Dinero, mujer y política

Resultados de la encuesta a candidatas en las Elecciones Generales de Panamá en mayo de 2024

La encuesta y su análisis buscan entender cómo se relacionaron las candidatas con el dinero antes, durante y después del periodo oficial de campaña para encontrar espacios de mejora en la normativa, en el manejo de las candidaturas femeninas a lo interno de colectivos políticos, dentro de las campañas de las candidatas por la libre postulación y en los espacios de capacitación.

43 Candidatas encuestadas

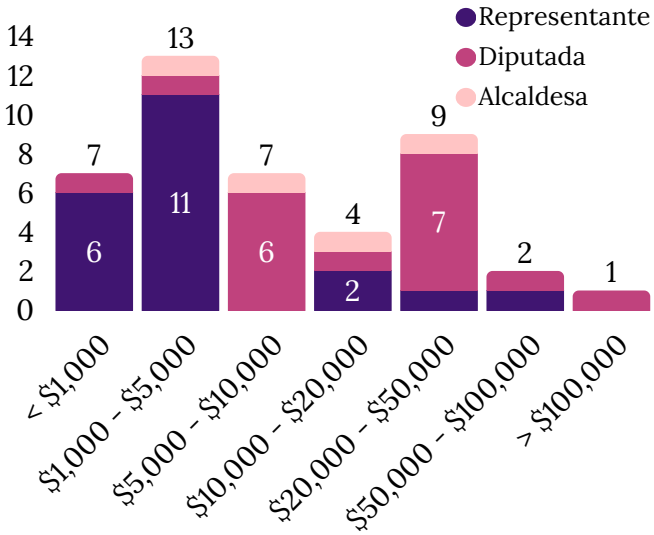
21	Candidatas a representante	**32**	Por partidos políticos
18	Candidatas a diputada	**11**	Por la libre postulación
4	Candidatas a alcaldesa	**4**	Resultaron electas

En la muestra están representados todos los partidos políticos con excepción de uno y todas las provincias menos Darién y las comarcas Emberá y Ngäbe Buglé.

Gasto

El 72% dijo gastar menos de $20,000. De esas, el 87% gastaron menos de $10,000 en su campaña política. Las cuatro candidatas que resultaron electas están todas en una escala distinta de gasto.

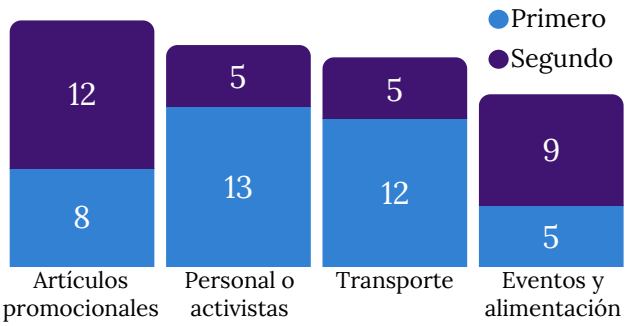
Rango de gastos totales por cargo



Rubros

Para el 47%, el rubro de artículos promocionales estuvo entre sus dos más importantes. Y el 42% de las encuestadas dijo que el pago a personal y activistas estuvo entre sus dos principales rubros. Similarmente, 41% dijo que transporte fue el primero o segundo rubro en el que más gastaron.

Cantidad de candidatas que identificaron cada rubro como gasto significativo



Los dos rubros más comunes como el principal gasto: transporte y el pago a personal a activistas son gastos relacionados a la búsqueda de votos. Esto también podría revelar lo caro que resulta el día de la elección por gastos de movilización y el pago a quienes están en los centros de votación.

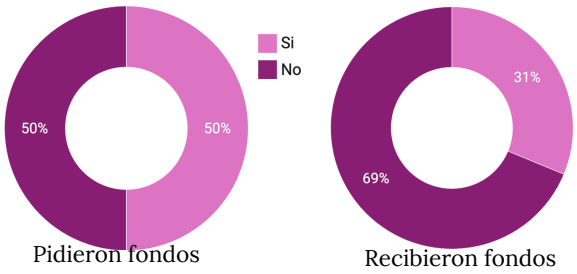
Financiamiento

El 93% de las candidatas dijeron haber invertido fondos propios para financiar su campaña. El 16% dijo que esa fue su única fuente y otro 40% dijo que esa fue la principal fuente de financiamiento para su campaña. El 65% de las encuestadas dijeron haber recibido donaciones en dinero o en especie por parte de amigos y familiares. Sólo un 14% de las candidatas encuestadas dijo haber recibido donaciones de empresas privadas. Y de esas, el 83% corresponden a candidatas de partidos .

Apoyo de partidos

El 31% de las postuladas por partidos políticos reportaron recibir fondos para su campaña de parte de sus partidos.

Postuladas por partidos políticos que solicitaron y recibieron fondos



De las postuladas por partidos, el 50% dijo acercarse a su partido a pedir fondos. Y de esas, le dieron fondos al 56%. El hecho de que no todas se acercaran a pedir fondos podría significar un desconocimiento de los procesos internos o una desilusión de los mecanismos de selección.

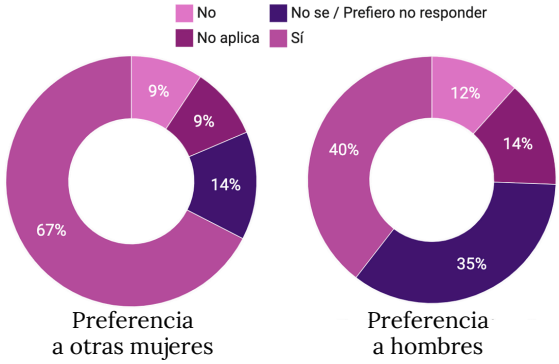
Financiamiento público

Para este ciclo electoral, el financiamiento público preelectoral ascendió a unos $54,5 millones. Un 93% del total se le reparte a partidos políticos. El 7% restante se distribuye entre todos los candidatos por la libre postulación, con la mayoría yendo a los candidatos presidenciales. ***Solo el 27% de las postuladas por la libre postulación reportaron haber usado fondos del financiamiento preelectoral.*** Ninguna candidata de partido dijo usar estos fondos, lo cual podría evidenciar una falta de trazabilidad en el manejo de los mismos.

Preferencia

El 67% de las encuestadas considera que su partido o movimiento asignó más recursos a algunas candidatas por encima de otras.

Porcentaje de candidatas que considera que hubo preferencia en la distrubicón de fondos



Solo el 14% escogió la opción de “No sé/Prefiero no responder” sobre si sus partidos o colectivos tuvieron preferencia por algunas mujeres al asignar fondos. Sin embargo, al hacer la pregunta sobre los hombres, el 35% seleccionó esa opción. El alto índice de “no sé” en ambas preguntas podría evidenciar opacidad en el uso de los fondos. ***El 95% de las encuestadas considera que con más fondos, sus campañas habrían sido más exitosas.***

Capacitación

El 81% de las candidatas postuladas por partidos considera que con más capacitación por parte de sus partidos habrían sido más exitosas sus campañas. Esto a pesar de que el Código Electoral detalla que el 40% de lo que reciban los partidos en concepto de financiamiento postelectoral deberá destinarse a capacitación. Y de ese 40%, el 20% deberá destinarse a la capacitación de mujeres.

Similarmente, un 84% de las candidatas considera que su campaña electoral habría sido más exitosa si hubieran contado con más capacitación por parte del Tribunal Electoral.

Modificación de la norma

El 67% de todas las encuestadas considera que el porcentaje del financiamiento postelectoral a partidos que por ley se debe destinar a capacitación de mujeres es muy poco. Sin embargo, al preguntarles sobre si estos fondos se deberían poder destinar a otros rubros, solo el 37% respondió que sí.

Toma de decisiones

En cuanto a la transparencia que hay en el uso de los fondos por parte de los partidos, ***solo el 13% de las postuladas por partidos políticos considera que su partido es claro con cómo se asignará el financiamiento postelectoral para mujeres.*** De ese 13%, solo una candidata considera que tiene voz en las decisiones que se toman en base a esa asignación.

Montos

Del total de la muestra, el 63% considera que el financiamiento público a las campañas debe ser mayor. Por otro lado, el 44% de las encuestadas consideran que el financiamiento privado de las campañas debe aumentar. ***Es llamativo que el 89% de las que dicen que debe aumentar el privado también dice que debe aumentar el público.*** Se trata de candidatas que en general consideran que debe haber más dinero destinado a las campañas políticas.

Conclusiones

Las candidatas mujeres se apoyan fuertemente en fondos propios y de familiares y amigos para financiar sus campañas, evidenciando una ***incapacidad del sistema para proveer recursos y un acceso a financiamiento privado con todavía muchos obstáculos.***

Los colectivos políticos, particularmente los partidos, ***no canalizan los fondos recibidos del financiamiento público hacia las candidaturas femeninas.***

Las encuestadas consideran, ampliamente, que ***las capacitaciones que reciben son insuficientes para llevar adelante candidaturas exitosas en el ecosistema actual.***

Accede al reporte completo: