

# JOSÉ LUIS SANCHÍS

EL CONSULTOR QUE SE PREPARÓ  
PARA LA DEMOCRACIA

Sita  
Aguilera



Sita Aguilera es politóloga. Estudiante del master de comunicación política MMP-ICPS-UAB ( @SitaAguilera)

---

Las primeras elecciones generales en las que los españoles acudieron a votar en libertad tras más de 40 años se celebraron en día laborable. El miércoles 15 de junio de 1977, el recuento de votos, mucho más rudimentario que el actual, se detuvo a las 3 de la madrugada sin concluir.

Aquella misma mañana, antes de que los colegios electorales se abrieran por primera vez en cuatro décadas, más de mil estudiantes contratados por la UCD partían en autobuses desde la sede del partido hacia los diferentes municipios considerados clave para el resultado final de las elecciones. La orden era clara: esperar el acta de resultados y después llamar al equipo de Suárez para que pudieran determinar el desenlace de las elecciones en cada provincia. La estimación podía fallar, pues no recibieron nunca las llamadas con la información de Cádiz y Sevilla, pero les exigían los datos para poder comunicarlos a la población. Un joven consultor político, con apenas unos meses de trayectoria en el equipo, se responsabilizó de proporcionar la estimación a Presidencia: 166 diputados para la Unión de Centro Democrático. Ese fue el número que se dio y el que confirmaría dos días más tarde el escrutinio de resultados oficial del Ministerio de Interior. José Luís Sanchís acertó con su pronóstico y sus técnicas acabaron de persuadir a un Adolfo Suárez ya de por sí convencido de la valía del consultor.

En consultoría política a nivel español resulta complicado encumbrar a un padre de la misma, pero Sanchís es sin duda uno de los pioneros y precursores de dicha disciplina en nuestro país. Cuando en la sede presidencial no había aún ni un solo ordenador, él ya estaba trabajando.

Sanchís ha colaborado con casi todos los partidos españoles, desde la UCD hasta ERC, pasando por PP, PSOE, IU, UPyD, AP, CDS, CiU o PNV. Estuvo en las primeras lides electorales tras el franquismo, al igual que con Pujol o Ardanza cuando empezaba a perfilarse el mapa de las autonomías. Su carrera, sin embargo, no se ha limitado al territorio español y ha trabajado en –hasta ahora– 126 campañas electorales de todo el mundo, asesorando en comicios de Portugal, Francia, México, Colombia, Chile, Bolivia, Perú y Ecuador a personalidades tan distintas como Sà Carneiro, Aníbal Cavaco Silva, Carlos Menem, Valery Giscard d'Estaigne, Hugo Banzer, Raymond Barre, Andrés Zaldívar, Alberto Fujimori, Horacio Serpa o Vicente Fox. No obstante, en numerosas publicaciones y entrevistas, el consultor asegura que Adolfo Suárez es el político que más marcó su carrera. No es para menos, fue él el que le dio la primera oportunidad.

Cuando las elecciones democráticas volvieron al país y con ellas el marketing político, José Luis Sanchís estaba preparado. Tuvo mucho de casual pero también de causal. Aunque al castellonense siempre le había interesado la política, a principios de los 70 era un licenciado en Derecho y Económicas por la Universidad Comercial de Deusto que trabajaba en Solís, el fabricante del popular tomate frito. La multinacional encargada del control de la empresa española ofreció a varios ejecutivos la posibilidad de

---

acudir a seminarios especializados en Estados Unidos. Sanchís ya era entonces un apasionado del marketing y confiaba en las técnicas de la comunicación como una de las herramientas fundamentales de la comercialización de bienes y servicios, pero solicitó a sus superiores algo mucho más concreto: quería formarse en marketing político.

No fue tarea fácil, teniendo en cuenta que entonces no era una especialidad que se enseñase en los centros académicos, pero tuvo la suerte de dar con Joe Cerrell, quien había trabajado para John F. Kennedy y accedió a impartirle una master class en Los Ángeles. Cuenta en una de sus publicaciones, que fue entonces cuando tomó la decisión de especializarse en consultoría política, convirtiendo así el perjuicio de la inexistencia de elecciones democráticas en España en una ventaja: tiempo extra para capacitarse para cuando las hubiera. Así fue como antes de los primeros comicios de la democracia española, Sanchís ya había tenido la oportunidad de aleccionarse a través de algunos de los mejores consultores del panorama mundial.

En 1977, José Mario Armero, además de presidente de la agencia de noticias Europa Press, figura clave en la política española de entonces y amigo íntimo de Adolfo Suárez, era también su abogado de empresa en CARCESA, donde él ostentaba el puesto de director general. Armero fue quien dio el pistoletazo de salida a la carrera profesional de Sanchís, con una recomendación que no dejó indiferente a Suárez:

“Es un tipo que plantea el tema electoral desde un punto de vista matemático y de marketing. Yo no le entiendo en absoluto y, por lo tanto, debe de ser muy bueno”.(1)

Ésta fue la breve presentación que le abrió las puertas de La Moncloa. Aunque no exactamente, pues antes tenía que reunirse con Rafael Anson, quien debía dar el visto bueno. Anson había colaborado estrechamente con Suárez para introducirlo en los círculos de poder, estuvo con él cuando entró en el gobierno de Arias Navarro y cuando el Rey le encargó formar gobierno en 1976. Ostentaba el puesto de director general de TVE en el momento en que se entrevistó con Sanchís para valorar su incorporación al equipo. En aquella primera reunión le solicitó que elaborara un informe que diera respuesta a tres preguntas:

- ¿Debe Adolfo Suárez presentarse a las elecciones generales?
- ¿Con qué partido?
- ¿Por qué circunscripción?

Estuvo largos días haciendo a mano el análisis de las diferentes circunscripciones y valorando las

posibles opciones, pero para cuando volvió a reunirse con Ansón le entregó un folio con tres respuestas: "sí", "nuevo", "Madrid". Desde aquel momento Rafael Ansón se convirtió en su jefe y comenzó su carrera como consultor político. Han pasado 40 años y no ha dejado de ejercer como tal.

Sanchís, además de trabajar para innumerables fuerzas políticas y campañas, ha sido presidente de la *International Association of Political Consultants*, atesora seis *Golden World Awards*, un Premio Polly y un *Honorary Victory Award*, que recibió el mismo año que se le otorgó también a Joseph Napolitan. Además de su tesis doctoral sobre campañas electorales, publicada en 2014, es autor de varios libros y manuales sobre comunicación política, entre los que destacan *Ganar el poder* y *¿De qué color llevaba Adolfo los calcetines?*

Cuando España carecía de democracia y de proyectos políticos en los que la población pudiera participar, José Luis Sanchís ya se preparaba para, cuando fuera posible, ser un actor relevante en el devenir de las contiendas electorales. En la actualidad, la consultoría política española y el desempeño de muchos profesionales por intentar influir sobre la intención de voto de la ciudadanía no se entienden sin su pionera figura.

#### Referencias bibliográficas:

- (1) José Luis Sanchís, Marcos Magaña y Aleix Sanmartín, *Ganar el poder. Apuntes de 86 campañas electorales*, Madrid, Síntesis, 2009, pp. 21.
- José Luis Sanchís, *¿De qué color llevaba Adolfo los calcetines? El archivo estratégico de la Transición*, Barcelona, Grup Editorial 62, 2016.
- José Luis Sanchís, *Comunicar con éxito: teoría y práctica de la comunicación*, Madrid, Gestión 2000, 2004.