

Curso para
**CANDIDATAS
ELECTORALES**

Acceso de las mujeres al financiamiento electoral:

Principales desafíos y estrategias para fortalecer
la campaña electoral



OEA | CIM



Acceso de las mujeres al financiamiento electoral:

Principales desafíos y estrategias para fortalecer la campaña electoral

Dirección General:

Alejandra Mora Mora, Secretaria Ejecutiva de la Comisión Interamericana de Mujeres (CIM) de la Organización de los Estados Americanos (OEA)

Elaboración del documento:

Marta Martinez y Lucía Martelotte

Este documento se basa en los trabajos desarrollados en el marco del Programa Interamericano para Fortalecer la Democracia y el Liderazgo de las Mujeres de la CIM/OEA, cuyo objetivo ha sido recabar información sobre (i) los principales obstáculos que enfrentan las mujeres en la región para acceder al financiamiento electoral, (ii) las estrategias que emplean para financiar sus campañas electorales y (iii) buenas prácticas y políticas públicas existentes en la región para asegurar el acceso de las mujeres al financiamiento electoral.

Estos trabajos han consistido en la (i) elaboración y circulación de una encuesta en la que participaron 203 mujeres, en su mayor parte pertenecientes a la Red CIM de Mujeres Políticas y al análisis de los resultados, realizado por Ignacio Santoro; (ii) realización de entrevistas en profundidad a diez mujeres de cinco países de la región (México, Honduras, Colombia, Costa Rica y Paraguay), y análisis de los resultados, realizado por Martha Tagle; (iii) el estudio de caso de Brasil, elaborado por Ana Claudia Santacana y 4) el estudio de caso de México, elaborado por Georgina de la Fuente.

La CIM/OEA agradece especialmente la colaboración de las integrantes de la Red CIM de Mujeres Políticas y de todas las mujeres que han apoyado estos trabajos, facilitando información y compartiendo sus valiosas experiencias.

*La **Organización de los Estados Americanos (OEA)** reúne a los países del hemisferio occidental para promover la democracia, fortalecer los derechos humanos, fomentar el desarrollo económico, la paz, la seguridad, la cooperación y avanzar en el logro de intereses comunes. Los orígenes de la Organización se remontan a 1890, cuando las naciones de la región formaron la Unión Panamericana con el objetivo de estrechar las relaciones hemisféricas. Esta unión se convirtió en la OEA en 1948, luego que 21 naciones adoptaran su Carta. Desde entonces la Organización se ha expandido para incluir a las naciones del Caribe de habla inglés y Canadá, y hoy todas las naciones independientes de Norte, Sur y Centroamérica y el Caribe conforman sus 35 Estados miembros.*

*La **Comisión Interamericana de Mujeres (CIM)** es el principal foro generador de políticas hemisféricas para la promoción de los derechos de las mujeres y la igualdad de género. Creada en 1928 - en reconocimiento de la importancia de la inclusión social de las mujeres para el fortalecimiento de la democracia y del desarrollo humano en las Américas - la CIM fue el primer órgano intergubernamental establecido para promover los derechos humanos de las mujeres.*

Violencia digital contra las mujeres en política: Cómo identificarla y estrategias para combatirla



Esta publicación cuenta con la colaboración de la Cooperación Española a través de la Agencia Española de Cooperación (AECID). El contenido de la misma es responsabilidad exclusiva de la Comisión Interamericana de Mujeres y no refleja, necesariamente, la postura de la AECID.

Copyright ©2023 Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos (SG/OEA)

OAS Cataloging-in-Publication Data
Inter-American Commission of Women.

Acceso de las mujeres al financiamiento electoral: Desafíos y estrategias para fortalecer la campaña electoral / [Comisión Interamericana de Mujeres].

p.; cm. (OAS. Official Records; OEA/Ser.L/II.6.45)

ISBN 978-0-8270-7688-4

1. Women's rights. 2. Women--Violence against--America. 3. Women--Political activity--America. 4. Political Violence--America. I. Title. II. Series.

OEA/Ser.L/II.6.45

Comisión Interamericana de Mujeres (CIM)

cim@oas.org

<http://www.oas.org/cim>

 /ComisionInteramericanaDeMujeres

 @CIMOEA

Diseño y diagramación: Patricio Bascuñán

1. Conceptos clave	6
1.1 ¿Qué es el financiamiento político?	6
1.2 Modelos de financiamiento electoral	6
2. Financiamiento electoral para las mujeres	7
2.1 El financiamiento electoral desde una perspectiva de género: un asunto de la democracia	7
2.2 Tipos de medidas para promover el acceso al financiamiento de las mujeres	7
3. Obstáculos que enfrentan las mujeres para acceder al financiamiento electoral	8
4. Principales fuentes de financiamiento electoral empleadas por las mujeres	11
5. Estrategias de las mujeres para acceder al financiamiento electoral	12
6. Dando la vuelta a los obstáculos:	
recomendaciones y propuestas	14
6.1 A nivel institucional:	14
6.2 A nivel individual	14
7. Buenas prácticas para promover el acceso de las mujeres a financiamiento electoral: los casos de Brasil y México	17
7.1 El caso de Brasil	17
7.2 El caso de México	19

1. Conceptos clave¹

1.1 ¿Qué es el financiamiento político?

El financiamiento político refiere al proceso por el cual se obtienen fondos para el desarrollo de las campañas electorales y el quehacer político en general. En especial, hace referencia a las normas y reglas que regulan el modo en el que se financia la política. El financiamiento político se ha convertido en objeto de análisis por diferentes motivos, entre los que destacan:

- a) El reconocimiento de que las asimetrías económicas entre quienes optan por puestos de decisión ha generado condiciones de inequidad en las elecciones
- b) Una mayor transparencia en los aportes que reciben los partidos políticos permite un mayor ejercicio del voto informado y contribuye a un mejor funcionamiento y legitimidad del sistema democrático

Algunos aspectos que se regulan en los sistemas de financiamiento son: el origen de los fondos, los topes de campaña, los criterios para el acceso y para la distribución de los fondos, los momentos de entrega de los recursos. El financiamiento puede ser directo, es decir, a través de dinero, o indirecto, que consiste en otro tipo de opciones como exenciones fiscales, uso de espacios, otorgamiento de materiales, espacio en los medios de comunicación. Según el origen de los fondos, el financiamiento se clasifica en: público, cuando proviene del Estado; privado, cuando proviene de personas particulares o entidades privadas, y mixto, cuando se combinan ambas vías de financiamiento. El denominador común entre los países de América Latina es el modelo de financiación mixto.

1.2 Modelos de financiamiento electoral

- a) **Financiamiento público:** El financiamiento público es aquel en el cual el Estado contribuye al financiamiento de los partidos y de las campañas electorales. Generalmente lo hace a través de la asignación de un presupuesto a los partidos en función de criterios pre-establecidos (como el tamaño del partido, su competitividad, etc.), pero también puede tratarse de aportes para aspectos específicos, como la impresión de las boletas o algunos otros asuntos inherentes al proceso electoral.

¹ Esta sección se basa en la sección sobre “Financiación” de la iniciativa “Reformas políticas en América Latina”, impulsada por la Secretaría para el Fortalecimiento de la Democracia de la Organización de los Estados Americanos y el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: <https://reformaspoliticas.org/reformas/financiacion/>

- b) **Financiamiento privado:** El financiamiento privado alude a los aportes, ya sea en dinero o en especie, que personas humanas o jurídicas (no estatales) pueden realizar a una agrupación política, destinados al financiamiento de gastos políticos y electorales.
- c) **Financiamiento mixto:** Son aquellos sistemas en los que conviven el financiamiento público y el privado. En estos modelos es importante que el marco normativo establezca de manera clara los criterios para acceder a ambos tipos de fuentes, los límites para cada caso y la relación entre ellos.

2. Financiamiento electoral para las mujeres

2.1 El financiamiento electoral desde una perspectiva de género: un asunto de la democracia

El financiamiento con perspectiva de género es aquel que parte de la evidencia de la desigualdad de género en el acceso al financiamiento e incorpora normas y medidas para promover la participación política de las mujeres y su acceso de a recursos económicos. En general, se trata de disposiciones que establecen obligaciones para los partidos políticos en relación al uso y distribución del dinero público que reciben.

Conocer y analizar el financiamiento desde una perspectiva de género es fundamental dado que, como cualquier otro ámbito, está mediatizado por normas y estereotipos de género que dificultan que las mujeres obtengan recursos para sus campañas, particularmente a las que están iniciando sus carreras políticas o que se postulan por primera vez como candidatas. Es por ello que las expertas se han referido al “techo de billetes” en alusión a la barrera que supone el dinero para lograr una participación política más efectiva de las mujeres y mejorar la calidad de la democracia. De hecho, como consecuencia de esta realidad, muchas mujeres deben recurrir al endeudamiento, lo cual impacta sobre su autonomía económica.

2.2 Tipos de medidas para promover el acceso al financiamiento de las mujeres

- a) **Financiamiento directo:** el financiamiento directo consiste en asignar determinados porcentajes de los recursos económicos públicos que reciben los partidos políticos a promover la participación política de las mujeres y procurar un reparto equitativo de los fondos de campaña. En otras palabras, otorgar a las mujeres candidatas dinero que les permita afrontar los gastos de campaña, posicionarse y obtener visibilidad antes y durante la contienda electoral.

b) **Financiamiento indirecto:** Se refiere a una serie de medidas que, de manera indirecta, pueden contribuir a que las mujeres cuenten con recursos para el desarrollo de sus campañas y carreras políticas. Algunas de las medidas más frecuentes son:

- *Espacio/tiempo en los medios de comunicación:* consiste en reservar un determinado porcentaje del tiempo en los medios de comunicación para las mujeres, de modo de promover sus voces y contribuir a su visibilización.
- *Aportes para el desarrollo de actividades regulares y subsidios para gastos de campaña:* es cuando se cubren gastos como: cartelería, merchandising, materiales, camisetas, etc).
- *Capacitaciones:* varias legislaciones de la región contemplan que un porcentaje del dinero asignado a los partidos políticos tiene que estar destinado a capacitaciones para las mujeres.

3. Obstáculos que enfrentan las mujeres para acceder al financiamiento electoral

Como resultado de las entrevistas realizadas a mujeres políticas y de la encuesta circulada a integrantes de la Red CIM de Mujeres Políticas, la CIM ha identificado que las candidatas electorales encuentran obstáculos similares para acceder al financiamiento, lo cual apunta claramente a la persistencia de una cultura machista fuertemente arraigada en la política que afecta a una mayoría de mujeres. Adicionalmente, la falta de autonomía económica es un factor de contexto determinante en este ámbito: casi un tercio de las mujeres de la región no tiene ingresos propios y depende de otras personas para su subsistencia, por lo general, de un hombre².

Aun así, **en la mayoría de los países de la región no existen normas para promover el acceso de las mujeres al financiamiento para la campaña electoral a través de acciones afirmativas.** Solo dos países en la región cuentan con medidas de acción afirmativa que obligan a los partidos políticos a dirigir a las mujeres candidatas parte de los recursos públicos que reciben para la campaña electoral. Estos países son México y Brasil y las principales características de dichas medidas están recogidas en la última parte de este documento.

2 Población sin ingresos propios por sexo | Observatorio de Igualdad de Género (cepal.org)

Al ser preguntadas por los obstáculos para obtener financiamiento electoral, las mujeres señalaron las siguientes barreras:

- Falta de financiamiento partidario
- Utilización de ahorros propios y/ familiares
- Resistencias de las élites partidarias
- Falta de credibilidad del potencial electoral de las candidatas
- Falta de espacios de alta visibilidad en las listas electorales
- Endeudamiento producto del autofinanciamiento en campaña
- Situaciones de violencia política
- Falta de financiamiento privado
- Límites en la capacidad de obtener crédito bancario
- Falta de conocimiento político financiero para planificar y acceder a fondos
- Falta de experiencia crediticia
- Falta de oportunidades para formarse y de equipos técnicos que las guíen al interior de los partidos políticos
- Conflictos familiares por los requerimientos económicos de la campaña electoral
- Reducción del dinero destinado al hogar
- Enfrentarse a una derrota electoral por falta de fondos
- Disparidad en la competencia con otros partidos políticos y con candidatos varones
- Falta de presencia en medios
- Dependencia económica
- Falta de tiempo producto de las tareas de cuidado
- Presiones por intercambio de apoyo político por financiamiento

Las mujeres identifican como primer obstáculo para acceder al financiamiento la falta de recursos. De acuerdo a los resultados, la principal estrategia de financiamiento de las mujeres son los recursos propios, a través de ahorros, deudas o préstamos. En este sentido, puede destacarse una falla en los partidos políticos, ya que si sus tareas principales son el reclutamiento de líderes, su formación como políticos y políticas y su acceso a puestos de representación, **el hecho de que las candidatas deban usar prioritariamente sus recursos para financiar sus campañas demuestra un déficit en las tareas partidistas.**

Así, las mujeres señalan una clara falta de apoyo de los partidos políticos cuando buscan acceder a cargos de representación y, en particular, para acceder a financiamiento electoral. Las decisiones de las dirigencias partidarias en relación al financiamiento electoral se identifican como un obstáculo “al no apostar por las mujeres” o “financiar exclusivamente a los hombres”.

Cuando existe, este apoyo es para aquellas mujeres que se encuentran en las primeras posiciones en las listas. Esto resulta lógico. Sin embargo, aunque algunas mujeres logran llegar a los primeros puestos de las candidaturas -en buena parte, debido a la existencia de leyes de cuota y de leyes de paridad-, en los partidos persiste la creencia según la cual los hombres son más competitivos electoramente que las mujeres y, por lo tanto, dirigen más recursos económicos a apoyar sus campañas y utilizan a las candidatas como “anclas” o “paraguas”, refiriéndose con estos términos a que los fondos se dirigen a apoyar a los candidatos varones debido a que tienen mayores expectativas de triunfo.

Es preciso romper con ese “círculo vicioso” que lleva a “no invertir en candidaturas de mujeres porque no son vistas como ganadoras” y “las mujeres lo tienen mucho más difícil en las campañas electorales porque no tienen acceso a financiamiento electoral”. De ahí la importancia de incorporar políticas públicas con **acciones afirmativas que permitan a las mujeres acceder, al menos, a un piso mínimo de financiamiento electoral**. También es importante que las mujeres se organicen para demandar colectivamente fondos para sus campañas electorales.

Adicionalmente, las mujeres también identifican claramente **dificultades para acceder a financiamiento privado**. En este ámbito, señalan las dificultades para acceder al crédito debido a la falta de experiencia crediticia, la falta de patrimonio propio y los bajos salarios, escasa confianza de los bancos en las candidatas y la falta de información sobre la mecánica de los créditos.

El endeudamiento producto de los gastos de campaña es un problema principal para las mujeres, particularmente para las mujeres en situación de mayor vulnerabilidad económica porque después de la campaña quedan endeudadas y sin capacidad para devolver la deuda. El riesgo de perder patrimonio e incluso la vivienda familiar, la reducción de los recursos del hogar y los problemas familiares como consecuencia de las deudas económicas adquiridas son algunos de los obstáculos que las mujeres identifican en este tema. Esto implica que las dificultades para acceder a financiamiento electoral no solo afecta a la esfera de su participación política, sino que repercute también en otros ámbitos de su vida, tales como la familia y la economía doméstica.

Por otro lado, producto de los procesos de socialización y los roles de género, es frecuente que las mujeres tengan escasa experiencia política en relación con el manejo del dinero en el marco de una campaña electoral, o bien algunas de ellas expresan incomodidad cuando deben implementar estrategias de recaudación de fondos. En las entrevistas, algunas mujeres señalan que lo siguen considerando como un factor “sucio” o relacionado con actos de corrupción, que puede influir negativamente en su imagen y reputación. Sin embargo, también hay mujeres que identifican fácilmente oportunidades

para recaudar fondos sin comprometer los valores, el programa de la campaña o la autonomía de la candidata.

Como un factor complementario, **se ha identificado un conocimiento limitado sobre los componentes del financiamiento electoral**. Así, las mujeres se refieren al desconocimiento de los costos de los materiales y otros elementos de la campaña, al desconocimiento de las empresas que los producen y también declaran desconocer cómo armar y llevar un presupuesto de campaña. Muchas veces, estos saberes se transmiten a través de relaciones interpersonales y redes informales a los que las mujeres tienen menor acceso. Por otro lado, también se ha detectado un desconocimiento de las reglas electorales que rigen para poder competir en un proceso electoral y, particularmente, en lo relacionado con los procedimientos para obtener recursos, a la vez que una demanda clara de las mujeres por obtener también formación y orientación técnica en estos temas, que bien pueden proveer los órganos electorales y los partidos políticos.

4. Principales fuentes de financiamiento electoral empleadas por las mujeres

A pesar de la importancia que tiene el financiamiento público en las campañas electorales de América Latina, las mujeres declaran que los fondos que reciben de sus partidos políticos son escasos e insuficientes para cubrir los costos de las campañas. Frente a la falta de recursos, tanto públicos como privados, para financiar sus campañas electorales, las mujeres asumen que ellas mismas tendrán que financiar sus campañas electorales, con ahorros, créditos u otro tipo de financiamiento personal, los cuales reducen su autonomía económica e impactan en sus familias. De los resultados de las encuestas y de las entrevistas realizadas, se desprende que:

- a) *Recursos propios*: se trata de la fuente mayoritaria. Puede tratarse de ahorros o de una parte de sus ingresos.
- b) *Recursos provenientes de redes de apoyo*: principalmente a sus familias, amigos y conocidos que las apoyan a través de pequeñas donaciones, en especie o a través del voluntariado.
- c) *Préstamos*: ante la falta de recursos económicos algunas mujeres recurren a entidades bancarias, financieras o de índole informal para obtener dinero para sus campañas.
- d) *Empresarios/as y donantes*: si bien esta es una estrategia menos frecuente, algunas mujeres logran obtener apoyos en el sector privado, generalmente proveniente de pequeñas y medianas empresas.

5. Estrategias de las mujeres para acceder al financiamiento electoral

Recursos en especie y eventos de recaudación

Una estrategia ampliamente utilizada consiste en implementar estrategias de financiamiento de carácter mixto, incluyendo recursos en especie (diseño gráfico, merchandising, trabajo voluntario, traslados, redes familiares), junto con la organización de eventos de recaudación de fondos, como cenas, subastas o actividades comunitarias, donde se invita a donantes potenciales a contribuir con la campaña.

Espacios en los medios de comunicación

Para muchas mujeres, una estrategia que resulta útil es obtener espacios en los medios de comunicación, ya sea en la televisión, la radio o los periódicos (por ejemplo, a través de notas de opinión). Este tipo de estrategias en las que las mujeres pueden presentar sus plataformas y principales líneas de acción les permite potenciar su visibilidad, lo que en muchas ocasiones se traduce en un aumento del número de simpatizantes y apoyos económicos.

Utilizar la tecnología para facilitar la recaudación de fondos

Esto puede incluir el uso de plataformas de crowdfunding en línea, sistemas de pago en línea, entre otros recursos digitales disponibles para fortalecer la campaña electoral.

Establecer alianzas estratégicas

Colaborar con otras/os candidatas/os o políticas/os que apoyen los mismos temas y cuestiones puede ser beneficioso en términos de financiamiento. Organizar eventos de recaudación de fondos conjuntos o compartir recursos financieros puede ser una estrategia efectiva. Asimismo, las mujeres pueden buscar el respaldo financiero de organizaciones y grupos que compartan sus valores y propuestas. Pueden dirigirse a grupos de mujeres, organizaciones de la sociedad civil, sindicatos y otros grupos para solicitar su apoyo económico.

Capacitación

Aunque no existe una amplia oferta de formación que incluya contenidos vinculados con el financiamiento político, muchas mujeres recurren a espacios de capacitación y/o a

personas de su entorno con conocimiento sobre este tema, para conocer sus derechos y las opciones disponibles para acceder a recursos económicos.

Generación de espacios de discusión e intercambio de buenas prácticas entre candidatas

Con menor frecuencia aparece la generación de alianzas y espacios de socialización de las experiencias y estrategias entre mujeres candidatas y ex- candidatas. Se trata de iniciativas puntuales centradas en la socialización de las experiencias y las posibles estrategias de recaudación de cara a la elección.

Hacer de la transparencia y la rendición de cuentas un valor de la campaña

Que las finanzas de la campaña sean transparentes y accesibles al público puede generar confianza y atraer a nuevos donantes. Mantener las cuentas claras de los gastos y los ingresos, y hacer públicas estos registros, puede ser importante para obtener nuevos apoyos financieros para la campaña.

Al ser preguntadas por las estrategias que han utilizado para obtener financiamiento electoral, las mujeres señalaron las siguientes:

- Comidas solidarias y “polladas”
- Desayunos con empresarios locales
- Desfiles de moda
- Bazares (venta de todo tipo de mercadería)
- Rifas y bingos
- Venta de comida preparada
- Crowdfunding
- Financiamiento partidario
- Redes de mujeres, a partir de la asociación entre candidatas y grupos de la sociedad civil
- Bonos solidarios
- Préstamos de familiares y amistades
- Donaciones de vecinos
- Donaciones de familiares
- Utilización de ahorros
- Solicitudes de créditos bancarios o entidades financieras
- Donaciones de empresarios

6. Dando la vuelta a los obstáculos: recomendaciones y propuestas

6.1 A nivel institucional:

- a) **Fortalecer los partidos políticos en relación al financiamiento electoral**, mediante normativa u otras medidas para que los fondos de campaña se distribuyan de manera equitativa entre sus candidatos y candidatas.
- b) **Impulso de acciones afirmativas para que el financiamiento electoral llegue a las mujeres.** Entre los principales hallazgos de la CIM/OEA en este ámbito, destaca el reclamo de las mujeres para acceder a un piso de financiamiento que les permita obtener lo básico para su campaña electoral, como elementos de imagen y vallas publicitarias.
- c) **Que la legislación incorpore mecanismos de fiscalización** de la distribución del financiamiento electoral público al interior de los partidos políticos de forma equitativa entre mujeres y hombres y que los organismos electorales se doten de las capacidades necesarias para cumplir con dicha función.
- d) **Proveer infraestructura de apoyo para el cuidado de las personas dependientes de la candidata.** En la actual organización social, la realidad es que las mujeres requieren de recursos para poder cuidar de sus familias mientras transcurre la campaña. Las tareas de cuidado y de crianza, particularmente si se tienen hijas/os menores o personas mayores o enfermas a su cargo, se complican en periodo electoral. Entre otras soluciones, puede contemplarse que los gastos para el cuidado de las personas dependientes se integren en los gastos de campaña y dejen de ser una carga que asumen las mujeres (y que no se penalice a las mujeres por ello).

6.2 A nivel individual

- a) **Las candidatas pueden organizarse internamente en el partido político para demandar un reparto equitativo de los fondos de campaña** y asumir este objetivo como un tema relevante de la agenda para la igualdad y de su propia candidatura electoral.
- b) **Conocer la legislación en materia de financiamiento político.** Participar en programas de acompañamiento y capacitación fortalece las habilidades y conocimientos de las mujeres candidatas y les permite contar con herramientas concretas para

conocer en profundidad la legislación existente, los requerimientos y responsabilidades para el acceso a los recursos públicos, existencia de acciones afirmativas para las mujeres, las sanciones en caso de incumplimiento, así como identificar otras vías alternativas de financiamiento, conociendo las potencialidades y riesgos de las diferentes opciones.

Solicitar capacitaciones técnicas sobre la legislación vigente al órgano electoral puede ser una vía apropiada para obtenerlas. Los propios partidos políticos también pueden ofrecer formación en todo lo concerniente al financiamiento electoral. Otros organismos del Estado, los organismos internacionales como la CIM/OEA y organizaciones de la sociedad civil ofrecen capacitaciones a mujeres políticas y pueden considerar dedicar un espacio al financiamiento electoral.

- c) **Contar con un plan de financiamiento.** A la hora de buscar recursos económicos para la campaña es fundamental contar con un plan de financiamiento electoral, que reúna el conjunto de estrategias y acciones para recaudar fondos y gestionar sus recursos financieros durante la campaña electoral.

Algunos aspectos a tener en cuenta a la hora de diseñar el plan de financiamiento de una campaña electoral

- Conocer la legislación y regulaciones sobre financiamiento electoral, incluidos los techos de gasto y las limitaciones sobre fuentes de financiamiento
- Revisar los mecanismos de distribución de fondos al interior de su partido político
- Establecer los objetivos financieros de la campaña: ¿Cuántos recursos necesitamos? ¿Qué tipo de recursos necesitamos, monetarios o en especie? ¿Qué tipo de gastos incluiremos en el plan? ¿Qué gastos serán prioritarios? ¿Cuántos recursos se necesitan para publicidad (anuncios en medios, vallas publicitarias, anuncios en línea) ¿Qué gastos operativos tendrá la campaña (transporte y desplazamientos, alimentación, equipo, cuidados de personas dependientes)
- Establecer las estrategias de recaudación ¿Cómo se llevará a cabo la recaudación de fondos, por ejemplo, con eventos de recaudación, campañas de correo electrónico, donaciones en línea, etc.?
- Designar un equipo o personas responsables de la elaboración y ejecución del plan de financiamiento
- Designar personas responsables de implementar las estrategias de recaudación de fondos
- Identificar posibles donantes y desarrollar estrategias para persuadirles para que contribuyan
- Establecer mecanismos para garantizar la transparencia en el uso de los fondos y la rendición de cuentas ante la ciudadanía, los donantes y el órgano electoral
- Movilización de personas voluntarias para reducir costos y maximizar el alcance de la campaña
- Analizar las experiencias en otros países e identificar estrategias de éxito para recaudar fondos.

d) Otras medidas

- Los órganos electorales y los partidos políticos pueden promover y/o fortalecer espacios de capacitación en materia de financiamiento electoral para mujeres políticas, tanto a aquellas que son candidatas como quienes se encuentran en el ejercicio del cargo. Incorporar programas de mentoría para mujeres jóvenes o que recién comienzan su carrera política.
- Crear y/o jerarquizar las Secretarías de la Mujer o espacios institucionalizados para la promoción de la igualdad de género al interior de los partidos políticos, e integrar a estas estructuras en los espacios de dirección en los cuales se discute sobre el financiamiento electoral.

- Crear observatorios o espacios institucionalizados para el monitoreo de los recursos públicos y privados para financiar campañas electorales. Lo anterior contribuiría a la transparencia y rendición de cuentas en detrimento de la opacidad que prevalece y que es un temor real en las mujeres políticas cuando se enfrentan a la decisión de aceptar donaciones, pues pueden ver comprometida su trayectoria política.
- Establecer canales de comunicación entre las candidatas y los organismos electorales, que les permitan a las mujeres conocer la normativa vigente sobre acceso al financiamiento para las mujeres, así como despejar dudas en relación con su implementación.
- Promover la creación un Fondo público o fideicomiso para financiar campañas de mujeres, para que las candidatas cuenten con los recursos económicos básicos para realizarla.
- La democratización de la vida interna de los partidos políticos, incluyendo la participación de más mujeres en los espacios de dirección de los partidos políticos y en la toma de decisión “real”, lo cual también facilitará la democratización del financiamiento.
- Continuar fortaleciendo la agenda de la paridad política en la región, entendida no solamente como acceso de las mujeres a la mitad de los cargos de gobierno, sino como igualdad en las condiciones para el ejercicio de la participación política, lo cual incluye el acceso equitativo al financiamiento electoral.
- Reducir el costo de las campañas electorales.

7. Buenas prácticas para promover el acceso de las mujeres a financiamiento electoral: los casos de Brasil y México

7.1 El caso de Brasil

Brasil cuenta con un sistema de financiamiento político de carácter mixto. En lo que respecta al financiamiento público, hasta 2017 la principal fuente era el Fondo Partidario, que brindaba apoyo económico ordinario a los partidos políticos. Luego se creó el Fondo especial para la financiación de campañas (FEFC), que aumentó el peso de los recursos públicos en la política brasileña. Fue a partir de estos dos fondos que fue posible insertar medidas de promoción y fomento de la participación de las mujeres en la política.

Los avances en materia de igualdad de género se produjeron a través de dos vías, por un lado, a través de los litigios estratégico, que involucraron a legisladoras, colectivos políticos feministas y por el Poder Judicial Electoral, y por otro lado, por la vía de la legislación. A partir de los **litigios estratégicos** se consiguió:

- 1) La obligación para los partidos políticos de destinar al menos un 30% del total recibido del FEFC a candidaturas de mujeres.
- 2) La obligación para los partidos políticos de destinar, al menos un 30% del total recibido del Fondo Partidario para candidaturas de mujeres.
- 3) La reserva de al menos el 30% del total del tiempo concedido al partido de Tiempo Electoral Gratuito en la TV y la radio.

Por otro lado, a través de la **vía legislativa** se logró:

- 1) La obligación de destinar, al menos el 5% de los recursos del Fondo Partidario recibidos por el partido político, para la creación de programas de promoción de mujeres en la política.
- 2) La doble contabilización de los votos otorgados a candidaturas de mujeres y de personas afro para el cargo de diputado federal para el cálculo del valor a recibir por parte de los partidos políticos, tanto del Fondo Partidario como del FEFC.
- 3) Elevar a rango constitucional las decisiones judiciales que obligaron a los partidos político a destinar a candidaturas de mujeres al menos el 30% de los fondos recibidos, tanto del Fondo Partidario como del FEFC.

En cuanto a su implementación, en las elecciones al Congreso federal de 2018, de los 34 partidos políticos que recibieron recursos, 13 de ellos transfirieron el 30% de los fondos del FEFC a candidaturas de mujeres. En las elecciones de 2022, de los 32 partidos políticos que competían, 18 destinaron al menos el 30% de los recursos recibidos del FEFC a sus candidatas. Se observa que ha habido avances en cuanto a la proporción de partidos políticos que cumplen con la norma, pero que todavía quedan varios partidos políticos que no la aplican, incluyendo algunos de los partidos políticos de mayor peso en la política brasilera.

La aplicación de estas medidas ha enfrentado algunos desafíos, entre los que destacan la resistencia de los partidos (a través de fraude, desvío de fondos, autoamnistía para no cumplir con las sanciones), ausencia de sanciones a nivel legislativo, lo cual suele traducirse en una judicialización de los casos de incumplimiento, o el fenómeno de las “vices” mujeres, como una forma de gastar en candidaturas que lideran mayoritariamente hombres con recursos destinados a mujeres.

Adicionalmente, se ha observado que los recursos se concentran en los órganos de dirección de los partidos políticos, los cuales también deciden sobre los criterios de reparto interno de los fondos recibidos. Las mujeres no tienen apenas participación en dichos órganos, hecho que no permite tener mayor influencia sobre los criterios de reparto de los recursos recibidos. Finalmente, en el año 2022 se aprobó la Enmienda Constitucional no. 117/2022 que, por medio de una nueva autoamnistía, impide la aplicación de sanciones a los partidos políticos por la justicia electoral, cuando se haya incumplido las acciones afirmativas de financiamiento de candidaturas de mujeres.

7.2 El caso de México

En México, los partidos políticos cuentan con acceso permanente al financiamiento público directo e indirecto. En ocasiones, estos son distribuidos de forma discrecional, lo cual afecta primordialmente a las mujeres. En abril de 2020, el Congreso de la Unión aprobó la reforma legal en materia de violencia política contra las mujeres en razón de género, la cual prohibió la discriminación en razón de género en la distribución de las prerrogativas a las que los partidos políticos tienen derecho.

La reforma también mandató al Instituto Nacional Electoral (INE) a emitir lineamientos para que los partidos políticos prevengan, atiendan, sancionen y reparen la violencia contra las mujeres en la política. Entre otras disposiciones, los lineamientos establecieron:

- 1) La obligación de los partidos políticos de garantizar a las candidatas al menos el 40 por ciento del financiamiento público para gastos de campaña.
- 2) La obligación de garantizar a las candidatas al menos el 40 por ciento de sus espacios en radio y televisión.

Asimismo, se estableció la responsabilidad del INE de implementar metodologías que permitan la verificación de su cumplimiento, en particular respecto a la distribución de sus prerrogativas de financiamiento público directo e indirecto. Estos lineamientos fueron aprobados y aplicados por la autoridad electoral por primera vez en las elecciones federales de 2021, habiendo enfrentado una serie de dificultades materiales, complejidades normativas y resistencias de los partidos políticos. En esta primera aplicación se observó un cumplimiento generalizado de los lineamientos, y se confirmó que todos los partidos políticos nacionales y coaliciones registradas en el Proceso Electoral Federal de 2021 dieron cumplimiento al lineamiento relativo al financiamiento directo.

De manera global, se registró que la proporción de recursos financieros asignados a candidaturas de mujeres a diputaciones federales en dicho proceso electoral ascendió a 54 por ciento del total, superando el umbral mínimo establecido por 14 puntos porcentuales. Por su parte, los pocos incumplimientos registrados sucedieron en el ámbito local, lo que revela un área de oportunidad para el intercambio de información y la capacitación con partidos políticos locales. En lo relativo al financiamiento indirecto - distribución de espacios en radio y televisión- el INE registró el cumplimiento de la nueva disposición por parte de todos los partidos políticos nacionales excepto uno, motivo por el cual fue sancionado por la autoridad jurisdiccional y ordenado a cumplir las medidas de satisfacción correspondientes.

Los ejercicios de verificación realizados en 2021 arrojaron una serie de lecciones aprendidas de cara a su implementación en los procesos electorales de 2024. De manera general, destaca la necesidad de identificar posibles canales de comunicación con candidatas y/o aspirantes a candidaturas a través de órganos para el adelanto de las mujeres de todos los partidos políticos. Ello permitiría asegurar que todas ellas conozcan el contenido de los lineamientos de violencia contra las mujeres en la política y las obligaciones establecidas para los partidos políticos, de modo que cuenten con elementos para solicitar las asignaciones correspondientes a sus dirigencias y, en su caso, iniciar procedimientos internos que correspondan ante las instancias de justicia intrapartidaria. Asimismo, será necesario que la autoridad electoral siga perfeccionando sus metodologías de verificación y trabaje para la simplificación de los mecanismos informáticos que utiliza para la rendición de cuentas de los partidos políticos.

En relación al diseño legal, es necesario definir aquellos aspectos más importantes para lograr una adecuada implementación, como los criterios vinculados a la distribución de los recursos a los partidos políticos y dentro de los partidos, entre las mujeres. Otra dificultad se relaciona con el momento de la recepción de los fondos. En algunas ocasiones, aunque existe la posibilidad de acceder a recursos económicos, estos no llegan con el tiempo suficiente para que las mujeres puedan emplearlos en sus campañas electorales.

En el ámbito de la implementación, se ha observado que existe discrecionalidad por parte de las dirigencias partidistas (mayoritariamente masculinas) sobre el destino de los recursos de campaña. Adicionalmente, en algunos casos la difusión de estas normas es escasa, lo cual se traduce en que los fondos no llegan a las mujeres y que estas tampoco los reclaman por desconocimiento. Finalmente, en algunos casos no existe un monitoreo y/o fiscalización de los recursos otorgados, o este es de carácter deficitario y sin evidencia oficial de los fallos en la distribución de los fondos, es difícil para las mujeres reclamar su correcto cumplimiento.

¿TE HA SIDO ÚTIL ESTE MATERIAL?
Cuéntanoslo en spcim@oas.org



OEA | CIM

Comisión Interamericana de Mujeres

www.oas.org/es/cim

spcim@oas.org

 [ComisionInteramericanaDeMujeres](https://www.facebook.com/ComisionInteramericanaDeMujeres)

 [@CIMOEA](https://twitter.com/CIMOEA)

 [@cim.oea](https://www.instagram.com/cim.oea)



MINISTERIO
DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA
Y COOPERACIÓN



aecid



Cooperación
Española