus logros?**

Trabajamos para ser los mejores con un método muy definido para diseñar estrategias funcionales y de rápida ejecución, lo último marca la diferencia entre una estrategia exitosa y una que fracasa. En el terreno de los hechos, nuestra experiencia de vida, profesional y formación académica nos permite imprimir un sello particular y ganador.

¿Qué he sacrificado? De entrada, todo. En la vida nos vemos obligados a sacrificar algo para lograr objetivos. En esto, lo que más sacrificas es el tiempo con la familia, sin embargo, lo que hago no sería posible sin apoyo de mi esposa y mi hija, las principales impulsoras de qué hago y cómo lo hago.

De los logros, para alcanzarlos, paso a paso, es librar una o más batallas a la vez y asegurarte de ganarlas. Hay una frase de Miyamoto Musashi que es un credo para nosotros: "Si el enemigo piensa en la montaña, impónle el mar; y si él piensa en el mar, impónle la montaña". En Pretorians es prohibido no tener un plan detrás de cada acción.

■ **¿Cómo llega a estar entre los consultores más exitosos en México y Centroamérica?**

Viene de algo más profundo, es un tema de raíz y no podría resumirlo en una sola línea. Inicia a corta edad, la política fue algo inherente a mi niñez, mis padres fueron muy activos en cuestiones sociales y políticas en mi pueblo (costa de Chiapas, Villa Comaltitlán) y esa etapa fue formativa e ilustrativa para mí. Quien no ha vivido la política de los pueblos de México poco podrá entender cómo los mexicanos la viven y sienten.

Para entender la psique del votante no bastan estudios cualitativos y cuantitativos, se necesita experiencia de vida, saber a qué huele la pobreza para entender las prioridades de la gente, no basta conocer la división geográfica y electoral en los mapas, se requiere haber caminado al menos uno de tantos caminos de la gente, eso te sensibiliza, da lo que llamo conocimiento de causa, una ventaja competitiva.

Inicié en campañas como a los 17 años, la primera fue en Pijijiapan con mi amigo Benjamín Ruíz nos movíamos en un camión ganadero, me tocaba hablar, y después tomé el rol de definir cómo decir las cosas en la calle, en el toque de puertas de otras campañas en pueblos de mi estado.

Como funcionario público federal enfrenté responsabilidades diferentes. Proponer cambios, argumentarlos, llevarlos a cabo, aprender de gente



👉👉 Somos sui generis, hemos estado ahí, sabemos hacer política y por lo tanto, entendemos a quienes la hacen, a quienes dirigen los destinos del país. Nos anticipamos a sus dificultades, los entendemos como seres humanos y sabemos lo que implica para ellos y sus equipos una opinión o directriz nuestra 👉👉.

con más experiencia y hacer todo para maximizar los recursos asignados es la enseñanza que agradezco a la función pública. Como Diputado Federal compartí foro con los políticos más destacados del país, muchos venían de ser gobernadores, otros lo son hoy, un par nombrados secretarios de estado en la actual administración federal, algunas y algunos fueron o son dirigentes nacionales de sus partidos.

■ **Usted se centra en el mensaje como centro de poder de toda campaña política...**

La política se trata de comunicar tus ideas, de persuadir. Comunicar es la clave y en los últimos años esto se ha pervertido, se piensa que basta pararse ante la gente y hablar; no, hablar no tiene nada que ver con la comunicación en sí, y por lo general tiene efectos negativos.

El mensaje te define, marca la diferencia. El electorado no es complejo pero jamás pienses que es tonto y completamente emocional. Hoy, las personas están interesadas en

respuestas más que en propuestas, están a la expectativa, quieren creer, entonces dales un motivo, no se trata de discursos conmovedores, sino mensajes que tengan sentido para la ciudadanía.

■ **Si pudiera asesorar a un líder (no importando el momento histórico), quién sería y ¿por qué?**

Benito Juárez, sin duda alguna. Para mí, es la presidencia interina y electa que más dificultades enfrentó y que respondió con más trabajo, más determinación y más visión de estado que los demás.

■ **¿Cuál es la tecnología que no puede en este momento pasar por alto en una campaña exitosa?**

La capacitación de los recursos humanos de tu campaña, sin ello, no hay tecnología que fructifique. Eso te permitirá entender el poder de las redes sociales, no desestimar la televisión ni la radio y dimensionar la capacidad de otros medios de comunicación.