

Ciudadanía por la Transparencia en la Política



TERCER INFORME CUMULATIVO DE “MONITOREO DE GASTOS DE CAMPAÑA DE PARTIDOS POLÍTICOS EN CIERRE DE CONTIENDA ELECTORAL”

**CORRESPONDIENTE AL PERIODO COMPRENDIDO
ENTRE 1 DE JULIO Y EL 30 DE OCTUBRE DE 2006¹**

La Red Ciudadanía por la Transparencia: Grupo Fundemos, Fundación Violeta Barrios de Chamorro, Hagamos Democracia, IPADE y el Grupo Cívico Ética y Transparencia, nos hemos unido para crear un espacio de información e intercambio sobre el tema del dinero en la política, dentro del cual, el Grupo Cívico Ética y Transparencia (EyT) en esta ocasión lleva la función de “Monitorear los Gastos de Campaña de los diferentes Partidos Políticos”.

Por lo que nos complace poner a su disposición el “Tercer Informe de Gastos de Campaña Electorales de los Diferentes Partidos Políticos, Elecciones Nacionales 2006”. Estos reportes quincenales, cumulativos, presentan estimados cuya explicación metodológica por rubro es el sustento de cada estimado y medición, partiendo de una base empírica de observación y cuantificación de los gastos más visibles de los partidos en las campañas políticas, proyectándolos luego como porcentajes para los gastos menos visibles, como los administrativos. Esto no reflejan de forma alguna la recaudación de los partidos o candidatos., ni reflejan rendición de cuenta alguna de su parte. Los costos reflejan valores de mercado y no necesariamente egresos, tal que pueden representar donaciones cuantificables por su valor de mercado.

A continuación, por rubros, el desglose y total de gastos estimados del 1 de Julio al 30 de Octubre de 2006. La tasa de cambio utilizada es \$1 x C\$ 17.9

I. Monitoreo de spot televisivos, spot radiales y medios escritos de cada uno de los partidos políticos.

Metodología: La lectura de tiempo aire usados por los partidos y alianzas, en spots en canales de TV nacional (canales 2, 4, 8, 10, 12, 23, 69 y Estesa) y radios nacionales, fue realizado por la empresa de monitoreo Notifax. A esta información ET le asigna el costo de mercado por tarifa publicitaria del medio, según tarifas publicadas y hora de programación.

El costo de producción de cada spot radial se estimó en \$300 (Trescientos dólares) y de cada spot de TV en \$2,000 (Dos mil dólares). La publicidad en medios escritos (campos pagados) se cotizó a precios publicados por el medio en referencia (La Prensa y Nuevo Diario). Como nota adicional, el FSLN ha presentado 19 spots de TV, ALN

¹Las opiniones expresadas en este informe son de los autores que prepararon los materiales y no de USAID.

Ciudadanía por la Transparencia en la Política

23, MRS ha presentado 17 spots televisivos diferentes, seguidos del PLC con 14 y del AC con 3.

Inversión en campaña electoral a través de “Spots Televisivos, Viñetas Radiales y Prensa Escrita” entre el 1 de Julio al 30 de Octubre de 2006

Partido Político	Dólares \$	Córdobas C\$
ALN	1,891,192.58	33,852,347.20
FSLN	2,678,056.73	47,937,215.44
PLC	2,591,216.63	46,382,777.75
MRS	618,099.63	11,063,983.46
AC	186,024.34	3,329,835.64
Total	7,964,589.92	142,566,159.49

II. Monitoreo de gastos de movilización de cada uno de los partidos políticos.

Metodología: El Segundo Informe más estos días se le han añadido, a un costo de \$ 5 por persona, los totales estimados de sus movilizaciones de esta semana (en números aceptados y publicados por los partidos), que suman, por el PLC un total de 400,000 personas, por ALN 300,000, por el FSLN 300,000, 80,000 por el MRS y 20,000 por AC. Este estimado per capita incluye portátiles, gorras, camisetas, transporte y viáticos de comida.

Inversión en campaña electoral “Movilización de Cada Partido”, entre el 1 de Julio al 30 de Octubre 2006

Partido Político	Dólares \$	Córdobas C\$
ALN	1,582,821.23	28,332,500.02
FSLN	1,530,111.73	27,388,999.97
PLC	2,019,500.14	36,149,300.00
MRS	411,703.91	7,369,499.99
AC	128,212.29	2,294,999.99
Total	5,672,374.30	101,535,499.97

III. Monitoreo de gastos en encuestas y consultorías de cada uno de los partidos políticos

Metodología: El cálculo de este rubro, (opaco por naturaleza, pues no es gasto directo de propaganda medible), fue llevado a cabo por cálculos, investigaciones, y consultas realizados por el Grupo Cívico Ética y Transparencia, a partir de tarifas publicadas o negociadas de entrevistas con consultores políticos nacionales e internacionales, así como a partir del porcentaje de gastos publicitarios totales de cada partido. Es un estimado general, poco preciso. Específicamente, un 15% de sus gastos del rubro uno, se aproxima a lo que los partidos gastan en medición de impacto publicitario y consultorías de campaña (estrategia y otros), rubro en que se incluye los gastos de todo el equipo de campaña de personal permanente.

Ciudadanía por la Transparencia en la Política

Inversión en campaña electoral “Gastos de Encuestas y Consultorías de Cada Partido”, entre el 1 de Julio al 30 de Octubre de 2006

Partido Político	Dólares \$	Córdobas C\$
ALN	283,678	5,077,852
FSLN	401,708	7,190,582
PLC	388,682	6,957,416
MRS	92,714	1,659,597
AC	27,903	499,475
Total	1,194,688	21,384,923

IV. Monitoreo de gastos administrativos en logística de cada uno de los partidos políticos

Metodología: El cálculo de este rubro fue realizado por medio de cálculos aproximados y consultas, realizados por el Grupo Cívico Ética y Transparencia. 10% del rubro uno, es el monto estimado. Incluye lo que partidos gastan en adquisición/renta de vehículos (no de transporte mayor) y combustibles. (Ver párrafo anterior)

Inversión en campaña electoral “Gastos Administrativos y Logística de cada Partido”, entre el 1 de Julio al 30 de Octubre de 2006

Partido Político	Dólares \$	Córdobas C\$
ALN	189,119.26	3,385,234.72
FSLN	267,805.67	4,793,721.54
PLC	259,121.66	4,638,277.78
MRS	61,809.96	1,106,398.35
AC	18,602.43	332,983.56
Total	796,458.99	14,256,615.95

V. Monitoreo de gastos en Publicidad mayor (rótulos grandes), mantas, letreros menores, banderas, pintado de postes, casetas y calcomanías de cada uno de los partidos políticos fue realizado por medio de un conteo, cotizaciones y consultas realizadas por el Grupo Cívico Ética y Transparencia, a dueños de casas, proveedores de publicidad, equipo de instalación, etc. Más el conteo físico de este tipo de publicidad en las calles y carreteras del país. Esto estableció una relación estimada entre publicidad mayor y menor, de tres a uno (3 x 1) misma que se utilizó para calcular el total del rubro.

PUBLICIDAD MAYOR: En el caso de los rótulos de carretera (grandes), contabilizamos la totalidad de los de Managua y carreteras principales, esta cifra fue luego verificada y validada por 2 equipos diferentes. Los costos establecidos son: Gigantografía: \$2,800 mensual c/u, incluye producción, Valla de carretera, estimado a 1,800 en elaboración mas \$150 de renta mensual c/u. Unipolares = \$400 c/u. MOPPINS

Ciudadanía por la Transparencia en la Política

= \$400 c/u. El costo de producción, instalación y cobros municipales, por rótulo, se estableció directamente con los involucrados.

Por publicidad menor se entiende pintado postes, muros, rótulos menores a 2 metros cuadrados, banderas, mantas y otros.

Inversión en campaña electoral “Gastos en Publicidad Mayor, Rótulos, Mantas, Letreros, Postes, Casetas, Calcomanías y similares, de cada Partido” entre el 1 Julio al 30 de Octubre 2006

Partido Político	Dólares \$	Córdobas C\$
ALN	416,800.00	7,460,720.00
FSLN	1,123,700.00	20,114,230.00
PLC	123,700.00	2,214,230.00
MRS	29,960.00	536,284.00
AC	25,260.00	452,154.00
Total	1,719,420.00	30,777,618.00

VI. El total del monitoreo de gastos de campaña de cada uno de los partidos políticos.

Metodología. Este es un agregado (sumatoria) de todos los rubros anteriores.

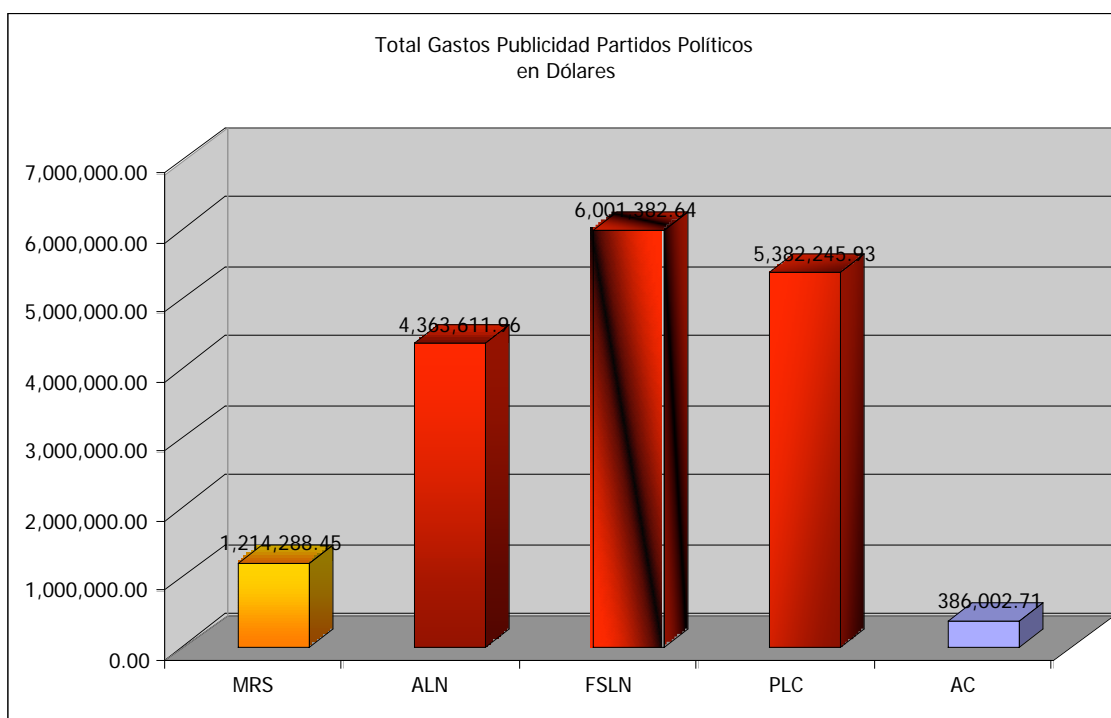
Consolidado de gastos de inversión en campaña electoral por partido político, del 1 de Julio al 30 Octubre de 2006

Partido Político	Dólares \$	Córdobas C\$
ALN	4,363,611.96	78,108,654.02
FSLN	6,001,382.64	107,424,749.27
PLC	5,382,245.93	96,342,202.19
MRS	1,214,288.45	21,735,763.31
AC	386,002.71	6,909,448.54

Ciudadanía por la Transparencia en la Política

Total	17,347,531.69	310,520,817.33
--------------	---------------	----------------

El total general invertido por los partidos políticos durante este período de campaña electoral, según estimado de ET, fue de **C\$ 310, 520,817.33** equivalente a **US\$ 17, 347,531.69**



Auspiciado por:
 **USAID** | **NICARAGUA**
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
 Programa de Transparencia

Las opiniones expresadas en el Reporte son de los autores que prepararon los materiales
y no de USAID