

# PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

## Escuela de Posgrado



**Acción afirmativa denominada Programa “Hablan las candidatas” con cobertura en los medios de comunicación para enfrentar la alta subrepresentación de autoridades mujeres electas en las elecciones subnacionales en Cajamarca**

Trabajo de Investigación para obtener el grado académico de  
Maestra en Gobierno y Políticas Públicas  
que presenta:

*Teófila Amelia Hernández Donaire*

Asesor:  
*Leonidas Lucas Ramos Morales*

Lima, 2023


### Informe de Similitud

Yo, Leonidas Lucas Ramos Morales, docente de la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de Trabajo de Investigación:

Acción afirmativa denominada Programa “Hablan las candidatas” con cobertura en los medios de comunicación para enfrentar la alta subrepresentación de autoridades mujeres electas en las elecciones subnacionales en Cajamarca, de la autora Teófila Amelia Hernández Donaire; dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 18%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el 18 de agosto de 2023.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis / el Trabajo de Investigación y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 28 de agosto de 2023

Apellidos y nombres del asesor: Ramos Morales Leonidas Lucas	
DNI: 44385069	
ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0001-9285-2953">https://orcid.org/0000-0001-9285-2953</a>	
Firma:	

## Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a todas las mujeres y hombres del Perú que contribuyen a una democracia paritaria.



## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por siempre estar conmigo.

Agradezco a mi esposo e hijos, a mis padres, hermano y hermanas, por compartir mis ganas de aprender cada día y compartir nuestro tiempo con esta investigación.

Agradezco a mi asesor por sus valiosos aportes y guiarme en esta investigación.

Agradezco a las entrevistadas y entrevistados por compartir sus experiencias y conocimientos de igual manera a los expertos y profesionales en Derecho Electoral.



## Resumen:

Las últimas elecciones subnacionales de los años 2010, 2014 y 2018, en el Perú los hombres ocuparon el 80% de los cargos provenientes de elección popular vs las mujeres que apenas consiguieron un 20%. En dichas elecciones, la región Cajamarca no eligió a ninguna gobernadora regional. El 80% de los miembros del consejo regional fueron hombres y el 20%, mujeres. Tampoco se eligió a ninguna alcaldesa provincial frente a los 39 alcaldes provinciales. El 77% de miembros del concejo provincial fueron hombres y un 23%, mujeres. Solo se eligió a 4 alcaldesas distritales frente a los 326 alcaldes distritales. Por último, el 76% de miembros del concejo distrital fueron hombres y el 24%, mujeres.

De manera que, con la presente investigación se busca mitigar el problema público de la subrepresentación de las mujeres como autoridades electas en las elecciones subnacionales en Cajamarca, cuyas causas son múltiples. Entre las cuales, se tiene el machismo existente en la sociedad de Cajamarca producto de la estructura patriarcal, la autoexclusión de las mujeres, la exclusión de las mujeres por las organizaciones políticas, la cobertura mínima de los medios de comunicación a las candidatas debido a que no cuentan con recursos económicos y el reducido financiamiento público dirigido a las mujeres en sus campañas electorales.

El presente estudio pretende que, a través de una acción afirmativa en los medios de comunicación, como es el programa “Hablan las candidatas”, se permita visibilizar a las candidatas y sus propuestas mediante entrevistas producidas por el canal JNETV del Jurado Nacional de Elecciones (JNE), las que luego serán retransmitidas por los canales aliados, previos convenios, a toda la región Cajamarca. Se revisaron las bases de datos de InfoGob del JNE, así como revistas académicas y se realizaron entrevistas a candidatas, servidores del JNE, expertas en la materia y periodistas de Cajamarca. Con esta iniciativa, se pretende elevar la cobertura de los medios de comunicación a las candidatas y así contribuir en nivelar las oportunidades que deben tener los hombres y mujeres cuando participan en una contienda electoral en virtud del principio de igualdad entre los candidatos.

**Palabras claves:** Subrepresentación, acciones afirmativas, candidatas, autoridades electas, visibilizar, canales aliados.

### **Abstract:**

In the subnational elections of Cajamarca's region (regional, provincial, municipal and district municipal) of the year 2010, 2014 and 2018, there was no regional governor elected. The 80% of the members of the council members were men and just about the 20%, women. Plus, no women provincial mayor was elected of the 39 elected provincial mayors. The 77% of elected provincial council members were men and only 23% were women. Only 4 district women mayors were elected compared to the 326 district men mayors elected. Lastly, 76% of elected district council members were men and only 24% were women.

The current investigation seeks to mitigate the public issue of the underrepresentation of women as elected authorities in the subnational elections, the causes are multiples. We hope to achieve our purpose through the study of affirmative actions in the media of Cajamarca region named "The candidates speak", which makes it possible to make the candidates and their proposals visible through interviews produced by the JNETV channel, which belongs to the National Jury of Elections, which will be broadcast by allied channels through agreements to the entire Cajamarca region and on their social networks.

To carry out this project, the InfoGob databases of the National Elections Board were reviewed, as well as academic journals on electoral matters, and interviews were conducted with candidates, servers of the National Elections Board, experts in the field, and journalists from Cajamarca.

With this initiative, it is intended to increase the coverage that the media provide to the problem of women's participation in politics and contribute to leveling the opportunities in an electoral contest against male candidates by virtue of the principle of equality between men and women that look to be elected as authorities in their localities. Our objective is to contribute to the formation of a parity democracy, which is so needed in our society.

**Keywords:** Underrepresentation, affirmative actions, women candidates, authorities elected, make visible, allies channels.

## Índice

Carátula	i
Informe de Similitud	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimientos	iv
Resumen:	v
Abstract:	vi
Índice	vii

### **CAPÍTULO I: DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA** 4

1.1 Redacción formal del problema	4
1.2 Marco conceptual del problema	5
1.2.1 Participación política	5
1.2.2 Participación electoral	10
1.2.3 Elecciones	11
1.2.4 Subrepresentación	11
1.3 Arquitectura del problema	14
1.3.1 Dimensión 1: La magnitud del problema en América Latina y el Perú	15
1.3.2 Dimensión 2: La magnitud del problema en Cajamarca	21
1.3.3 Dimensión 3: Proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones subnacionales en Cajamarca.	24
1.3.4 Dimensión 4: Actores que intervienen en el proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones subnacionales en Cajamarca	32
1.3.5 Dimensión 5: Las características sociales y culturales de la región Cajamarca.	37
1.4 Marco institucional y normativo relacionado con el problema	37
1.4.1 Marco normativo	37
1.4.2 Marco Institucional	39
1.4.3 Políticas públicas generales	39
1.4.4 Políticas públicas específicas	40

### **CAPÍTULO II: CAUSAS DEL PROBLEMA PÚBLICO** 41

2.1 Marco teórico causal	41
--------------------------	----

2.1.1 Patriarcado	41
2.1.2 Autoexclusión de las mujeres	42
2.1.3 Exclusión de las mujeres	44
2.1.4 Posicionamiento de las mujeres en las listas de candidaturas	46
2.1.5 Escaso financiamiento público en las candidaturas de las mujeres	47
2.1.6 Financiamiento político	13
2.2 Análisis causal	52
<b>CAPÍTULO III: DISEÑO DEL PROTOTIPO DE INNOVACIÓN</b>	<b>66</b>
3.1 Desafío de innovación	66
3.2 Experiencias previas para hacer frente al desafío de innovación	69
3.2.1 Observatorio de participación política de las mujeres en México	69
3.2.2 Financiamiento político con perspectiva de género: El caso Brasil	71
3.3 Proceso de la conceptualización y prototipado	72
3.3.1 Proceso de conceptualización	72
3.3.2 Proceso de prototipado	80
3.4 Concepto y prototipo final de innovación	81
3.4.1 Concepto final de innovación	82
3.4.2 Prototipo de alta resolución	85
3.4.3 Programas en vía tradicional y vías virtuales	85
3.4.4 Estrategias de comunicación en ambas vías	88
3.4.5 Preparación de las candidatas para su comunicación con enfoque de género	90
3.4.6 Vías de financiamiento y formas de captación	91
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE DESEABILIDAD, FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD DEL PROTOTIPO</b>	<b>92</b>
4.1 Análisis de deseabilidad	92
4.2 Análisis de factibilidad	93
4.3 Análisis de viabilidad	96
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>101</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>104</b>



## Índice de tablas

Tabla 1. Elementos del problema relacionados con la afectación directa a la sociedad	4
Tabla 2. Acciones afirmativas en América Latina en listas parlamentarias	15
Tabla 3. Mujeres alcaldesas electas de 1998 a 2018	17
Tabla 4. Población de mujeres vs hombres en Perú	17
Tabla 5. Candidaturas de alcaldías distritales a nivel nacional	19
Tabla 7. Cargos ejecutivos en el Perú 1998 - 2018	21
Tabla 8. Cargos de concejo en el Perú 1998 - 2018	21
Tabla 9. Población de hombres y mujeres en Cajamarca	21
Tabla 10. Mujeres electas en las elecciones regionales 2010, 2014 y 2018	31
Tabla 11. Mujeres electas en las elecciones municipales provinciales 2010, 2014 y 2018	32
Tabla 12. Mujeres electas en las elecciones municipales distritales 2010, 2014 y 2018	32
Tabla 13. Porcentaje de afiliadas y afiliados en las organizaciones políticas en el año 2019	34
Tabla 14. Porcentaje de afiliadas y afiliados en las organizaciones políticas en el año 2021	35
Tabla 15. Población en Cajamarca analfabeta por área y sexo	37
Tabla 16. Candidatas en las elecciones subnacionales 2010, 2014 y 2018 en Cajamarca. Elecciones Regionales	58
Tabla 17. Candidatas en las elecciones subnacionales 2010, 2014 y 2018 en Cajamarca. Elecciones Municipales Provinciales y Distritales	59
Tabla 18. Partidos Políticos que se listan a principios de junio 2010 en el periódico Panorama Cajamarquino	60
Tabla 19. Frecuencia de Candidatos mencionados en el Diario Panorama Cajamarquino durante los meses de junio a octubre 2010 por género	60
Tabla 20. Candidatos mencionados por los medios de comunicación en Cajamarca	61
Tabla 21. Candidatas mencionadas por los medios de comunicación en Cajamarca	61
Tabla 22. Porcentaje de los ingresos laborales masculinos que exceden los femeninos	63
Tabla 23. Matriz de jerarquización de causas	66
Tabla 24. Actores relevantes que intervienen en la solución del problema público	73
Tabla 25. Lluvia de ideas	74
Tabla 26. Agrupación de ideas	76
Tabla 27. Priorización del grupo de ideas	77
Tabla 28. Bosquejo del concepto	77
Tabla 29. Técnicas de maduración del concepto	78
Tabla 30. Bosquejo final de la innovación	79
Tabla 31. Testeo del prototipo	80
Tabla 32. Medios de comunicación en Cajamarca	86
Tabla 33. Estrategias de comunicación	88
Tabla 34. Análisis de deseabilidad	93

## Índice de figuras

Figura 1: Porcentaje de candidaturas de mujeres en las elecciones regionales y municipales del 2010, 2014 y 2018	18
Figura 2: Porcentaje de candidaturas de mujeres en las elecciones regionales 2010, 2014 y 2018	23
Figura 3: Porcentaje de candidaturas de mujeres en las elecciones provinciales 2010, 2014 y 2018	23
Figura 4: Porcentaje de candidaturas de mujeres en las elecciones distritales 2010, 2014 y 2018	24
Figura 5: Elecciones distritales 2010 en los distritos de la región Cajamarca	26
Figura 6: Elecciones distritales 2014 en los distritos de la región Cajamarca	27
Figura 7. Elecciones distritales 2018 en los distritos de la región Cajamarca	28
Figura 8: Posición de las mujeres y hombres en la lista de candidatos municipales distritales de Cajamarca en el año 2010	30
Figura 9: Posición de las mujeres y hombres en la lista de candidatos municipales distritales de Cajamarca en el año 2014	30
Figura 10: Posición de las mujeres y hombres en la lista de candidatos municipales distritales de Cajamarca en el año 2018	31
Figura 11: OP participantes en las elecciones municipales distritales del 2010 en la región Cajamarca.	33
Figura 12: OP participantes en las elecciones municipales distritales del 2014 en la región Cajamarca.	33
Figura 13: OP participantes en las elecciones municipales distritales del 2018 en la región Cajamarca.	33
Figura 14: Distribución de la cobertura de candidatos vs candidatas Nota. Fuente: Elaboración propia. Idea Internacional	59
Figura 15: Diseño del prototipo final	85

**Acrónimos**

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

CEPAL - Comisión Económica para América Latina y el Caribe

CONCORTV: Consejo Consultivo de Radio y Televisión

DCI: Dirección de Comunicaciones e Imagen

DNEF: Dirección Nacional de Educación y Formación Cívica Ciudadana del JNE

ENARES: Encuesta Nacional sobre Relaciones Sociales

ERM: Elecciones Regionales y Municipales

ESEG: Escuela Electoral y de Gobernabilidad

GEPPAL: Género y Partidos Políticos en América Latina

IDEA Internacional: Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral

INCORE: índice de Competitividad Regional

INEI: Instituto Nacional de Estadística e Informática

INFOGOB: Observatorio para la Gobernabilidad del Jurado Nacional de Elecciones

IPE: Instituto Peruano de Economía

JEE: Jurado Electoral Especial

JNE: Jurado Nacional de Elecciones

LOE: Ley Orgánica de Elecciones, Ley N.º 26486

LOP: Ley de Organizaciones Políticas, Ley N.º 28094

MIMP: Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables

ONPE: Oficina Nacional de Procesos Electorales

OP: Organización política

ROP: Registro de Organizaciones Políticas

## Introducción

La participación política de hombres y mujeres cada día es importante y necesaria para la consolidación de la democracia. Para que esta exista, se debe brindar todas las condiciones legales, económicas y sociales que permitan que todas las personas participen de ella, desde los diferentes círculos donde se mueven. De hecho, la participación política de las mujeres se puede dar desde distintas posiciones, como autoridades, funcionarias, dirigentes, afiliadas, simpatizantes de un partido político, etc.; sin embargo, para conseguir ocupar dichos puestos es un camino largo, difícil, con muchas vallas, en comparación con los hombres, quienes en su mayoría, tienen una experiencia con muchos años de ventaja, entonces, la mujer ha tenido que ir avanzando de a poco, para ocupar un lugar visible en la política del país, con ayuda de otras mujeres y de algunos hombres también.

En principio, la subrepresentación política de las mujeres es una preocupación que se da en toda América Latina, así se aprecia en la Base de Datos del GEPPAL, antes de julio de 2012, que en algunos casos la participación de los hombres es hasta tres veces más que las mujeres, como es el caso del Perú en donde las mujeres que participan y son electas son el 9.5 % frente al 27.2 % de hombres. Datos como estos encontraremos en distintos estudios, que respaldan una latente realidad: existe una escasa participación de las mujeres en la historia política del Perú. Los datos nos arrojan que la subrepresentación de las mujeres como autoridades en América Latina y el Perú, es un problema vigente y con varias aristas por resolver, es por ello, que una de las dimensiones a investigar es la magnitud del problema en Cajamarca, región en la cual la participación de las mujeres como candidatas en las elecciones subnacionales del 2010, 2014 y 2018 ocupó el último lugar a nivel nacional.

Otra dimensión es el proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones subnacionales en Cajamarca, así como, los actores que intervienen, en donde se advierte que la participación de las mujeres en las organizaciones políticas (OP) es paritaria en cuanto a la afiliación, sin embargo, esa participación no se refleja en sus candidaturas pues las candidatas han sido colocadas en el tercio inferior de las listas impidiendo que sean electas, dicho esto, es preciso señalar que son las OP las que tienen que dar mayor apertura y cobertura a las mujeres en las candidaturas, y por último, la dimensión de las características sociales y culturales de Cajamarca, una región que mantiene en sus relaciones sociales el patriarcado. La metodología utilizada en la arquitectura del problema es mixta, es

decir, cuantitativa y cualitativa, sobre la primera se recopiló información de la base de datos del InfoGob y respecto a la segunda se realizó entrevistas a candidatas, expertas y medios de comunicación, además, se revisó y analizó artículos académicos. La información recopilada nos permitió conocer las causas del problema público, como el machismo existente en la sociedad de Cajamarca producto de la estructura patriarcal en las relaciones sociales, que fue referido por las entrevistadas y entrevistados, la cual no permite la participación de las mujeres en los distintos ámbitos de la sociedad: político, cultural, empresarial, familiar entre otros.

Otra causa es la autoexclusión de las mujeres, el denominado “techo de cemento”, difícil de romper, sin embargo, con capacitaciones constantes se puede lograr empoderar a las mujeres. Así también, la literatura especializada nos da cuenta de la exclusión de las mujeres en las listas de candidatos por parte de las OP, las que, durante el periodo en estudio, colocaban a las mujeres en el tercio inferior impidiendo que sean electas. Por otro lado, la cobertura mínima de los medios de comunicación a las candidatas debido a que no cuentan con recursos económicos, así lo demuestran las 98 veces que se citaron a hombres vs las 12 veces a mujeres, en el periódico Panorama Cajamarquino en las ERM 2010. Finalmente, la causa del reducido financiamiento público a las candidaturas de las mujeres en sus campañas electorales, pues en el Perú el financiamiento público es para las OP y no para las candidaturas, este financiamiento puede ser directo que consiste en entregar dinero del Estado a las OP, para sus gastos de funcionamiento, capacitaciones dirigidas a las mujeres, entre otros, este último no está sujeto a fiscalización alguna, lo que permite su incumplimiento, e indirecto, como otorgar propaganda en radio y televisión gratuita, lo que se conoce como franja electoral.

Por otro lado, una vez que se tiene la innovación se tiene que delimitar la causa que tiene mayores probabilidades de obtener una solución, a este ejercicio se le denomina el desafío de innovación. Se conocerá las experiencias previas para hacer frente al desafío de la innovación, como el Observatorio de participación política de las mujeres en México y el financiamiento político con perspectiva de género: El caso Brasil. Posteriormente, se conocerá los actores relevantes que intervienen en la solución del problema público y se procederá a generar las ideas que involucran la solución y éstas se agruparan en ideas económicas, ideas con reformas en el marco legal, ideas que buscan visibilizar a las candidatas y se priorizará su agrupación, para finalmente conceptualizar la nueva idea y proceder al prototipado y su testeado.

La denominación de la solución es visibilizar a las candidatas a través del Programa “Hablan las candidatas” transmitido en el canal JNETV, la población beneficiada de la solución serán las candidatas que participan en las elecciones subnacionales: regionales, provinciales y distritales en Cajamarca. Dicho programa permitirá que las candidatas puedan exponer sus propuestas a los electores a través del canal JNETV, la transmisión del programa a todo Cajamarca será producto de los convenios entre el JNE y los canales aliados (adicionalmente, a través de sus redes sociales y radio, si cuentan con ellos). Con este programa, las candidatas serán visibilizadas y darán a conocer sus experiencias y propuestas a fin de que constituyan una opción válida para los electores de Cajamarca.

El programa “Hablan las candidatas” será retransmitido a través de la televisión, que tiene un alto porcentaje de uso, el 86% ve televisión pues todavía se encuentra vigente en la ciudadanía. Tiene un formato estándar de entrevista clara, sencilla y puntual y se retransmitirá en los canales aliados lo cual permitirá que la ciudadanía en Cajamarca conozca del programa, esta comunicación tiene que llamar la atención pues tiene como propósito que puedan ver el programa, inclusive, se puede solicitar apoyo al Ministerio de Educación a fin de que en los colegios de Cajamarca se difunda el programa “Hablan las candidatas” entre sus estudiantes con la finalidad que incentiven a sus familiares en casa a que sintonicen dicho programa. Por otro lado, los organismos electorales ONPE, Reniec y el JNE a través de sus plataformas digitales, redes sociales y oficinas promocionarán el programa.

El JNE a través de la ESEG, puede brindar las capacitaciones que se requieran para que las candidatas puedan transmitir con técnicas de comunicación sus propuestas. La ESEG tanto en época electoral como no electoral brinda capacitaciones sobre gestión municipal, normas y procedimientos en materia electoral. El programa “Hablan las candidatas”, tiene un costo que está presupuestado en las actividades del JNE, debido a que, en época electoral, recibe un presupuesto para el desarrollo del proceso electoral. La invitación será dirigida a las candidatas a través de su personero legal.

Los capítulos son: definición y descripción del problema, las causas del problema público, el diseño del prototipo de innovación y el análisis de deseabilidad, factibilidad y viabilidad del prototipo.

## Capítulo I: Definición y descripción del problema

En este capítulo, se desarrolla la redacción formal del problema, es decir, su condición, fenómeno social negativo, los ciudadanos afectados, el lugar y tiempo de análisis, y los conceptos claves que constituyen el marco conceptual del problema, así como también la arquitectura del problema y sus dimensiones que son las partes que componen el problema y al analizarlas a profundidad nos muestran sus posibles soluciones y finalmente el marco normativo e institucional del problema.

### 1.1 Redacción formal del problema

El problema consiste en la alta subrepresentación de mujeres como autoridades electas en las elecciones subnacionales de Cajamarca en el periodo 2010-2018. La estructura del problema está compuesta por los siguientes elementos:

**Tabla 1**

*Elementos del problema relacionados con la afectación directa a la sociedad*

Número de elemento	Elemento	Descripción
1	Condición	Alta
2	Fenómeno social negativo	Subrepresentación de mujeres como autoridades electas en las elecciones subnacionales (regional, provincial y distrital)
3	Ciudadanos afectados por la situación negativa	Las mujeres
4	Lugar donde habitan los ciudadanos afectados	Cajamarca
5	Tiempo de análisis	2010 – 2018

Fuente: Elaboración de acuerdo con la Guía de Elaboración del Trabajo de Investigación Cuarta edición. Marzo 2022

La participación política de las mujeres es un tema muy sensible y relevante de estudiar, las mujeres, reconocidas como población vulnerable, al igual que los jóvenes, la población indígena, la población LGTB, las personas con discapacidad y la población afroperuana, entre otros, logró en la concreción del sufragio femenino dar un primer paso para que se reconocieran sus derechos políticos. Posteriormente, los tratados y convenios internacionales contribuyeron con la aplicación de acciones

afirmativas, como la cuota de género, que fue parte de las reformas electorales desde 1990 en los países de América Latina.

Esta investigación trata el tema de la alta persistencia de la baja participación política de las mujeres como autoridades electas en el ámbito subnacional peruano. La inquietud que motiva esta investigación es conocer a que se debe que las mujeres están subrepresentadas tanto en las candidaturas como en los cargos de elección popular a nivel subnacional. Estas se dan en los niveles regional, provincial y distrital.

El caso más extremo que se identificó y en el cual se centra esta investigación es Cajamarca. Esta región tuvo escasas candidaturas de mujeres de acuerdo con su participación en las elecciones regionales, municipales provinciales y municipales distritales entre los años 2010 y 2018, lo que dio como resultado un número reducido de mujeres como autoridades electas.

## **1.2 Marco conceptual del problema**

Para un alcance de este estudio, se utilizarán los siguientes conceptos:

### **1.2.1 Acción afirmativa**

Si bien el origen del término “acción afirmativa” surgió en el ámbito laboral, con el transcurrir del tiempo, ahora es utilizado para proteger a los grupos vulnerables, como son las mujeres, en especial cuando se trata de una contienda electoral que busca que la competencia sea transparente y justa. Dicho término en el contexto de un proceso electoral es válido cuando las candidatas tienen poca cobertura en los medios de comunicación, uno de los actores primordiales en un proceso electoral, debido a que, a través de ellos, se puede difundir de forma masiva las propuestas de las candidatas a la ciudadanía.

Uno de los conceptos completos de acción afirmativa lo tenemos de la autora Ángeles Barrère, quien señala entre sus características, la vinculación inicial con el poder político; que se puede aplicar en los ámbitos público y privado, que considera todo tipo de motivaciones tanto directas como indirectas, como son las sanciones positivas, esa percepción que se tiene cuando se la aplica (como en la cuota de género), de eliminar una discriminación o de creer que se hizo justicia e ineludiblemente la conexión que se tiene con equiparar las oportunidades, sin la cual,



no existiría una acción afirmativa que para muchos lo que pretende es igualar la cancha en el ámbito que se aplique. (Barrère, 2002, p. 4). Según Magdalena Claro (2005). Con relación a la acción afirmativa recibe más atención y aprobación debido a que para la ciudadanía lo que busca es una “igualdad de oportunidades” por ende una “igualdad de resultados” (Claro, 2005, pp. 25-26).

Esta ansiada igualdad de oportunidades o resultados es propia de una democracia, en palabras de Clyde Soto, las acciones positivas o acciones afirmativas son mecanismos de perfeccionamiento de la democracia, sistema de gobierno que busca que la voluntad, las necesidades de sus ciudadanos se otorguen en igualdad de condiciones y oportunidades (Soto, 2009, p. 69). Así Soto, señala dos niveles en el proceso de realización de un programa de acción afirmativa, el primero: el plano de las decisiones y el segundo: el plano de la formulación.

Sobre el plano de las decisiones, se requiere tener la decisión de aplicar una acción afirmativa en un determinado ámbito institucional, para llegar a esa decisión se tiene las siguientes fases: la iniciativa, la sensibilización y la decisión. En el presente estudio se tiene que la iniciativa está dada en el contexto actual del país y de los distintos grupos que lograron y que siguen buscando el reconocimiento de las mujeres en la vida política del Perú, así tenemos, al JNE que desde distintos programas busca fortalecer esta participación, como las capacitaciones y cursos que brinda la ESEG o los convenios que tiene la DNEF con organismos internacionales producto de los cuales los expertos brindan charlas y talleres en educación cívica a la ciudadanía. La escasa representación de autoridades mujeres en el ámbito subnacional es un problema latente que continúa a pesar de la aplicación de la cuota de género. La decisión está en el JNE al implementar la acción afirmativa deseable y factible del programa “Hablan las candidatas”.

Ahora bien, en el plano de la formulación se tiene las siguientes fases: La revisión del marco normativo, y en el presente estudio, las normas jurídicas permiten que se realice el programa “Hablan las candidatas” pues no colisiona con algún derecho, por el contrario, busca que el ejercicio del derecho de participación política sea en igualdad de condiciones lo cual garantiza una contienda electoral justa tanto para los candidatos y candidatas como para la ciudadanía, además el carácter de la acción es temporal se desarrolla solo en procesos electorales y en un inicio en la región Cajamarca, el diagnóstico, de acuerdo a los datos expuestos en esta investigación no existe duda que estamos frente a una subrepresentación de

autoridades mujeres en Cajamarca, otra fase es la determinación del alcance y el espacio institucional: en este caso, el alcance será para las candidatas en las elecciones subnacionales en Cajamarca y que el canal JNETV puede hacer realidad el programa “Hablan las candidatas”. Finalmente, se tiene la fase de la planificación que tiene los objetivos, estrategias/acciones, responsables de la aplicación, recursos, tiempo de aplicación y evaluación, puntos que son tratados en el diseño final de la innovación.

Precisar que la acción afirmativa es un instrumento válido que permite enfrentar, en el presente estudio, la desigualdad que sufren las mujeres en la cobertura que los medios de comunicación les brindan durante una campaña electoral en un proceso de elección subnacional o podemos decir, que la acción afirmativa lo que pretende es generar una igualdad de oportunidades y condiciones entre los candidatos y candidatas frente a los medios de comunicación permitiendo visibilizar las candidaturas de las mujeres.

También es una herramienta útil que pretende equipar lo que la ley y la realidad no pueden, que es el de brindar un apoyo a las candidatas en sus campañas electorales, no se trata de un apoyo económico, sino de permitir que se genere una condición de igualdad, debido a que, las candidatas cuentan con menores recursos económicos y no acceden a redes amicales que le permitan financiar su campaña electoral con la finalidad de ganar adeptos y votos en las elecciones, esta acción afirmativa permitirá que las candidatas sean visibles así como sus propuestas.

### **1.2.2 Participación política**

Una de las participaciones que más ejerce la ciudadanía, es la participación política, aquella que se define como las acciones o actividades que realizan los ciudadanos y ciudadanas en la política de su país, como son la elección de sus autoridades, pertenecer a una OP, participar en el presupuesto participativo de las municipalidades, referéndum, consultas populares, y en las que se deciden políticas públicas, esta participación puede ser individual o grupal, legal y a veces ilegal, capaz de ejercer presión ante los gobernantes a fin de incidir en una política pública que beneficie a la colectividad. Así, también para la Comisión Andina de Juristas, el derecho a la participación política es la potestad que tienen los ciudadanos y las ciudadanas de interferir en la política del país encaminada a la política gubernamental

con la participación de las distintas instituciones públicas (como se citó en Bernales, 2007, p. 11).

De la misma manera, para Patrick Conge, la participación política es una acción que puede ser escrita o verbal, violenta o no violenta, individual o colectiva, en distintos niveles de gobierno, que está relacionada con la asignación de los bienes comunes o públicos y que puede respaldar o impedir dichas asignaciones por parte de las autoridades. (Como se citó en Delfino & Zubieta, 2010, p. 214). Uno de los conceptos más completos es el que desarrollan las autoras cuando definen la participación política “[...] como condición necesaria supone: la referencia a individuos como ciudadanos, la implicación de una actividad, la presencia de una acción volitiva y la referencia a la política y el gobierno.” (Delfino & Zubieta, 2010, p. 218). Nótese que la actividad la realiza aquella persona que tiene la condición de ciudadano y que requiere necesariamente de su voluntad para participar en las decisiones políticas de su comunidad. También, Astudillo afirma que la participación política de los ciudadanos y las ciudadanas en una democracia es propia de la soberanía popular, del pluralismo político y del ejercicio del derecho a elegir y ser elegido (Astudillo, 2016, p. 110).

Dicho esto, para la presente investigación, se tendrá en cuenta la definición de las referidas autoras, pues se considera que dicha definición encierra la mayoría de acciones o actividades que realizan los ciudadanos y las ciudadanas en una democracia cuando ejercen su derecho a la participación política, como cuando las mujeres en Cajamarca quieren participar en política a través de sus candidaturas en las elecciones sub nacionales con la aspiración de ser elegidas autoridades de sus comunidades.

### **1.2.3 Participación electoral**

La participación electoral consiste en la integración del ciudadano y la ciudadana en el proceso electoral. La definición de participación electoral involucra dos perspectivas: una intrínseca, que va más allá de lo que son o que brindan los actores electorales, es el fin de la legitimidad que otorga al sistema político, y otra extrínseca, que considera que es un instrumento que servirá para conseguir esa finalidad.

Además, siendo la participación política una definición que involucra acciones, expresiones, actividades que se ejecutan en distintas dimensiones de la política, bien se puede decir, que la participación electoral pertenece a una de ellas siendo la más

importante, como bien señala Dieter Nohlen (2004, p. 140). Así, las elecciones tienen los siguientes elementos i) permiten la participación de la ciudadanía de forma democrática e igualitaria a la cual acude la gran mayoría y en donde el voto de cada persona tiene el mismo valor (aspecto sociológico), ii) actúan el electorado, el candidato y la OP, es de alguna manera, una aceptación o rechazo a uno de los vínculos que tienen los electores y electoras con las opciones políticas de un partido político (aspecto político), iii) y finalmente, el resultado de una u otra forma afectará a toda la sociedad.

La participación electoral es una de las formas de participación política y, como señalan distintos autores, en las democracias de este siglo, esta continúa siendo la más relevante y general de todas. Se define como el acto de elegir a los representantes y gobernantes.

Además, dicha participación puede abordarse considerando dos tipos de participaciones: la liberal y la republicana, la primera consiste en que el ciudadano actuando con libertad tome la decisión de si participa o no en una elección, mientras que, la segunda considera que una participación activa del ciudadano es una condición previa sin la cual no se puede afianzar el régimen político de turno. Por otro lado, se tienen las perspectivas intrínseca y extrínseca, para la primera, la participación electoral protege al valor primordial de la democracia: pues lo que realmente interesa es el acto de participar, que es valioso por sí mismo como una acción positiva y ventajoso para el sistema político. Concluyen que, bajo esa perspectiva, la participación electoral es un valor democrático y un fin en sí mismo. Y para la segunda, se advierte que la participación electoral es el medio para conseguir un fin, como es el elegir a los gobernantes con lo cual se otorga legitimidad.

De la misma manera, se tiene la participación electoral como derecho y como función. En cuanto a la primera, puede ser ejercido o no por los ciudadanos, mientras que, la segunda es una característica propia del sistema, considérese un deber del ciudadano, un deber cívico más que un derecho (Franco-Cuervo & Flórez, 2019, pp. 280-281).

En el diseño del sistema electoral peruano, el sufragio es obligatorio, solo facultativo para las personas mayores de 70 años. El ciudadano o ciudadana que no acuda a votar será pasible de una multa electoral. Respecto a las elecciones subnacionales, las listas son cerradas y bloqueadas, es decir, listas en las que el

orden y los candidatos no pueden ser alterados. En ese sentido, es potestad de las OP el orden de sus candidatos. Usualmente, colocan a las mujeres en las últimas posiciones de las listas y a los hombres como cabeza de listas. La ciudadanía, al ejercer su derecho a la participación electoral, elige la lista de su preferencia. En las elecciones subnacionales de Cajamarca, las listas son encabezadas por hombres en su gran mayoría.

#### **1.2.4 Cuota de género**

Para la politóloga Freidenberg, quien cita a Caminotti, define a la cuota de género como una acción afirmativa, que tiene como característica la temporalidad, su objetivo es incrementar la cantidad de candidatas que participan en una elección y para ello, es primordial que las reglas electorales sean claras y gocen de una certeza (Freidenberg, 2021), con lo cual se constituye una primera salida a ese problema. Por ello, la cuota de género permitió, de alguna manera, mayor participación de las mujeres en política.

Si bien es cierto, la cuota de género ha permitido que más mujeres puedan acceder a postular como candidatas, esta no es suficiente para que accedan a cargos de elección popular. Deberá existir un compromiso de los partidos políticos a respaldar a las mujeres candidatas, y eso empieza desde el reclutamiento y selección de candidaturas. Hinojosa & Vázquez (2018) al respecto precisan que, por el contrario, las OP pueden hacer más por las mujeres en política, como cambiar sus procedimientos de selección de candidaturas, que como están, no favorecen a las mujeres. Además, pueden adoptar cuotas internas, por ejemplo, en sus elecciones a cargos ejecutivos o brindarles programas de capacitación que les permitan desenvolverse en una campaña electoral u otorgarles apoyo económico, entre otras, alternativas, que juntamente con la cuota de género, den como resultado mujeres autoridades en sus comunidades.

Las cuotas han permitido que grupos vulnerables como las mujeres, jóvenes e indígenas pueden participar en mayor medida, las cuotas son uno de los mecanismos para que más mujeres participen en política, deben ser vistas como “un medio y no convertirse en un fin en sí misma” (Llano & Sample, 2008. P. 34). En ningún caso, la cuota de género ha sido la solución para tener más mujeres en cargos de elección popular sino para tener más candidatas, similar situación ocurre con los cargos de dirección ejecutiva de los partidos, se tiene candidatas a estos, pero no tenemos

mujeres en cargos decisivos en los partidos políticos y esto se debe a que todavía existe el patriarcado en los partidos políticos.

### **1.2.5 Elecciones**

Cuando se habla de participación política, se cree que se trata de elecciones, y no es una idea muy alejada, como se mencionó la participación electoral es una de las formas de expresión de la participación política, y en la primera las elecciones son un concepto muy relevante, estas son una herramienta o instrumento que permite a la ciudadanía elegir a sus autoridades, con lo cual se logra prevenir un conflicto social, pues se tiene unos árbitros electorales, en el Perú son JNE, ONPE y Reniec, además que garantiza el derecho a la participación política, en su versión del derecho a elegir y ser elegido, por un lado, las ciudadanas y los ciudadanos, quienes participan a través de las OP, compitiendo en igualdad de condiciones y por el otro, los electores garantizando autoridades que son elegidas por un determinado periodo.

Además, las elecciones constituyen la oportunidad de elegir a los gobernantes y fijar las reglas de cómo acceden al poder, limar las diferencias, enfrentar las crisis políticas y económicas y la apatía de los ciudadanos y las ciudadanas al poner en sus manos la capacidad de elegir a sus gobernantes, y, de no renovarles sus cargos si consideran que ya no los representan. Así también refieren los autores que es una herramienta importante pues permite que a las autoridades que no trabajaron bien, las puertas se les cierre y no vuelvan a ser autoridades (Freidenberg & Saavedra, 2020, p. 10).

En el Perú, se llevan a cabo elecciones subnacionales, que se realizan cada cuatro años en los niveles regional, provincial y distrital. El presente estudio aborda el tema de las elecciones subnacionales en Cajamarca realizados en tres fechas distintas, que comprenden los años 2010, 2014 y 2018, en un total de 114 distritos.

### **1.2.6 Subrepresentación**

La subrepresentación es el desequilibrio en la proporción de los representados y los representantes. En el caso en estudio, se tiene la subrepresentación política de las mujeres, que implica el “desequilibrio en la proporción de mujeres gobernadas y quienes son gobernantes” (...) “consecuencia de la desigualdad de oportunidades” (Álvarez & Martínez, 2014, pp. 105 y 116).

Asimismo, la subrepresentación política de las mujeres es una de las formas de exclusión. Para Geovanna Valle la subrepresentación se evidencia en las pocas mujeres que entran a las distintas entidades, organismo o empresas en el Estado, como lo evidencia en su estudio sobre la baja presencia de mujeres en las cortes de justicia. Lo cual, resalta el desequilibrio existente entre la participación política de las mujeres y los cargos a desempeñar o las oportunidades que tienen (Valle, 2018, p. 2).

Inclusive existen distintos estudios que demuestran que la subrepresentación política de las mujeres es una realidad en América Latina, así un estudio de la Organización de las Naciones Unidas Mujeres afirma que los estados parte tienen la obligación de sancionar toda discriminación que excluye a las mujeres, aquí, tener presente que existen acciones que necesariamente no discriminan a las mujeres, sin embargo, terminan por excluirlas lo que al final conlleva a una subrepresentación, en ambos casos, amerita una condena por parte de los miembros de la ONU (Organización de las Naciones Unidas Mujeres, 2015, p. 26). De esta manera, como se afirma en el mentado estudio, Marx, Borner y Caminotti nos recuerdan, en su libro *Las legisladoras* (2007), uno de los varios argumentos que defienden los Estado Parte, quizás, el más fuerte que siendo las mujeres la mitad de la población, no es justo ni democrático que no estén representadas en igual cantidad con los hombres, es decir, para que una sociedad sea democrática es legítimo que intervengan todos sus miembros, por ello, la aceptación masiva de la cuota de género (ONU Mujeres, 2015, p. 48).

El hecho de que las mujeres estén representadas es propio de una democracia, una subrepresentación no se ajusta a los principios democráticos que tiene una sociedad encaminada a ser justa y que busca el bienestar de sus ciudadanos. Es cierto, que a nivel nacional se ha logrado una mayor representación en el congreso de la República, tal vez porque todas las acciones están enfocadas en ese nivel del gobierno, aun cuando, es en el nivel subnacional donde se acentúa la subrepresentación. Esta se da, inclusive, luego de numerosos esfuerzos institucionales para superar este problema, desde la transición democrática del 2001 hasta el día de hoy. Más importante aún, existen algunas regiones donde esta subrepresentación es más aguda.

### 1.2.7 Financiamiento político

El financiamiento político es uno de los temas actuales y primordiales en el ámbito electoral, en sí, para la autora Betilde Muñoz es “[...] concebido como parte de un sistema en el cual hay una serie de elementos interconectados [...]. Estos elementos son distintos a nivel mundial, cada país adopta sus propias reglas, éstas coinciden en clasificarlos en financiamiento público y financiamiento privado, el primero es el aporte económico que brinda el Estado a las OP, cuando por ejemplo han alcanzado curules en el congreso u obtenido una alta votación; y el segundo, en donde los aportes son de privados, sea personas naturales o jurídicas, en donde el Estado regula las reglas de su entrega, rendición de cuentas, fiscalización, etc. Todo ello dentro de una campaña electoral. Tal vez el poco avance que se tiene sobre el financiamiento político a diferencia de la cuota de género se debe a que las reglas son diferentes en cada país, en donde las sanciones, los mecanismos de rendición de cuentas y la fiscalización, varían en mucho de los casos, sin embargo, el tratamiento del financiamiento político es relevante y un factor clave para que las mujeres participen en política (Muñoz Pogossian, 2015).

También es preciso señalar que el concepto de financiamiento político involucra al origen, destino, manejo y fiscalización de los recursos usados por las OP, así tenemos el financiamiento directo que sirve para los gastos ordinarios y el indirecto que tiene que ver con la franja electoral que se entrega a las OP. (Diccionario Electoral, 2010). En el contexto actual en América Latina, el financiamiento de las campañas electorales es un factor decisivo para ganar las contiendas electorales. No es suficiente que estén regulados los requisitos de las candidaturas, los órganos electorales que imparten justicia en materia electoral, la publicidad estatal y la propaganda electoral a fin de brindar las condiciones necesarias en el juego electoral, sino que, además, es de suma urgencia que se regule de acuerdo con las siguientes preguntas: ¿quién entrega el dinero? ¿Cuánto dinero entrega? ¿Cómo lo entrega?

Esto debido a que estamos frente a escenarios en los que el propio candidato financia su campaña y se deslinda de la OP o es financiada por su propia organización, lo que, ocurre solo en pocos casos. De este modo, encontramos que las mujeres tienen menor acceso a los recursos económicos, lo cual, en palabras de Zovatto, es un problema que enfrentan las mujeres que quieren hacer política en sus comunidades pues cuentan con menos recursos económicos y financieros, en



consecuencia, tenemos una competición desigual, la idea es que la participación sea en igualdad de condiciones para hombres y mujeres.

El financiamiento político, puede ser público o privado, en cuanto al primero puede ser directo o indirecto, el directo es cuando el Estado entrega dinero a los partidos políticos para que lo destinen en el financiamiento de sus campañas electorales, el funcionamiento partidario y las actividades de capacitación e investigación (previo cumplimiento de requisitos legales), entre otros, mientras que, el indirecto se puede brindar a través de publicidad gratuita en medios de comunicación público o privado, el uso de edificios del estado, la reducción de impuestos, y otras acciones o actividades que permitan de alguna manera que las organizaciones políticas afronten una campaña electoral, como señalan los autores: "El financiamiento público indirecto permite que el Estado proporcione a los partidos beneficios no dinerarios de distinta naturaleza, pudiendo ser subsidios, apoyo, concesiones o ventajas" (Tuesta & Mendieta, 2006, p. 66).

Es por ello, que la innovación está orientada en el marco del financiamiento público indirecto, que consistente en visibilizar a las candidatas y a sus propuestas en los canales aliados del canal JNETV. En el Perú no se destina el financiamiento público directo a la campaña electoral sino para el funcionamiento ordinario de los partidos políticos conforme lo establece el artículo 29 de la LOP. Lo que se tiene es el financiamiento público indirecto, como el acceso a los medios de comunicación a través de la franja electoral.

### **1.3 Arquitectura del problema**

A continuación, se formulará la arquitectura del problema sobre la base de las dimensiones y de las preguntas y respuestas de investigación. Esto se refleja en la matriz de consistencia (Anexo 01).

1. La magnitud del problema en América Latina y el Perú
2. La magnitud del problema en Cajamarca
3. El proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones subnacionales en Cajamarca
4. Los actores que intervienen en el proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones subnacionales en Cajamarca
5. Las características sociales y culturales de la región Cajamarca

### 1.3.1 Dimensión 1: La magnitud del problema en América Latina y el Perú

Es relevante y democrático que la mitad de la población, compuesto justamente por mujeres, esté representada en los cargos de elección popular con la finalidad de conocer sus experiencias, aprendizajes y vivencias desde su propia óptica en vista de su propio bienestar y el de los demás. No se puede concebir una sociedad democrática sin la participación de las mujeres.

#### En América Latina

Los datos arrojan que las mujeres son a nivel mundial 3,85 mil millones (49.61%) en comparación con los 3,91 mil millones de hombres (50.39%). No obstante, no gozan de una representación paritaria en sus sociedades. En América Latina, el porcentaje de mujeres en comparación a los hombres es de 50.7% vs 49.3%<sup>1</sup>.

A pesar, de las iniciativas que se vienen realizando a través de reformas electorales, en muchos países de América Latina, éstas se enfocan en el ámbito nacional, es decir, en las instituciones legislativas, dejando a un lado, el ámbito subnacional. Estas reformas, recogen esfuerzos que colisionan con las resistencias actitudinales, culturales, sociales y políticas que se tienen en la sociedad frente a la participación de las mujeres en política (Freidenberg, 2018). Estas características presentes en la sociedad invisibilizan a las mujeres y sus expectativas de participar en política, lo que contribuye con la reducción de su participación. De este modo, como parte de la ola democratizadora en América Latina (Ver Tabla 2), los países buscaron reducir dicha subrepresentación a través de acciones afirmativas, como la cuota de género (un % mínimo de mujeres en la lista de candidatos).

**Tabla 2**

*Acciones afirmativas en América Latina en listas parlamentarias*

País	Año	Acción afirmativa
Argentina	1991 [Ley 24.012]	30%

<sup>1</sup> Estimaciones del Banco Mundial año 2021

Paraguay	1996 [Ley 834/96]	20% (elecciones internas)
Costa Rica	1996 [Ley N° 7653]	40%
Panamá	1997 [Ley 22, art. 239]	30% (elecciones internas)
Brasil	1997 [Decreto N° 9.504]	30%
Venezuela	1998 [Ley Orgánica del Sufragio y Participación Política]	30%
Bolivia	1999 [Ley 1983]	30%
Ecuador	2000 [Reglamento de la Ley de Elecciones/ Resolución del Tribunal No. 1 Sup. 39]	30%
Perú	2000 [Ley 27387]	30%
México	2002 [COFIPE]	30%
Honduras	2004 [Decreto N° 44-2004]	30%
Colombia	2011 [Ley 1475]	30%
Haití	2012 [Constitución]	30%
El Salvador	2013 [Decreto N° 307]	30%
Chile	2015 [Ley 20.840]	40%
Uruguay	2017 [Ley 19.555]	33%
R. Dominicana	2018 [Ley 33-18]	40%

Fuente: Observatorio de Reformas Políticas de América Latina. Elaboración propia.

A nivel de América Latina, la cantidad de autoridades mujeres electas en cargos subnacionales se incrementó levemente en comparación con los cargos a nivel nacional. El Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe muestra un reporte estadístico del año 2018 de los 28 países que pertenecen a América Latina, el Caribe y la Península Ibérica, reporte que comprende a las mujeres alcaldesas electas y a las mujeres concejales electas.

Actualmente, países como Costa Rica (2009), Bolivia (2010), Panamá (2012), Nicaragua (2014), Venezuela (2015), México (2017), Argentina (2017), Ecuador (2020), Honduras (2020), Perú (2020) y Colombia (2021) consideran, como parte del diseño de sus sistemas electorales, la paridad de género (Observatorio de Reformas Políticas de América Latina).

**Tabla 3****Mujeres alcaldesas electas de 1998 a 2018**

Mujeres alcaldesas electas		AÑOS	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PAÍS	SEXO																						
América Latina	Hombres		94.8	94.8	94.4	94	93.6	93.6	93.4	93	92.5	92.3	92.2	91.6	89.9	89.8	88.2	88.3	87.8	87.6	86.6	85.5	84.5
	Mujeres		5.2	5.2	5.6	6	6.4	6.4	6.6	7	7.5	7.7	7.8	8.4	10.1	10.2	11.8	11.7	12.2	12.4	13.4	14.5	15.5

## Fuentes

A) CEPAL - Comisión Económica para América Latina y el Caribe: Datos validados por los Mecanismos para el Adelanto de la Mujer (MAM), a partir de los datos oficiales de los organismos electorales. En ausencia de envío de información por los MAM, se recopila la información directamente con los organismos electorales o a partir de sus sitios web.

## Notas

a) Promedio simple de los países con datos, para cada año

CEPALSTAT / Comisión Económica para América Latina y el Caribe - Naciones Unidas / [5/11/2022]

**En el Perú**

En el Perú, la población de mujeres es un poco mayor a la de hombres: las mujeres constituyen la mitad de la población.

**Tabla 4****Población de mujeres vs hombres en Perú**

Año	2000	2005	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Mujeres	13 252	13 928	14 804	14 959	15 143	15 371	15 336	15 919	16 193	16 435
Hombres	13 139	13 794	14 537	14 657	14 822	15 052	15 643	15 643	15 938	16 191

Fuente: INEI <https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/la-mitad-de-la-poblacion-son-mujeres-7916/>.  
Elaboración propia.

Tuvieron que pasar 25 años desde la primera acción afirmativa para que, en el Perú, se aplicara la paridad y alternancia en todas las elecciones, tanto en el ámbito nacional como en el subnacional y en los cargos directivos de las OP conforme lo establece la Ley N.º 31030, promulgada en el 2020.

**La subrepresentación de las mujeres como candidatas en las elecciones subnacionales**

Los concejos municipales están conformados por la alcaldía y las regidurías. Estas últimas son proporcionales a la cantidad de población que tiene cada distrito y son determinadas por el JNE conforme lo señala la Ley N° 26864, Ley de Elecciones Municipales; en ningún caso, las personas que integren las regidurías serán menores

a cinco (5) ni mayores de quince (15) años. En el caso de los distritos de la región Cajamarca, en los años de estudio, el máximo de regidorías fue de 7.

En las elecciones subnacionales del 2010 al 2018, la cuota de género se encontraba vigente y el porcentaje de las candidaturas de mujeres superó el mínimo legal (el 30%) y experimentó un leve incremento en cada elección a nivel nacional.

**Figura 1**

*Porcentaje de candidaturas de mujeres en las elecciones regionales y municipales del 2010, 2014 y 2018*



Fuente: Elaboración propia. InfoGob del JNE

Se puede observar que en las elecciones distritales el porcentaje de participación de las mujeres oscila entre el 37.51 al 39.03 periodo 2010 – 2018, incluye a las candidatas alcaldesas y regidoras. Por otro lado, la participación de las mujeres solo como candidatas a alcaldesas en las elecciones distritales muestra un panorama distinto pues desde las elecciones distritales del 2002 al 2018, el porcentaje oscila entre 6.3 % y 8.7% conforme se observa en la siguiente tabla.

**Tabla 5***Candidaturas de alcaldías distritales a nivel nacional*

Año de elección	Hombres	% hombres	Mujeres	% mujeres	Total
2002	12191	93.7	814	6.3	13005
2006	10356	94.3	631	5.7	10987
2010	10505	93.3	751	6.7	11256
2014	10375	92.6	830	7.4	11205
2018	10589	91.3	1010	8.7	11599
Total	54016		4036		58052

Fuente: InfoGob del JNE. Elaboración propia.

### **La subrepresentación de las mujeres como autoridades en las elecciones subnacionales**

En una reciente publicación de la ONPE, se muestra la cantidad de autoridades electas a nivel subnacional en las elecciones regionales y municipales de 5 procesos electorales (2002, 2006, 2010, 2014 y 2018) en los cuales se aplicó la cuota de género, que consiste en no menos del 30% de hombres o mujeres en las listas de candidaturas. Actualmente, ya no existe la cuota de género. En las ERM 2022 se aplicó la paridad y alternancia por primera vez en las listas de candidatos. Sobre las autoridades electas en el ámbito regional, se tiene una gobernación y vicegobernación (cargos ejecutivos) y un consejo regional (cargos de consejo), mientras que, en el ámbito municipal provincial o distrital, se tiene la alcaldía (cargo ejecutivo) y el concejo de regidores (cargos de concejo). En ambos casos, las autoridades mujeres electas son pocas en comparación con los hombres, conforme se advierte en el estudio realizado por la ONPE en el 2021.

**Tabla 6**

*Porcentaje de mujeres autoridades en las Elecciones Regionales y Municipales del 2002, 2006, 2010, 2014 y 2018*

Niveles de gobierno	Autoridades	2002	2006	2010	2014	2018	Total	Total en %
Autoridades electas a nivel regional	Gobernadora	3	0	0	1	0	4	3.2
	Gobernador	22	25	25	24	25	121	96.8
	Vicegobernadora	4	3	2	4	5	18	14.5
	Vicegobernador	21	22	22	21	20	106	85.5
	Consejera Regional	52	63	72	63	63	313	23.8
	Consejero Regional	176	165	184	211	265	1001	76.2
Autoridades electas a nivel provincial	Alcaldesa	5	4	9	6	7	31	3.2
	Alcalde	189	191	186	187	189	942	96.8
	Regidora	397	430	406	444	453	2130	24.7
	Regidor	1303	1287	1295	1293	1311	6489	75.3
Autoridades electas a nivel distrital	Alcaldesa	49	46	60	45	83	283	3.5
	Alcalde	1573	1569	1545	1573	1582	7842	96.5
	Regidora	2288	2418	2378	2512	2733	12329	28.6
	Regidor	6260	6113	6109	6118	6158	30758	71.4

Fuente: Paridad Y Alternancia Elecciones Generales 2021: Avances Hacia Una Democracia Paritaria Serie: Documentos de Trabajo Documento de Trabajo N° 47 ONPE.

Las mujeres en el Perú constituyen un poco más del 50 % de la población y del electorado. Al existir una población de mujeres y hombres casi igualitaria, el efecto de la cuota de género aplicable a las candidaturas subnacionales a nivel nacional tendrá (o debería tener) como resultado un común denominador en los ámbitos geográficos distritales, provinciales y regionales. Sin embargo, en la Tabla 6, se evidencia un panorama distinto, ya que las gobernadoras y alcaldesas no llegan ni al 4% en las elecciones del 2002-2018. Como se aprecia en el caso de los cargos ejecutivos, estos son ocupados por mujeres en un porcentaje mínimo: no se supera el 3.5 % a nivel nacional, mientras que, en el caso de los cargos de concejo, las mujeres no superan el 28.6% a nivel nacional. Hay más mujeres en los cargos de concejo que en los cargos ejecutivos, que son justamente los cargos del poder en el caso de la gobernación y alcaldías. A nivel subnacional, con respecto a los cargos ejecutivos (gubernaturas regionales, alcaldías provinciales y alcaldías distritales), el Perú ocupa el puesto 24 de 28 países y, con respecto a los cargos de concejos (consejerías regionales, regidurías provinciales y regidurías distritales), el puesto 16 de 26 países de América Latina y el Caribe.

**Tabla 7****Cargos ejecutivos en el Perú 1998 - 2018****Mujeres alcaldesas electas**

AÑOS	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hombres	97.1	96.9	96.9	96.9	96.9	97.1	97.1	97.1	97.1	97.3	97.3	97.3	96.1	96.1	96.1	96.1	96.1	97.1	97.1	97.1	97.1
Perú																					
Mujeres	2.9	3.1	3.1	3.1	3.1	2.9	2.9	2.9	2.9	2.7	2.7	2.7	3.9	3.9	3.9	3.9	3.9	2.9	2.9	2.9	2.9

Fuente: CEPAL

CEPALSTAT / Comisión Económica para América Latina y el Caribe - Naciones Unidas / [20/5/2022]

**Tabla 8****Cargos de concejo en el Perú 1998 - 2018****Mujeres concejales electas**

AÑOS	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hombres	91.5	91.5	76	76	76	73.7	73.7	73.7	73.7	72.2	71.8	70.4	70.6	72.6	72.6	72.6	72.6	71.5	71.5	71.5	71.5
Perú																					
Mujeres	8.5	8.5	24	24	24	26.3	26.3	26.3	26.3	27.8	28.2	29.6	29.4	27.4	27.4	27.4	27.4	28.5	28.5	28.5	28.5

Fuente: CEPAL

CEPALSTAT / Comisión Económica para América Latina y el Caribe - Naciones Unidas / [20/5/2022]

**1.3.2 Dimensión 2: La magnitud del problema en Cajamarca**

Con respecto a la población de Cajamarca, las mujeres superan en número a los hombres, conforme se advierte en la Tabla 9.

**Tabla 9****Población de hombres y mujeres en Cajamarca**

	1993	2007	2017
Hombres	627 875	693 195	657 634
Mujeres	631 933	694 614	683 378

Fuente: INEI - Censos Nacionales de Población y Vivienda, 1993, 2007 y 2017

La acción afirmativa (cuota de género) a favor de las mujeres es distinta en comparación a las de las comunidades campesinas, nativas y a los pueblos originarios. Así, cuando se trata de esta última, conocida también como cuota nativa, el resultado que se obtiene es que, en cada provincia del Perú, la cantidad de población indígena varía. Así lo destacan, por ejemplo, Maritza Paredes y Tomas Dosek cuando



señalan que, en la provincia de Condorcanqui (Amazonas), la población indígena es del 91 %, mientras que, en la provincia de Huarney (Ancash), solo constituye el 6% (Paredes & Došek, 2020). A pesar de la desigualdad de sus porcentajes, la cantidad de candidaturas que cumplen con la cuota nativa es igual para ambas provincias, sin considerar que en una existe más población nativa que en la otra.

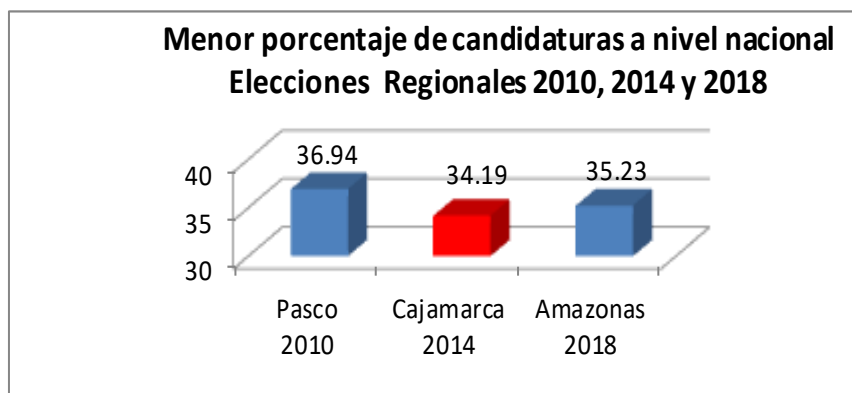
En cuanto, a la cuota de género, la cantidad de mujeres supera levemente el 50% de la población total del Perú, por lo que, a diferencia de la cuota nativa, la primera siempre tendrá al género femenino con un 50%. Por otro lado, existe variación subnacional que evidencia que hay regiones donde el problema de la subrepresentación de las mujeres es aún más urgente, como el caso concreto de Cajamarca, el más extremo de subrepresentación de mujeres en candidaturas si se considera que la población de mujeres es levemente mayor que la de los hombres, lo que hace necesario evaluar cuáles son los motivos para plantear innovaciones específicas que ayuden a paliar este problema. Cajamarca está conformada por 13 provincias. Actualmente, tiene 127 distritos, pero, en las elecciones municipales distritales de los años 2010-2018, sus distritos eran 114.

Para identificar el caso subnacional más extremo en términos de subrepresentación de candidaturas de mujeres, la presente investigación utilizó la data abierta del InfoGob de los tres últimos procesos electorales en el ámbito subnacional de los años 2010, 2014 y 2018. La data encontrada nos muestra que, en las elecciones subnacionales (regional, provincial y distrital), Cajamarca tiene el porcentaje más bajo a nivel nacional de candidaturas de mujeres y cumple con apenas un poco más del mínimo de lo que la cuota de género exige. A continuación, se mencionarán algunos detalles que evidencian la particularidad del caso cajamarquino:

- a) En la elección regional del año 2014, Cajamarca obtuvo el último lugar a nivel nacional con un 34.19% de participación de mujeres en las candidaturas. En el caso de las elecciones regionales, se contabiliza las candidaturas de mujeres tanto en la fórmula regional (gubernatura y vicegubernatura) como en la lista de consejería regional.

**Figura 2**

*Porcentaje de candidaturas de mujeres en las elecciones regionales 2010, 2014 y 2018*



Fuente: InfoGob. Elaboración propia

- b) En la elección municipal provincial de 2018, Cajamarca obtuvo el penúltimo lugar a nivel nacional con un 35.82% de participación de mujeres en las candidaturas.

**Figura 3**

*Porcentaje de candidaturas de mujeres en las elecciones provinciales 2010, 2014 y 2018*

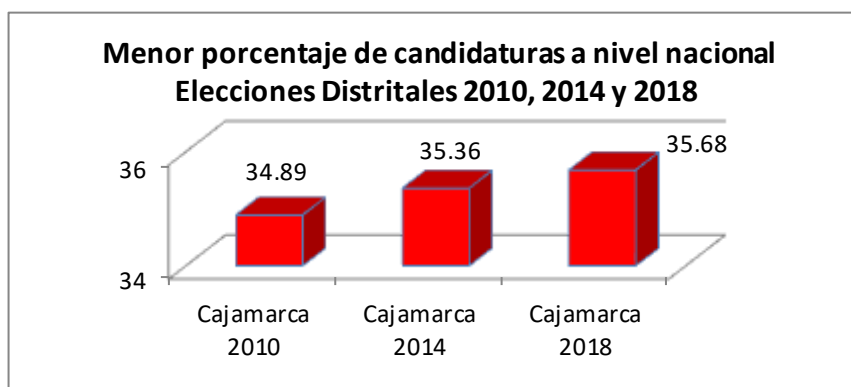


Fuente: InfoGob. Elaboración propia

- c) Finalmente, en tres elecciones distritales consecutivas, correspondientes a los años 2010, 2014 y 2018, Cajamarca obtuvo el último lugar con un 34.89% y 35.36%, y el penúltimo lugar con 35.68% respectivamente, a nivel nacional.

**Figura 4**

*Porcentaje de candidaturas de mujeres en las elecciones distritales 2010, 2014 y 2018*



Fuente: InfoGob. Elaboración propia

Si revisamos cada tipo de elección (regional, municipal provincial y municipal distrital), se advierte que Cajamarca ocupa distintos puestos en el ranking a nivel nacional, pero estos siempre han sido o el último o el penúltimo lugar en las tres elecciones subnacionales (regional, provincial y distrital) en el periodo del 2010-2018.

### **1.3.3 Dimensión 3: Proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones subnacionales en Cajamarca.**

Para conocer el proceso de postulación y elección de las candidatas en las elecciones subnacionales de Cajamarca, se realizaron entrevistas y revisión documental. En esta versión, brindamos información en función de lo que señala la normativa y lo que fuentes secundarias (reportes de ONG, diarios y revistas locales) indican sobre cómo se da el mencionado proceso en la práctica.

#### **Postulación y selección de las candidatas en las elecciones subnacionales**

En el caso peruano, las candidaturas se presentan a través de las OP. En el periodo del 2010-2018, éstas tenían la denominación de partidos políticos, movimientos regionales, organizaciones políticas locales provinciales, organizaciones políticas locales distritales y alianzas electorales. Su inscripción en el ROP está a cargo del JNE, organismo constitucional autónomo que, junto con la ONPE y el Reniec, constituyen el sistema electoral conforme lo establece el artículo 177 de la carta magna del Perú. Entonces, las candidaturas, antes de ser presentadas al JNE, deben previamente pasar por un proceso de elecciones internas conforme lo prevé la

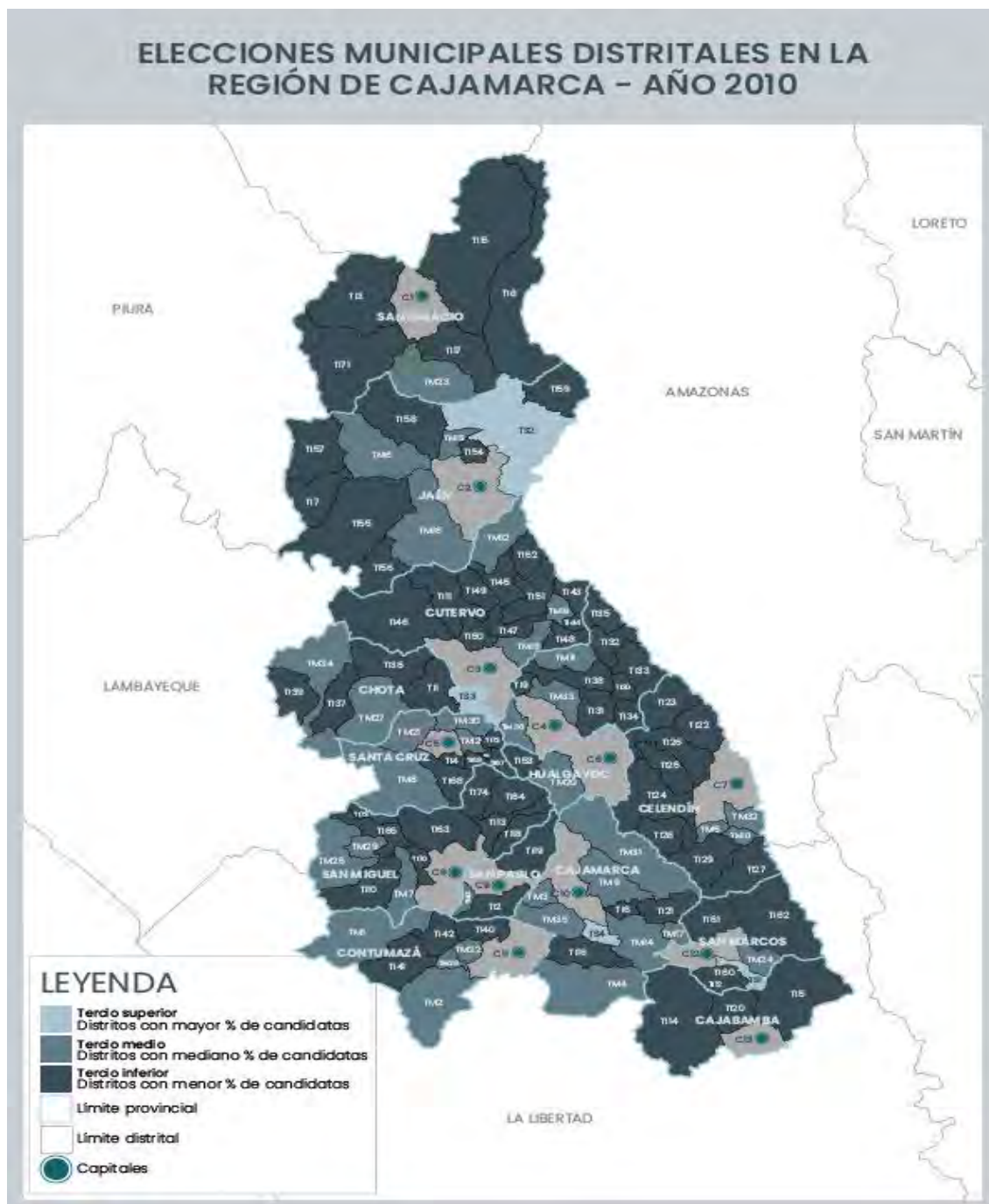
LOP, que, entre sus modalidades de elección, tiene a) elección directa de los afiliados, b) elección de los afiliados y no afiliados, y c) elección de los delegados. Además, tienen como opción contar con un 20% de candidatos designados o los también llamados candidatos invitados por la OP.

La candidatura de las mujeres antes de consolidarse en la lista de candidatos que elegirá el electorado debería someterse a elección previa (precandidatura) en cada OP o ser designada como invitada. En este proceso, se requiere conocer cómo se llevan a cabo los procesos de las candidaturas de mujeres: ¿por iniciativa propia o por invitación de algún dirigente de la OP?, ¿O bien se trata de una nominación de los afiliados? De la data de la dimensión 2, se puede advertir que la participación de las candidatas en las elecciones municipales distritales 2010-2018 se debió al cumplimiento del mandato legal de la cuota de género, que requería un mínimo de 30% de hombres o mujeres en las listas de candidatos. En el 2010, el porcentaje fue de un 34.89%; en el 2014, de 35.36%; y en el 2018, de 35.68%.

De las entrevistas realizadas, las candidatas señalan en su mayoría que fueron invitadas por otro candidato y ninguna mencionó haber participado en una elección interna. Las entrevistadas comentaron que las mujeres sí quieren participar en política; sin embargo, la falta de recursos económicos y de tiempo, así como la falta de dominio en el ambiente político se los impide. Aquellas que participan son invitadas por otros candidatos o por algún directivo de las OP. En su gran mayoría, las mujeres señalan que esta práctica obedece a la necesidad de cumplir con la cuota de género y permitir que la lista continúe en la contienda electoral. A continuación, se muestra la participación de las candidatas en los distritos de Cajamarca, la cual se divide en tercio superior, tercio medio y tercio inferior, en donde las candidatas que se ubican en el tercio superior tienen mayores posibilidades de ser electas como autoridades.

**Figura 5**

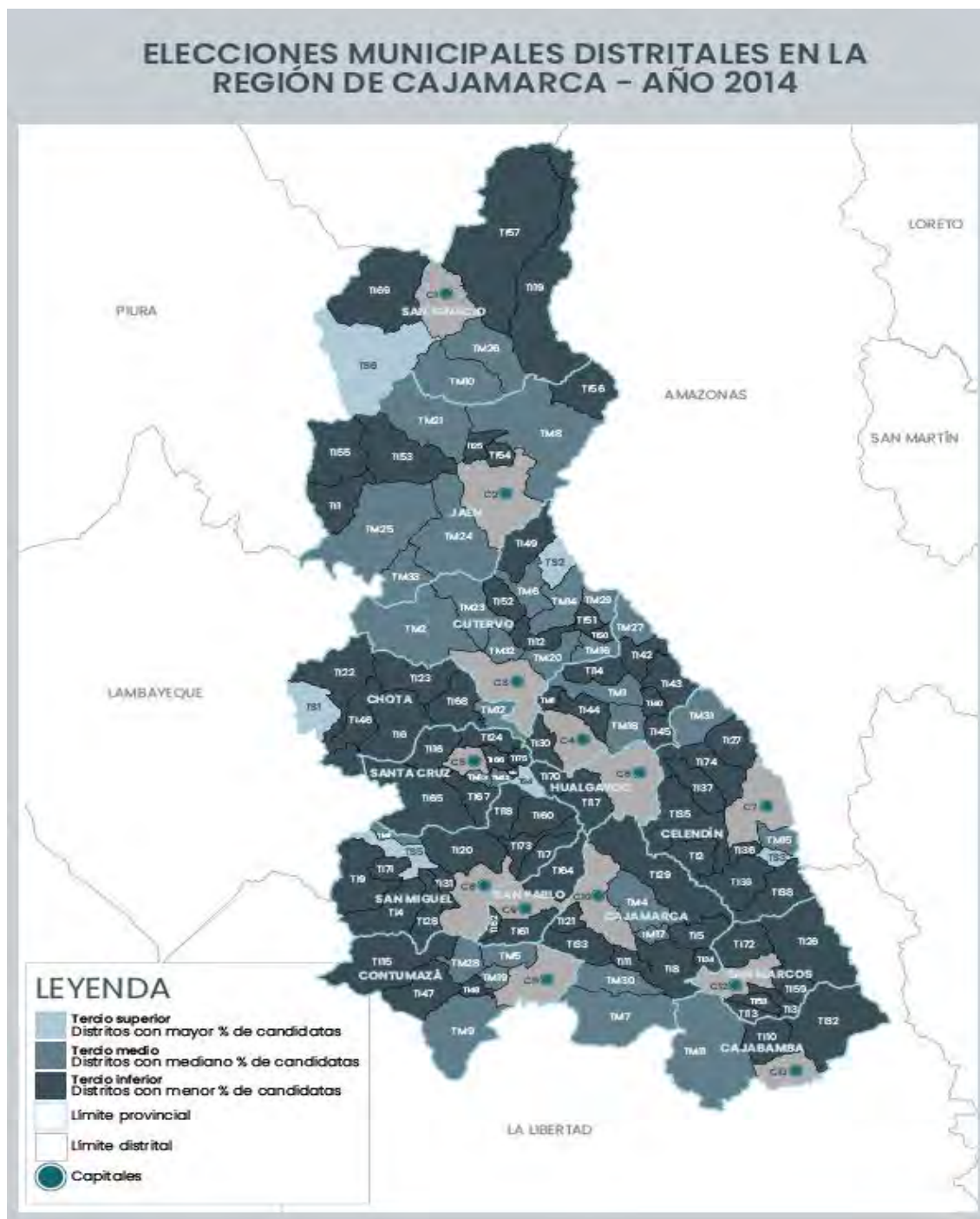
*Elecciones distritales 2010 en los distritos de la región Cajamarca*



Fuente: Elaboración propia. InfoGob JNE

Figura 6

Elecciones distritales 2014 en los distritos de la región Cajamarca



Fuente: Elaboración propia. InfoGob JNE





## **Ubicación de las mujeres en las listas de candidatos**

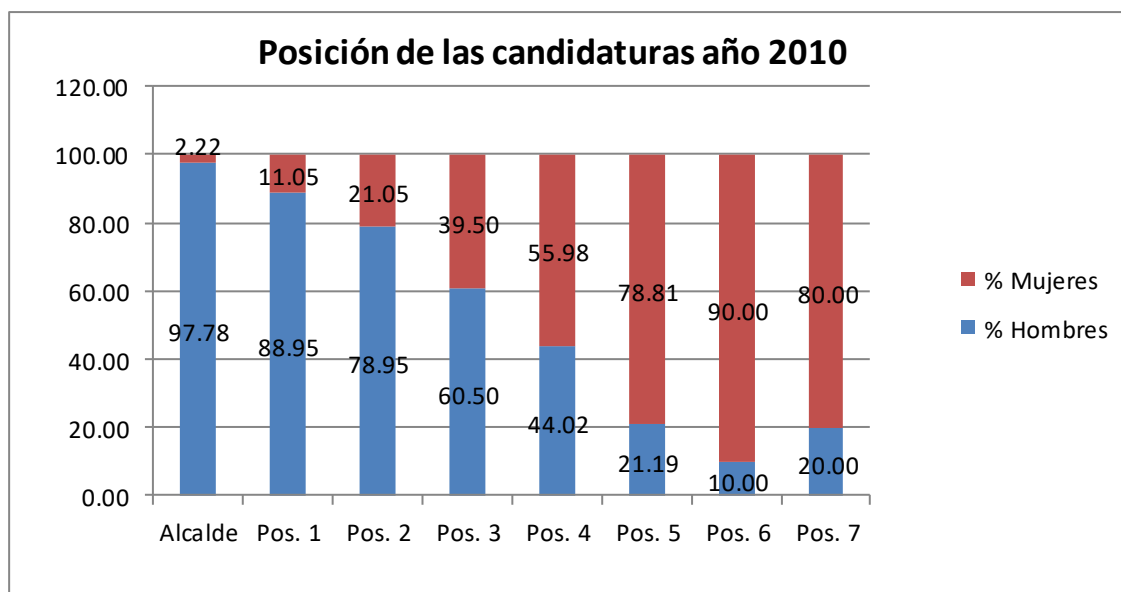
Una vez invitadas o elegidas las mujeres que participaron en las listas de candidatos de las elecciones subnacionales de Cajamarca, se puede observar que el porcentaje que encabeza la lista es muy inferior al de los hombres. Ahora bien, la democracia no solo son elecciones, éstas son el vehículo mediante el cual los ciudadanos y las ciudadanas eligen a sus autoridades. Son los partidos políticos los que se encargan de reclutar y seleccionar a las personas para las candidaturas a fin de que participen en la contienda electoral. Son ellos los que deberían abrir la puerta y permitir que la participación de las mujeres en política sea más visible, permitiendo que existan más mujeres afiliadas al partido, más mujeres simpatizantes y más mujeres que formen parte de los órganos directivos de las OP.

La desigualdad estructural y los estereotipos de género echan luces acerca de la escasa participación de las candidatas a nivel subnacional. Los datos arrojan que las mujeres son colocadas en el tercio inferior de una lista de candidaturas. Si las candidaturas se dividen en tres partes (tercio superior, medio e inferior), las candidaturas que ocupan el tercio superior tienen las más altas probabilidades de ser electas como autoridades. Las mujeres, al ocupar el tercio inferior, tienen muy pocas probabilidades de ser electas debido a que el diseño electoral peruano para las elecciones subnacionales tiene listas bloqueadas y cerradas. Al ser bloqueadas, el elector no puede modificar el orden de las candidaturas presentados por la OP y, al ser cerradas, solo puede elegirse a los candidatos que se encuentran en esas listas.



**Figura 8**

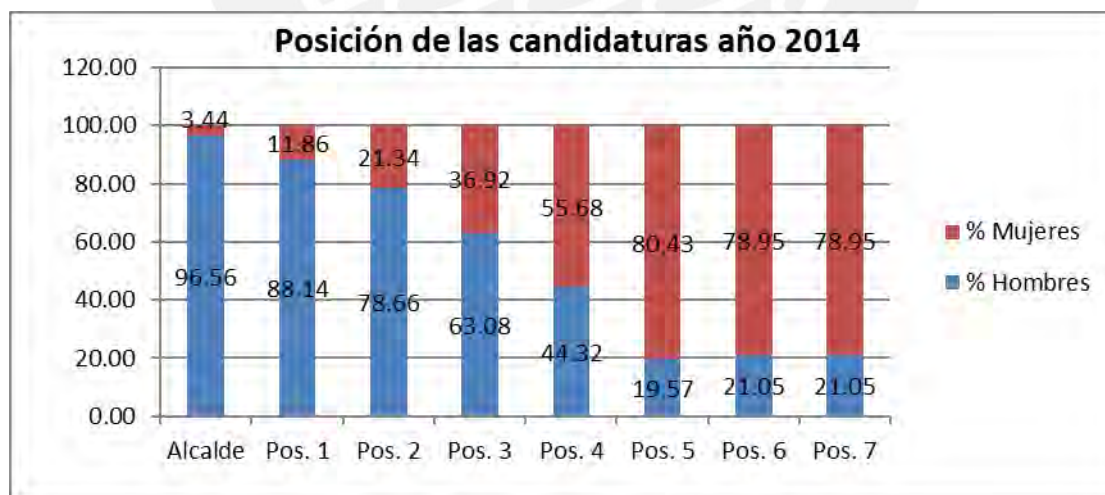
*Posición de las mujeres y hombres en la lista de candidatos municipales distritales de Cajamarca en el año 2010*



Fuente: Elaboración propia. InfoGob JNE

**Figura 9**

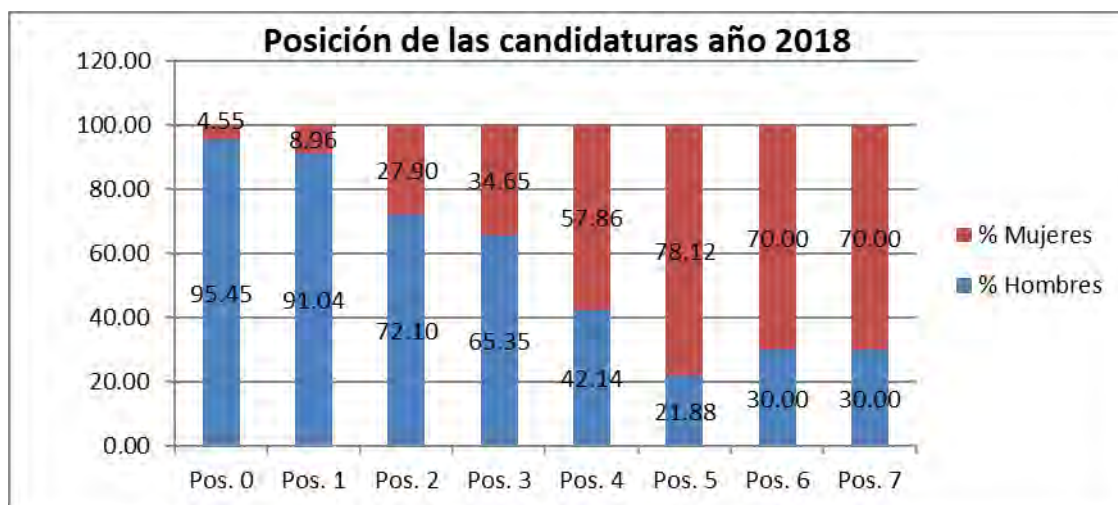
*Posición de las mujeres y hombres en la lista de candidatos municipales distritales de Cajamarca en el año 2014*



Fuente: Elaboración propia. InfoGob JNE

**Figura 10**

*Posición de las mujeres y hombres en la lista de candidatos municipales distritales de Cajamarca en el año 2018*



Fuente: Elaboración propia. InfoGob JNE

### **Elección de mujeres como autoridades en las elecciones subnacionales en Cajamarca**

Los electores en Cajamarca otorgan su voto mayoritariamente a los hombres debido a que las listas están encabezadas por candidatos; es decir, sus opciones para elegir a mujeres que encabecen las listas son mínimas. Por este motivo, en el periodo estudiado, las mujeres han ocupado un porcentaje mínimo de cargos electos, conforme se aprecia en el siguiente cuadro:

**Tabla 10**

*Mujeres electas en las elecciones regionales 2010, 2014 y 2018*

Año de Elección	Formula regional				Consejeros regionales							
	Gobernatura		Vicegobernatura		Hombres		Mujeres					
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres				
2010	1	100%	0	100%	1	100%	0	0%	13	81.25%	3	18.75%
2014	1	100%	0	100%	1	100%	0	0%	14	87.50%	2	12.50%
2018	1	100%	0	100%	0	100%	1	50%	17	89.47%	2	10.53%
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>44</b>	<b>7</b>						

Fuente: Elaboración propia. InfoGob JNE

**Tabla 11***Mujeres electas en las elecciones municipales provinciales 2010, 2014 y 2018*

Año de Elección	Alcaldías provinciales				Regidurías provinciales			
	Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres	
2010	13	100%	0	0%	93	76.86%	28	23.14%
2014	13	100%	0	0%	98	79.67%	25	20.33%
2018	13	100%	0	0%	99	80.49%	24	19.51%
<b>Total</b>	39		0		290		77	

Fuente: Elaboración propia. InfoGob JNE

**Tabla 12***Mujeres electas en las elecciones municipales distritales 2010, 2014 y 2018*

Año de Elección	Alcaldesas distritales				Regidoras distritales			
	Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres	
2010	109	99.09%	1	0.91%	410	74.28%	142	25.72%
2014	106	98.15%	2	1.85%	398	73.16%	146	26.84%
2018	111	99.11%	1	0.89%	422	75.22%	139	24.78%
<b>Total</b>	326		4		1230		427	

Fuente: Elaboración propia. InfoGob JNE

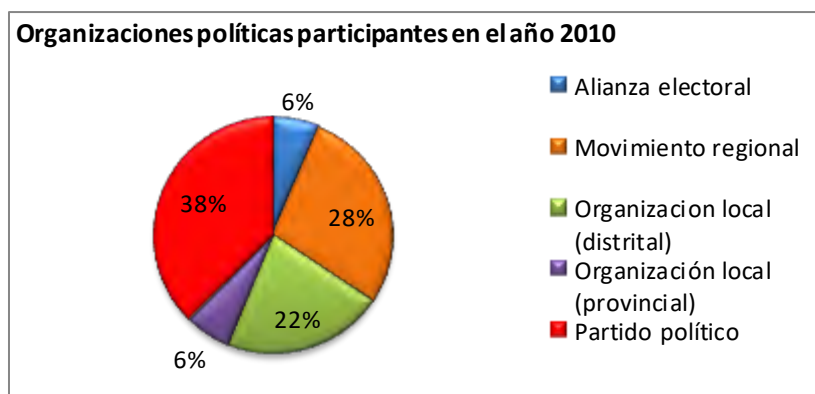
#### 1.3.4 Dimensión 4: Actores que intervienen en el proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones subnacionales en Cajamarca

Uno de los actores que participa en el proceso de las candidaturas son las OP. En las elecciones municipales distritales del 2010 al 2018 en Cajamarca, predominó la participación de los partidos políticos sobre los demás tipos de organizaciones políticas.

En dos de las tres elecciones estudiadas, las elecciones del 2010 y del 2014, los partidos políticos superaron en más del 38% el total de participantes, mientras que, en el 2018, los partidos políticos no participaron en las elecciones.

### Figura 11

OP participantes en las elecciones municipales distritales del 2010 en la región Cajamarca.



Fuente: Elaboración propia. InfoGob JNE

### Figura 12

OP participantes en las elecciones municipales distritales del 2014 en la región Cajamarca.



Fuente: Elaboración propia. InfoGob JNE

### Figura 13

OP participantes en las elecciones municipales distritales del 2018 en la región Cajamarca.



Nota. Fuente: Elaboración propia. InfoGob JNE

Otro de los actores electorales son los afiliados a la OP. Las normas jurídicas electorales señalan como requisito que las candidaturas cuenten con afiliación a la OP que representan. Además, el estar afiliado a una OP constituye el inicio para una carrera política. ¿Cuántas mujeres se encuentran afiliadas a las organizaciones políticas?

**Tabla 13**

*Porcentaje de afiliadas y afiliados en las organizaciones políticas en el año 2019*

Nombre de la organización política	% Hombres	% Mujeres
PODEMOS PERU*	45.01	54.99
FRENTE POPULAR AGRICOLA FIA DEL PERU – FREPAP*	46.05	53.95
FUERZA POPULAR*	46.31	53.69
PARTIDO POPULAR CRISTIANO – PPC*	46.33	53.67
VAMOS PERU*	46.69	53.31
PERU NACION*	47.32	52.68
ALIANZA PARA EL PROGRESO*	47.67	52.33
RESTAURACION NACIONAL*	48.47	51.53
PARTIDO POLITICO NACIONAL PERU LIBRE*	48.77	51.23
PARTIDO POLITICO CONTIGO*	49.62	50.38
SOLIDARIDAD NACIONAL*	49.63	50.37
PERU PATRIA SEGURA	50.11	49.89
PARTIDO DEMOCRATICO SOMOS PERU	50.89	49.11
ACCION POPULAR	51.75	48.25
PARTIDO MORADO	52.02	47.98
TODOS POR EL PERU	52.69	47.31
RENACIMIENTO UNIDO NACIONAL	53.3	46.7
PARTIDO APRISTA PERUANO	54.24	45.76
AVANZA PAIS - PARTIDO DE INTEGRACION SOCIAL	54.5	45.5
JUNTOS POR EL PERU	54.69	45.31
EL FRENTE AMPLIO POR JUSTICIA, VIDA Y LIBERTAD	56.09	43.91
UNION POR EL PERU	57.1	42.9
PARTIDO NACIONALISTA PERUANO	60.65	39.35
DEMOCRACIA DIRECTA	63.25	36.75

Fuente JNE, 2019. Partidos políticos inscritos al 02/12/2019. Información hasta el 02/12/2019.

Elaboración propia

La data es del año 2019 e incluye información solo de partidos políticos. Se observa que existe una diferencia entre afiliados y afiliadas de 73, 220 más afiliados que afiliadas, lo que representa solo el 2.60 % del total de ambos. La cantidad de afiliadas en comparación con los afiliados es menor en 13 de los 24 partidos políticos. Se puede concluir que la mayoría de los partidos políticos se aproxima a la paridad en

la afiliación, por lo cual es aún más llamativo que esto no se refleje en las candidaturas y en las autoridades electas.

**Tabla 14**

*Porcentaje de afiliadas y afiliados en las organizaciones políticas en el año 2021*

Organización política	% Afiliados	% Afiliadas
Acción Popular	51.20	48.80
Juntos por el Perú	53.10	46.90
Somos Perú	50.00	50.00
Partido Morado	52.10	47.90
Perú Libre	49.20	50.80
Fuerza Popular	44.20	55.80
Renovación Popular	46.80	53.20
Alianza para el Progreso	48.10	51.90
Avanza País	52.00	48.00
Podemos Perú	45.00	55.00

Fuente: Paridad Y Alternancia Elecciones Generales 2021: Avances Hacia Una Democracia Paritaria Serie: Documentos de Trabajo Documento de Trabajo N° 47 ONPE

De igual manera, las afiliaciones en el padrón de afiliados de las OP en las elecciones internas de las Elecciones Congresales Extraordinarias ECE 2020 arrojan datos muy similares. De los diez partidos políticos, cinco tienen más afiliadas. Aquí también se observa que las afiliaciones son casi paritarias. De los cuadros descritos, se puede decir que estamos frente a una paridad en las afiliaciones, lo que nos lleva a formularnos las siguientes interrogantes: ¿existe una apertura de las organizaciones a tener una paridad en las afiliaciones? ¿Por qué no ocurre lo mismo con las candidaturas? ¿Los medios de comunicación locales tiene algún impacto en esta selección a través de la apertura o cierre de espacios para que las mujeres obtengan capital político?

Llanos y Sample, cuestionan la falta de proporción entre las mujeres afiliadas y las que ocupan cargos directivos en los partidos políticos, “¿Qué están haciendo las mujeres militantes? ¿Acaso su participación partidaria se limita a tareas de apoyo, movilización o logística?” (Llanos y Sample, 2008, p. 22). Por supuesto, el porcentaje casi igualitario entre afiliadas y afiliados en las organizaciones políticas no se refleja en los cargos de las direcciones de dichas organizaciones, pues las mujeres son tomadas

en cuenta para organizar las asambleas, coordinar los alimentos que se entregarán o la limpieza del local partidario, entre otras actividades.

Entonces, es importante que las mujeres tengan las mismas condiciones y oportunidades que los hombres en su participación para acceder a un cargo público, y son las mujeres, ya sea en su papel de afiliadas o dirigentes de un partido político, que deben forjar los cambios necesarios para una competencia justa y transparente en el proceso de elección de autoridades de la OP. La exclusión de la mujer como candidata es responsabilidad exclusiva en los partidos políticos, pues son éstos los vehículos por los cuales se accede a un cargo público. El proceso de selección de candidaturas y la forma de reclutamientos de las y los candidatos son factores relevantes en la representación política de las mujeres, pues las condiciones para hombres y mujeres son distintas, y favorecen a los primeros, permitiendo que existan más candidatos que candidatas.

En cuanto al tema de las afiliaciones, los datos (Tablas 13 y 14) arrojan que los partidos políticos son paritarios. En cambio, en las direcciones de los partidos o en los mandos de poder, las mujeres siguen siendo relegadas. Si bien, la cuota de género permitió tener más candidatas en las listas de candidatos a elección popular, esto no fue replicado en los órganos ejecutivo de los partidos políticos, en 12 países de América Latina en estos órganos no hay más del 30% de mujeres, como señala IDEA Internacional “a más poder, menos mujeres” (Llanos & Sample, 2008. p. 36)

Si bien es cierto, la cuota de género ha permitido que más mujeres puedan acceder a postular como candidatas, ello no ha permitido que puedan acceder a cargos de elección popular. No es suficiente la cuota de género, deberá existir un compromiso de los partidos políticos a respaldar a las mujeres candidatas, y eso empieza desde el reclutamiento y selección de candidaturas, no es suficiente tener afiliadas, sino que estas ocupen cargos decisivos en las OP. En ese mismo sentido, las autoras han realizado una investigación acogiendo la idea de Htun, señalan:

El cuello de botella se encontraría dentro de los partidos políticos, definidos como instituciones históricamente sexistas, las cuales aún no han incorporado a las mujeres en igualdad de condiciones con los hombres y en las que se les ha impedido el acceso a los puestos de dirigencia o a las candidaturas de elección popular, aunque, en muchos casos, constituyen la mitad de sus miembros. (Llanos, B. & Roza, V., 2018, p. 75).

En resumen, el patriarcado sigue vigente en la elección de las y los candidatos que accederán a un cargo público, así como, también el los cargos de poder en los mismos partidos políticos, en tanto estos prosigan realizando el reclutamiento y selección de candidatos con criterios tradicionales.

### 1.3.5 Dimensión 5: Las características sociales y culturales de la región Cajamarca.

Esta dimensión sirve para conocer las diferentes características sociales (número y características de los habitantes y familias) y culturales. Es evidente que son las mujeres quienes tienen menos acceso a la educación en Cajamarca.

**Tabla 15**

*Población en Cajamarca analfabeta por área y sexo*

Área	Urbana		Total
Sexo	Hombres	Mujeres	
Población analfabeta	3 965	15 190	19 155
Tasa de analfabetismo	3,0	10,6	7,0
Área	Rural		Total
Sexo	Hombres	Mujeres	
Población analfabeta	34 165	101 480	135 645
Tasa de analfabetismo	10,9	32,3	21,6

Fuente: INEI Censos Nacionales de Población y Vivienda 2017

## 1.4 Marco institucional y normativo relacionado con el problema

### 1.4.1 Marco normativo

El marco normativo lo constituyen las normas jurídicas que enmarcan el problema a investigar.

La Carta Magna de 1933 reconoció el derecho de sufragio de las mujeres que supieran leer y escribir, solo para las elecciones municipales. La elección municipal del año 1963 fue la primera en la cual participarían las mujeres; sin embargo, dicha elección no se realizó debido a que no se reglamentó. Como se puede advertir, el



primer reconocimiento constitucional del derecho al sufragio fue de forma parcial y solo para el caso de las elecciones subnacionales, ya que se consideró que eran asuntos del barrio y que servirían de entrenamiento a las mujeres para futuras elecciones.

La Ley N.º 12391, dictada en el año 1955, otorgó el derecho al voto de las mujeres, que fue reconocido y ejercido en las elecciones generales del año 1956. La participación de las mujeres en política no era importante en ese momento para la sociedad, por lo que, esta ley se dictó como consecuencia de intereses políticos particulares durante el gobierno de Odría y no del bienestar de las mujeres. Con la promulgación de la Constitución Política de 1979, se consagró el derecho al sufragio universal, lo que garantizó la participación de toda la ciudadanía, en cuanto al ejercicio de su derecho al sufragio activo, es decir, el derecho a elegir.

Así tenemos, la Ley N.º 26859 (1997) que estableció el 25% de participación de hombres o mujeres en las listas parlamentarias, este porcentaje se incrementó en un 30% a través de la Ley N.º 27387 (2000). La Ley N.º 27734 (2002), estipuló también un 30% para las elecciones municipales y la Ley N.º 27683 para las elecciones regionales. En la Ley de Partidos Políticos, Ley 28094 (2003), se amplió la acción afirmativa del 30% a las candidaturas para la dirección de las OP y con la Ley N.º 28360 (2004) se extendió la cuota de género (30%) al Parlamento Andino.

Inclusive, la Ley N.º 30996 (2019) aprobó la paridad y alternancia escalonada que consistía en que, en las elecciones del 2021, las mujeres debían ocupar el 40% de las listas; en el 2026, el 45%; y en el 2031, el 50%. Finalmente, la Ley N.º 31030 (2020) estipula que se aplique la paridad y alternancia en las elecciones generales (fórmula presidencial, congreso y parlamento andino), elecciones municipales, elecciones regionales y cargos de dirección de las OP.

Son las propias OP las que establecen en su estatuto y reglamento electoral los requisitos y procedimientos para su participación en una contienda electoral, la lista de candidaturas se presenta ante el JNE, el ente encargado de inscribir las listas que participarán en la elección nacional o subnacional en concordancia con las normas jurídicas electorales vigentes, como la LOE y la LOP. Las candidaturas se pueden presentar en una elección regional o en una elección municipal provincial o municipal distrital.

Las leyes descritas dan cuenta de la evolución histórica de la cuota de género en el Perú, que inició con un 25%, luego un 30% y finalmente un 50%, que deja de ser una acción afirmativa para convertirse en el principio de paridad. Aun así, el mandato legal no es suficiente para que exista efectivamente una paridad entre las autoridades electas, pero fue necesario y permitió una mayor participación de las mujeres como candidatas, aunque sea para que las OP cumplan con la ley.

#### **1.4.2 Marco Institucional**

Existen varios acuerdos o tratados internacionales, de los cuales el Perú es parte y por ello tiene la obligación de promover acciones, programas, políticas públicas que permitan y garanticen una igualdad de condiciones entre los hombres y las mujeres, esos son la Convención Interamericana sobre la Concesión de los Derechos Políticos de la Mujer entre otros.

Por otro lado, la Comisión de Mujer y Familia del Congreso de la República, aprueba las leyes que promueven la participación política de las mujeres, la paridad y alternancia, la lucha contra la violencia de género y fiscaliza permanentemente a las entidades encargadas de velar por sus derechos.

#### **1.4.3 Políticas públicas generales**

Política de Estado: Acuerdo Nacional: "I. Democracia y Estado de Derecho: 2. Democratización de la vida política y fortalecimiento del sistema de partidos concordante con el punto II, Equidad y Justicia Social: 11. Promoción de la igualdad de oportunidades sin discriminación".

Estas Políticas de Estado, promueven la vigencia de los derechos políticos de la ciudadanía, entre ellos, el derecho a la participación política de las ciudadanas y los ciudadanos con énfasis en la función que cumplen los partidos políticos. Así como, la promoción de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, y la dación de acciones afirmativas que permitan combatir la discriminación por género existente en los distintos ámbitos de la sociedad. Son importantes porque buscan una paridad de género en las relaciones sociales y en los diferentes ámbitos de lo público y privado, lo cual permitirá de alguna manera que las mujeres puedan competir en igualdad de condiciones por ocupar un cargo público proveniente de una elección popular.

#### 1.4.4 Políticas públicas específicas

Plan Estratégico de Desarrollo Nacional denominado Plan Bicentenario: El Perú hacia el 2021, aprobado por D. S. N° 054-2011-PCM, en su ítem Promoción de la equidad en el punto 5<sup>2</sup> trata sobre la eliminación de discriminación entre hombres y mujeres.

En el mismo sentido que la Política de Estado descrita, lo que se busca es dotar a las mujeres de conocimientos y destacar sus capacidades para que puedan tener oportunidades que les permitan participar en la vida política de sus comunidades, una de ellas es a través de una educación de calidad.

#### Política Nacional de Igualdad de Género (D. S. 008-2019-MIMP)

Una de las contribuciones de los mencionados planes es que buscan una igualdad en la contienda electoral, es decir, que se ejerza el principio de igualdad entre los candidatos y candidatas, que ambos gocen de las mismas oportunidades y cuenten con los medios idóneos para su participación en una elección subnacional, que tengan el piso o cancha nivelada.

---

<sup>2</sup> Eliminar todas las formas de discriminación entre mujeres y varones, y asegurar el acceso pleno de las mujeres a los servicios educativos en todos sus niveles y a las posiciones de decisión pública y privada" (CEPLAN, 2011, p. 48).

## Capítulo II: Causas del problema público

En este capítulo se encontrará el marco teórico de las causas del problema público que brindará una explicación de las mismas y como éstas afectan en la participación política de las mujeres, y las causas del problema que se advierten como el machismo existente en la sociedad de Cajamarca producto de la estructura patriarcal en las relaciones sociales, la autoexclusión de las mujeres, la exclusión de las mujeres por las OP, la cobertura mínima de los medios de comunicación a las candidatas por falta de recursos económicos y el reducido financiamiento público a las candidaturas de las mujeres en sus campañas electorales.

### 2.1 Marco teórico causal

El problema de la subrepresentación de la participación política de mujeres es multicausal; es decir, tiene causas, sociales, políticas, culturales, aptitudinales, económicas, de poca cobertura de los medios de comunicación, entre otras. Es un problema que se inicia con el patriarcado y con la concepción limitante del rol de las mujeres en la sociedad. La participación de las mujeres en los parlamentos y congresos se incrementó a partir de la ola democratizadora en América Latina y gracias a las acciones afirmativas incluidas en los diseños de los sistemas electorales.

#### 2.1.1 Patriarcado

De acuerdo con la ONU, el patriarcado es la forma tradicional de organización social, en donde es más relevante la labor que realizan los hombres o lo masculino en comparación con la labor de las mujeres o lo femenino, consideran que las decisiones relevantes son para los hombres, quienes han sido los propietarios de los bienes, han decidido en donde residir y sobre los hijos e hijas, sin lugar a dudas una organización que genera de por sí una desigualdad entre hombres y mujeres sin considerar sus propios atributos y los aportes que brindan a su familia y comunidad (ONU Mujeres, s/f; MIMP, 2016, p. 6). Para Juana Ruiloba, una de las explicaciones que se usa para advertir la subrepresentación se apoya en el patriarcado. Citando a Castells, señala que el patriarcado “domina toda la organización social, desde el consumo, la cultura o la política”. O citando a Blázquez, Ojeda y Ruiz, para quienes el dominio de la estructura patriarcal, que domina la sociedad, continúa siendo el factor primordial que impide que más mujeres participen en política, en especial, en sus localidades (Ruiloba, 2014, p.56).

Aunado a ello, Karen Poulsen señala que el ejercicio de la ciudadanía guarda relación con el uso del poder, el cual desde la antigüedad clásica fue una atribución exclusivamente masculina (Poulsen, 2018). Como señala Garcia Beaudoux, en esta construcción cultural, lo relacionado con lo femenino es frágil, privado, emocional, espiritual, discreto, pasivo, orientado a la reproducción, a la familia, mientras que, lo masculino está relacionado a la competitividad, fuerza, osadía, a lo racional, aquellos requisitos que se considera están orientados a su participación en la esfera pública (como se citó en Freidenberg, 2018, p. 90).

De la misma manera, Poulsen menciona en su libro *Somos Ciudadanas* (2018), en una de las historias, una de las alumnas de San Marcos, recuerda “[...] como el doctor Bernal, quien se paraba al costado de las chicas y zapateaba y refunfuñaba mientras se quejaba: ‘¡con razón no hay lavanderas, no hay cocineras! ¿Por qué a todas se les ocurre venir acá?’” (Poulsen, 2018, p.167). Esta cita evidencia la presencia de las estructuras patriarcales en la educación. Por otro lado, la vigencia del patriarcalismo está presente en las relaciones humanas de la sociedad, en este caso en la peruana, vigencia que se puede apreciar en el sistema de elección de autoridades en el Perú, específicamente en las elecciones subnacionales. Ello nos permite cuestionar su vigencia y la influencia que ejerce tanto en la conformación de las listas de las OP, como en la emisión de los votos del electorado de nuestro país.

Según datos del Latinobarometro 2004, a la pregunta ¿Está usted muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con la frase “es mejor que la mujer se concentre en el hogar y el hombre en el trabajo?”, en más de 11 países, más del 40% de los encuestados señaló estar muy de acuerdo o acuerdo, mientras que, en 7 países superó el 50% de esas respuestas. Es decir, seguimos frente a la concepción de una sociedad con rasgos patriarcales.

### **2.1.2 Autoexclusión de las mujeres**

La autoexclusión de las mujeres en política tiene como uno de sus sustentos la falta de tiempo y dinero que demanda realizar una campaña electoral que les permita participar en política, debido a que sus distintas actividades, como esposas, madres, hijas, estudiantes, se lo impiden. En resumen, su vida familiar y personal no les permite tener y mantener una carrera política continua y vigente, pues dedican menos tiempo a la política en comparación a los hombres como producto de la distribución patriarcal de los roles. Asimismo, existe la autoexclusión de las propias mujeres, que

muchas veces no participan como candidatas porque no se sienten empoderadas, porque creen que no podrán desempeñarse como autoridades o porque no tienen tiempo para realizar campaña electoral por tener que hacerse cargo de las tareas hogareñas o por no contar con la cantidad necesaria de recursos económicos que demanda una contienda electoral. La mujer declina de participar muchas veces no por falta de voluntad sino por necesidad.

El participar en política es una decisión propia de las mujeres, de elegirse a sí mismas, es lo que se conoce como “techo de cemento”, el primero de todos los techos, pues la decisión parte de las propias mujeres en querer participar en una elección popular y la primera de esas dificultades es elegirse a sí mismas (Freidenberg, 2018. p. 88). Este consiste en aquellas limitaciones, como imágenes, ideas o creencias, que las propias mujeres se imponen en relación con su participación en política y que de alguna manera influyen en sus decisiones, impidiendo su participación con lo cual se tiene menos candidatas. Como señala Magda Hinojosa, de los muchos pretextos que se tiene para justificar la poca participación de las mujeres, dos son los más usados: su falta de preparación, descalificándolas para los cargos y que los electores no quieran votar por ellas, sin embargo, éstos no expresan su poca participación (Como se citó en Hinojosa & Vásquez, 2018, p. 39), peor aun cuando se tienen mujeres calificadas y preparadas para ejercer cargos públicos, el inconveniente estaría en que los electores muchas veces continúan con esquemas estructurales de género que no les permite aceptar a las mujeres como autoridades.

Una de las causas que explican la poca presencia de mujeres como autoridades electas es que, en muchos casos, no se sienten calificadas, capacitadas ni empoderadas para asumir un cargo público. Por otro lado, un estudio<sup>3</sup> precisa que, de la información recopilada respecto a los estudios realizados por las mujeres políticas del Perú, confirmar el problema que enfrentan las mujeres, el de ser relegadas en su derecho a la educación, lo cual es mas visible en el ámbito subnacional, en donde los casos demuestran que, en su gran mayoría, las familias apuestan por la educación de sus hijos y no de sus hijas. (Caminotti et al., 2018, p. 242). Este es el caso de la educación que reciben las mujeres en el Perú.

---

<sup>3</sup> Mujeres peruanas en la política subnacional: trayectoria y perfiles de las consejeras regionales, 2002-2014, realizado por Cueva, Freidenberg y Uchuypoma (2018)

Por ello, la determinación de que, en el futuro, más mujeres se desempeñen como autoridades electas debe complementar lo ya avanzando en materia de leyes electorales. Es importante su aporte y la ayuda a sí mismas y a otras mujeres. Otras autoras señalan que es relevante que más mujeres se encuentren en posiciones de poder en la OP pues su influencia en las decisiones a favor de las mujeres que participan en política es clave y un buen comienzo para todas (Palma y Cerva, 2012).

Entonces, es importante que las mujeres tengan las mismas condiciones y oportunidades que los hombres con respecto al acceso a cargos públicos y que sean las mujeres, ya sea en su papel de militantes o de dirigentes de un partido político, las que lleven a cabo los cambios necesarios para implementar una competencia justa y transparente en el proceso de elección de autoridades.

### **2.1.3 Exclusión de las mujeres**

La exclusión de la mujer como candidata es responsabilidad exclusiva de las OP, pues son estos los vehículos por medio de los cuales se accede a un cargo público. Así lo corrobora IDEA Internacional y el BID cuando mencionan que los partidos políticos son los guardianes, y de ellos depende que más mujeres participen en las decisiones y toma de poder, debido a que son las OP las que postulan, reclutan y seleccionan las candidaturas que participarán en unas elecciones sean nacionales o subnacionales. Será a través de sus directivos o de sus afiliados y afiliadas, los que deciden además de la selección el orden en que serán ubicadas en las listas de candidatos (IDEA, 2010, p. 14). El proceso de selección de candidaturas y la forma de reclutamientos de las y los candidatos son factores relevantes en la representación política de las mujeres, pues las condiciones para hombres y mujeres son distintas, y favorecen a los primeros, lo que permite que existan más candidatos que candidatas.

No existe duda, que el primer paso está en manos de las OP, son la puerta de ingreso a los cargos de elección popular, entonces, tienen que brindar todas las condiciones necesarias para que tantos sus afiliados y afiliadas pueden competir en igualdad de condiciones, pueden realizar acciones afirmativas que fortalezcan la selección de las candidatas, pueden dictar reglas para que las mujeres participen en todas las instancias en donde se tomen decisiones que afectan a todos los miembros de la OP, además, que cuentan con un financiamiento directo para las capacitaciones de las afiliadas a fin de brindarles los conocimientos y estrategias que permitan que sean una opción válida para el electorado y por qué no, brindarles apoyo financiero

para sus campañas electorales e identificar a las mujeres que cuenten con las capacidades y habilidades para que participen en las elecciones, éstas y otras acciones pueden realizar las OP, el cambio está en que sean realmente conscientes de lo que pueden hacer para existan más mujeres en el poder (Hinojosa & Vázquez, 2018, p.61).

En Latinoamérica, los partidos políticos sí cumplen las reglas sobre cuota de género, pero que saben bien cómo sacarle provecho a la Ley con la finalidad de que sean más los hombres los que acceden a cargos de elección popular. Como advierten Hinojosa y Vázquez (2018), las OP cumplen las reglas para continuar en la contienda electoral, pero eso no significa que son pro-género, el querer que más mujeres participen en políticas va más allá de cumplir con la cuota. Así se observa en la comparación que realiza el Observatorio de Reformas Políticas de América Latina<sup>4</sup>, que toma en cuenta las reformas al régimen electoral de género en el poder legislativo nacional al considerar el 1) año (aprobación legislación), 2) tamaño (mínimo, intermedio, paridad), 3) porcentaje de la cuota de género, 4) mandato de posición, y 5) “enforcement” (monitoreo, control y sanciones fuertes por no cumplir la cuota: ausente, débil, fuerte), 6) tipo de “enforcement” (fuerte), 7) alcance (amplio, restringido, ausente) y 8) válvulas de escape (ausente/presente).

Aquí, se puede advertir que la participación de las mujeres en el ámbito nacional en los congresos o parlamentos dio grandes avances en comparación con el ámbito subnacional, a razón del régimen de género aplicable (Observatorio de Reformas Políticas en América Latina 1978-2022). Esta exclusión de las candidatas constituye el denominado “techo de cristal” que para Valcárcel (2008) proviene de una idiosincrasia de los partidos políticos que desde muchos años atrás viene excluyendo a las mujeres de la vida partidaria y que consideran que son los hombres los candidatos idóneos para representarlos ante los electores (como se citó en Llanos y Roza, 2018, p. 70), sin considerar las capacidades y experiencias de las mujeres postulantes, además, son reglas impuestas por los propios hombres dentro de la OP y se constituyen en barreras invisibles que no permiten que las mujeres ocupen cargos de poder dentro de sus propios partidos políticos pese a tener capacidades y experiencias mejores que los hombres.

---

<sup>4</sup> <https://reformaspoliticas.org/regimen-electoral-de-genero/>



En resumen, el patriarcado seguirá vigente en la elección de las candidaturas, en tanto los partidos políticos sigan realizando el reclutamiento y selección de candidatos con criterios tradicionales y no con una visión de democracia paritaria.

#### **2.1.4 Posicionamiento de las mujeres en las listas de candidaturas**

Las OP están cumpliendo con la cuota de género por una obligación legal más que por un compromiso frente a sus electores de que en sus listas existan representantes hombres y mujeres en igual proporción y ambos con las mismas opciones de ser elegidos autoridades. En el periodo de estudio (2010-2018), estaba vigente la cuota de género, el 30% de mujeres u hombres en las listas de candidaturas, sin hacer una referencia a la posición que debían ocupar las mujeres. El mandato de posición permite que las OP coloquen a las mujeres en el tercio inferior de las listas, sin ninguna posibilidad de ser elegidas por tratarse de listas cerradas y bloqueadas. Existen varias investigaciones que han comprobado que el incumplimiento por ejemplo de la cuota de género y la consecuente sanción que es el retiro de la lista de candidatos de la contienda electoral surten efectos en la participación de las mujeres, así los autores señalan que acciones afirmativas como la cuota de género, alternancia en la lista, el distrito electoral o la reserva de estos para las candidatas en efecto están permitiendo que más mujeres sean candidatas aunque sea para evitar la sanción de los tribunales electorales Palma y Cerva (2014).

Por ello, la cuota de género no es suficiente para la participación política de las mujeres. ¿Hacen faltan más cuotas, incentivos a los partidos políticos, y la participación de las mujeres en forma organizada y de la sociedad civil? Llanos y Sample (2008) acotan que la cuota de género como acción afirmativa solo permitió que se incluyan más candidatas en las listas, que es la puerta de ingreso a la vida política de las mujeres, posteriormente, tiene que ser electas por el electorado y luego con ese mandato ejercer sus funciones como autoridad, sin embargo, lo mencionado implica que las mujeres tiene que cruzar esas etapas en las mismas condiciones que los hombres lo cual en la realidad no ocurre debido a que existe varios factores estructurales que impiden una participación igualitaria entre todos los participantes en una contienda electoral, por ello, la cuota de género no es suficiente para obtener la ansiada representación sustantiva de las mujeres en la política.

### **2.1.5 Escaso financiamiento público en las candidaturas de las mujeres**

El poco apoyo que reciben las mujeres en su participación política también se debe a que no tienen los recursos económicos que les permitan costear en todos los aspectos un proceso de elección de autoridades: reclutamiento, selección de candidatura y campaña electoral, entre otros. Además, no cuentan con la luz de los reflectores sobre ellas. Los medios de comunicación no dan mucha atención a las candidatas. Lo contrario sucede con los candidatos, a quienes se les destina más tiempo y cobertura en los medios de comunicación. Es por ello, que para la politóloga Flavia Freidenberg, una estrategia para la participación de las mujeres está relacionado con su autonomía económica, es decir, si cuenta con recursos propios que le permitan afrontar una campaña electoral, o no solo eso, sino que las mujeres puedan acceder a préstamos de entidades financieras exclusivos para sus campañas electorales y a un interés que le permita pagar esa deuda. Recordemos que esa es una de las causas de la baja participación de las mujeres en la política, el contar con el poco apoyo del Estado y de las empresas privadas a diferencia de los varones que cuentan con mayores recursos económicos y con redes amicales que le brindan el tan necesario financiamiento en un proceso electoral (Freidenberg, 2018, p.94).

Ocorre, que las OP no contribuyen al financiamiento de las campañas electorales de las mujeres, de ninguna manera, como sería brindando tiempo en apoyarlas o dinero para su costeo. No existe en el Perú un financiamiento directo para las mujeres durante su participación como candidatas, lo que existe son fondos para sus capacitaciones que son administrados por las OP, que en muchos casos lo usan para otros fines distintos a las referidas capacitaciones, en resumen, las mujeres no cuentan con dinero para financiar sus campañas. El financiamiento político permitirá una capacitación constante y de calidad para la formación partidaria de las mujeres aspirantes a cargos de elección popular y contribuirá con el desarrollo de sus capacidades para desempeñar labores como autoridades a fin de conseguir el bienestar de su comunidad, a la vez que permitirá que su carrera política se fortalezca accediendo a diferentes cargos públicos.

Por otro lado, los medios de comunicación y la cobertura que brindan a las candidaturas, es un factor importante, en una campaña electoral. Estos son actores claves dentro de un proceso electoral, es por ello, que la labor que realizan debería ser imparcial, es decir, otorgar las mismas condiciones y tiempo a las mujeres y hombres,

dejar que sean ellas y ellos quienes se den a conocer, así como a sus propuestas, sin intervenir a favor o en contra de alguno de los dos. (Freidenberg, 2018).

### **2.1.6 La relación entre medios de comunicación y política**

Si comunicación es para Emery, Ault y Agee (1965) “el arte de trasladar información, pensamientos y sentimientos entre las personas mediante un repertorio de signos compartidos entre emisor y receptor” (Matute et al., 2011, p. 15). En comunicación política en una campaña electoral es importante la relación que existe entre el candidato y el elector, para este su percepción es la realidad, por ejemplo, en el caso de estudio, la percepción que se tiene de las candidatas es que no cuentan con mayores recursos en comparación a los candidatos. Por ello, el programa “Hablan las candidatas” tiene que ser percibido como una manera de equilibrar las condiciones entre los candidatos y las candidatas. Es por ello, que el formato del programa será de entrevista, pues se pretende dar a conocer las propuestas y la imagen de la candidata, escucharla, conocerla, puede ser en su casa, oficina o el lugar que ella prefiere o con el cual se identifique, en este caso, la comunicación no verbal, contribuirá a una percepción de la candidata. El rol del candidato, sus cualidades, sus convicciones, su credibilidad, su historia personal, su capacidad de comunicarse y crear empatía. Lo que se pretende es que el elector perciba a las candidatas como una opción al momento de emitir su voto

La ciudadanía se informa de política o de la política a través de los medios de comunicación, el que las mujeres tengan baja cobertura de estos durante la campaña electoral, es muy probable que no tenga menos posibilidades de darse a conocer, así como a sus propuestas, se invisibilizan. El canal JNETV, es un medio de comunicación, pues encierra las características de tener un emisor, receptor y mensajes, estos últimos guardan relación con las elecciones en curso, con las funciones que realiza el JNE o los organismos del sistema electoral o toda información relacionada con el quehacer político electoral del país. Entonces, al ser un medio de comunicación, su acceso gratuito a las candidatas a través del programa “Hablan las candidatas” se enmarca en el denominado financiamiento público indirecto, que pretende una participación en igual de condiciones entre los candidatos y candidatas, en periodo electoral, es decir durante el desarrollo del proceso electoral subnacional de elecciones regionales y municipales.

La comunicación política, es la comunicación relacionada con la política o lo político, son sus elementos el emisor, receptor y mensajes. La participación política, dentro de un proceso electoral, implica la realización de una campaña electoral, a través de la cual los candidatos y las candidatas pretenden conseguir el voto de los electores. Asimismo, se tiene el carácter político-electoral que tiene la comunicación política “en la cual el propósito era lograr que la población apoyara a un determinado candidato en las elecciones” (Del Valle, 2009, p. 38). En consecuencia, son los medios de comunicación los que permiten que los electores conozcan a los candidatos y sus propuestas, por algo, se dice que son también actores electores y sociales, su participación en los procesos electorales es relevante en cuanto a las campañas electorales, así lo define, Puddephatt cuando señala que “Este doble papel de los medios de comunicación (como plataformas de comunicación y como actores sociales) siempre ha complicado el debate relativo a su regulación” (Puddephatt, 2019, p. 12) o cuando menciona que “son un factor clave en las elecciones democráticas y que los países democráticos buscan regular su actuación a fin de que sean imparciales y equitativos en el curso de una contienda electoral”.

Los medios de comunicación de masas o masivos, como la radio y televisión, permiten conocer el potencial de la comunicación política, es así como tenemos las siguientes teorías o enfoques:

- a) Teoría de la aguja hipodérmica o de la bala de plata o de la bala mágica que sostenía que la comunicación política a través de los medios de comunicación, radio y cine tenía un poder ilimitado, en palabras de Crespo y Moreno, “ya que se creía que podía influir sobre un gran número de personas de manera directa y uniforme “disparándoles” o “inyectándoles” mensajes específicamente diseñados para generar una determinada respuesta. Por tanto, se suponía a la comunicación política un efecto directo, inmediato y poderoso sobre sus audiencias”. (Crespo, I. & Moreno, 2015, p.79).
- b) Teoría de los efectos mínimos o de las consecuencias mínimas, en donde los medios de comunicación de masas, ya no tenían el poder ilimitado de la aguja hipodérmica, sino, que sus efectos eran mínimos, pues dependía de muchos factores, como el contexto social, cultural y económico, así señalan los autores cuando dicen que esta teoría “[...] permitió que los investigadores afirmaran que el poder de los medios para cambiar las actitudes de las personas sería mínimo y que, a lo sumo, se limitarían a reforzar las ya existentes” (D'Adamo et al., 2000, pp. 57-58)

- c) Enfoque de importancia mediática, con la llegada de la televisión, el contexto político cambio, pues sus características atraían a la audiencia, y estas tenían que estar presentes en los mensajes políticos, “No es suficiente con ser un líder, sino que hay que difundir que uno lo es, a los fines de persuadir a más cantidad de ciudadanos y aumentar la espiral de liderazgo. Los medios de comunicación en general, y la televisión en particular, han reemplazado la lógica de la política por la lógica de los medios, de la cual la sociedad del espectáculo y de la vídeopolítica son sus más fieles exponentes.” (Crespo, I. & Moreno, 2015, p.91).
- d) Agenda setting, aquella que determina los temas centrales o principales en el debate público, consistía en la “jerarquía de importancia concedida a los diferentes asuntos”, es decir, establecer la prioridad de los temas en la agenda. (Crespo, I. & Moreno, 2015, p.96).
- e) Priming o preparación del juicio, se trata de la prioridad que brindan los medios de comunicación en todo momento sobre los personajes públicos y que influyen en los ciudadanos, pues al valorar a este, lo primero que señala es lo último que escucho de ese personaje a través de los medios de comunicación con lo cual se establecen las pautas para la evaluación o preparación del juicio.
- f) Framing o enmarcación del juicio, trata en que los temas serán de acuerdo a como los medios de comunicación los enmarcan o presentan, teniendo varias opciones de presentarlos, en este caso, la forma de presentarlos influye en la interpretación que los ciudadanos le darán.
- g) Teoría de la espiral del silencio, producto de la popularidad de la televisión, para la autora de la teoría, Elizabeth Noëlle-Neumann, los ciudadanos pueden percibir que opinan los demás respecto a un tema y cuanta importancia le dan, con ello, el ciudadano puede saber si su propia opinión encaja en la mayoría o no, y si es o no censurable, entonces, ese miedo a pensar diferente a la mayoría y a ser aislado, interfiere a que su opinión cambie o “a no expresar su opinión, es decir, al silencio” (Crespo, I. & Moreno, 2015, p.99).

Los enfoques y teorías descritas, permiten conocer que desde un inicio los medios de comunicación de una u otra manera ejercen influencia en los electores, a veces positiva o negativa de un candidato o propuestas, los mismos que dentro de sus campañas electorales tienen que considerar a los medios de comunicación, en el Perú, sigue siendo la radio y televisión los más sintonizados y los que en un proceso electoral se convierten en actores electorales importantes, y en agentes de la construcción social de la realidad.

Según el INEI, la televisión es el medio de comunicación más sintonizados por los peruanos, con un 87% (Encuesta Nacional de Programas Estratégicos, 2014-2015, INEI), pues no solo transmite la franja electoral administrada por la ONPE sino que es una vitrina para los candidatos, no solo a través de las noticias sino también de los programas de entretenimiento, en palabras de Crespo, “Dada la penetración social de la televisión, este medio ofrece una oportunidad inestimable de propaganda para los partidos, ya que, además de los espacios reservados a la publicidad política, las noticias sobre política constituyen la posibilidad de llegar a millones de electores de manera gratuita y frecuente”. (Crespo & Moreno, 2015, p. 92).

La importancia de la televisión radica en que permite visibilizar a las candidatas, así como, a sus propuestas. Es necesario señalar, como una buena práctica, lo realizado por las mujeres, en El Salvador, del partido político Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) en 1997, cuando solicitaron fondos a las empresas con la finalidad de visibilizar a las candidatas y sin que aquellas sean beneficiadas en caso las candidatas sean electas. La buena práctica mencionada, tuvo entre sus objetivos la creación de un espacio o plataforma para que los electores conozcan a las candidatas y ese “conocer”, en otras palabras, sea una exposición que las visibilice en el marco de una campaña electoral (Llanos y Sample, 2008, pp. 44-45). Esos dos objetivos son los mismos a los cuales apunta esta investigación pues es relevante que se conozcan a las candidatas y a sus propuestas. En el caso mencionado, con el dinero recolectado, en ese momento, se publicó la revista Poder Femenino, que permitió la visibilización de las candidatas, además, de afiches y la publicación de una plataforma programática y anuncios en radio y televisión.

(IDEA, 2012, p. 8). Para que exista una competencia en igual de condiciones y oportunidades debe existir una cobertura equitativa en los medios de comunicación. Estos son la vitrina perfecta para la captación de votos en campañas electorales, y aplican las diferentes teorías y enfoques mencionados, la Agenda setting, Priming o preparación del juicio, Framing o enmarcación del juicio o Teoría de la espiral del silencio, las mismas que deben permitir una contienda transparente y justa aunado a ello, los medios de comunicación son la principal fuente de información política. De acuerdo, a los datos del Latinobarómetro a 2009, el 84% de las personas entrevistadas se informaban de estos temas por la televisión, el 55% por la radio y el 37% por los diarios.

Por otro lado, Acevedo detalla en un cuadro como una de las candidatas al cargo de la presidencia del Perú en 2016, tuvo una cobertura de 14 minutos, frente a otra candidata al mismo cargo, que tuvo una cobertura de 6 minutos con 41 segundos, la primera paso a la segunda vuelta, o cuando detalla el impacto que tuvo la emisión de cinco editoriales contrarias a la última candidata en días previos a la primera vuelta por uno de los periódicos más influyentes del Perú, concluyendo “La intensa campaña en redes digitales y en diversos medios de comunicación habría dado resultado, en la medida que el crecimiento de Mendoza se frenó y revirtió faltando un día para la primera votación [...]” (Acevedo, 2019, p. 113-115).

En el caso descrito, se puede evidenciar el rol relevante de los medios de comunicación en las campañas electorales, las cuales tienen como protagonistas a los candidatos y las candidatas y también a los electores y las electoras. Estos últimos actores electorales tienen el derecho de conocer las candidaturas que postulan a fin de que con pleno conocimiento decidan cuál es su mejor elección, es así, que el JNE a través del programa “Voto informado” busca que la ciudadanía se informe sobre las candidaturas, como lo cita Karina Cáceres cuando señala de otros autores “[...] Y al mismo tiempo, los electores deben tener la posibilidad de informarse adecuadamente acerca de las opciones electorales y de sus propuestas, como una base mínima para una “elección informada” [...]” (Cáceres, 2019, p. 7). De modo que, la historia personal de las candidatas se debe visibilizar, dar a conocer, a través de los medios de comunicación, que es lo que pretende esta investigación.

## **2.2 Análisis causal**

### **Causa 1: El machismo existente en la sociedad de Cajamarca producto de la estructura patriarcal en las relaciones sociales**

De acuerdo con la ENARES 2019, dirigida a mujeres de 18 y más años, las mujeres señalaron que, alguna vez en su vida, sufrieron violencia psicológica o física o sexual en un porcentaje de 72.7 % (2013), 68.2% (2015) y 67.6% (2019). Asimismo, indicaron que esta fue infligida por sus esposos o compañeros en un 82.6% (2013), 77.5% (2015) y 79.6% (2019) de casos. Del mismo modo, en el caso de la violencia económica, a un 52% se le prohibió trabajar y a un 70% se le negó la entrega de dinero para el cuidado del hogar. Como se puede observar, la violencia que sufren las mujeres es una constante en nuestro país.

El dominio de los hombres en la sociedad como reflejo de la estructura patriarcal en todos los ámbitos de la vida (familiar, político, laboral y social) no permite que las mujeres estén presentes en la toma de decisiones de esos ámbitos, como les correspondería al ser parte de una familia, organización política, empresa, institución pública, colegio profesional, asociación civil, entre otros. Cajamarca no es ajena a ello, las entrevistadas y los entrevistados señalaron como una de las causas de la subrepresentación de las mujeres es el machismo existente en los ámbitos descritos, el tema del machismo es un problema a nivel mundial. En el Perú, ENARES 2019 arrojó los siguientes datos que muestran que las mujeres siguen cumpliendo roles de acuerdo con estereotipos de género. Con respecto a la pregunta acerca de si la mujer debe cumplir, primero, con su rol de madre y esposa y, después, con sus sueños, se obtuvo que un 52.7% estaba de acuerdo. Como podemos ver, esta pregunta no le fue formulada a los hombres.

Una de las entrevistadas señaló que Cajamarca se puede dividir en norte, centro y sur, las provincias ubicadas al norte limitan con Amazonas y Lambayeque (como son San Ignacio y Jaén). En esta región, la población no se preocupa acerca de si es mujer o hombre quien postula al cargo de autoridad, ya que lo que más les interesa son sus propuestas. En cambio, en el centro y sur de Cajamarca, todavía persiste el machismo y es complicado hablar de un empoderamiento de las mujeres. Cuenta una de las entrevistadas que los ciudadanos justificaban su voto machista por medio de frases como la siguiente: “pero nos va a gobernar una mujer...”. El fuerte machismo en Cajamarca no permite que las mujeres tengan una independencia económica y financiera, en especial en el centro y sur. En el norte, hay mujeres empresarias dedicadas al cultivo del café y la cultura está influenciada por la cultura proveniente de la costa. Al contar con independencia económica, estas mujeres pueden financiar sus campañas electorales y no depender del esposo o compañero.

El sistema de dominación que opera en la sociedad es el sistema patriarcal, basado en la hegemonía de las decisiones del hombre, poder económico, poder de decisión acerca de los hijos, etc. La hegemonía masculina es el resultado de que las mujeres no participen en política. Recordemos que el ámbito de acción social se divide en dos espacios: el público y el privado. El primero está destinado a los hombres y abarca las actividades de producción, por lo que es más valorado, mientras que el segundo abarca las actividades reproductivas y familiares, por lo que es considerado como no tan importante. Por otro lado, en Cajamarca vive mucha gente en zonas rurales. El Censo Nacional de Poblaciones y Vivienda en los años 2007 y 2017 arrojó



que el analfabetismo entre las mujeres era hasta tres veces mayor que entre los hombres. En el 2017, en el ámbito rural, las mujeres analfabetas eran el 32.3%, mientras que los hombres, el 10.0%. En ese mismo año, en el ámbito urbano, la proporción era del 9.6% y del 3% respectivamente. Y es que, en muchos casos, los hombres, como jefes del hogar, optan por enviar a estudiar a sus hijos antes que a sus hijas.

Otra de las entrevistadas señala que el sistema patriarcal es un problema estructural y que está conectado con fenómenos en específico que tienen lugar en Cajamarca, con el alto índice de violencia psicológica y sexual contra las mujeres, y con el alto índice de analfabetismo. Esto influye en la participación de las mujeres en distintos espacios, pues se han establecido los roles de género en especial en las zonas rurales, en donde existe inequidad de ingresos y una sobrecarga de labores del hogar en el caso de las mujeres. Hay que precisar que la participación de las mujeres en el ámbito rural y urbano es diferente debido a sus distintos contextos y a las condiciones ya mencionadas.

Las mujeres no tienen autonomía en las decisiones, por lo que es necesario que empiecen a tenerla en su territorio: pueden ser presidentas de la APAFA, de las rondas, de la Junta Administradora de Servicios de Saneamiento, entre otras organizaciones. Algunas que sí tienen autonomía siguen extrapolando sus atributos privados a estos espacios públicos. Entonces, estas condiciones o factores que afectan a las mujeres, como la dependencia económica, el analfabetismo, la violencia, el rol de cuidadoras, que son producto del sistema patriarcal, no les permiten participar en política ni les permiten reconocer a otras mujeres como igual de capaces que los hombres para ser autoridades en sus comunidades.

## **Causa 2: La autoexclusión de las mujeres**

Una de las causas de la subrepresentación de las candidaturas de las mujeres es la autoexclusión; es decir, por decisión propia, las mujeres no participan en política, ya sea porque no quieren o porque no pueden. En los resultados del Latinobarómetro del 2020, frente a la pregunta ¿cuán interesado está usted en política? La respuesta “algo interesado” arrojó, entre las mujeres, un 19.7%, mientras que, entre los hombres, un 24%; y “poco interesado” un 32% entre los hombres y 34.2% entre las mujeres. Como se puede apreciar, tanto el interés en la política como su desinterés es casi igual entre hombres y mujeres.

De las entrevistas realizadas, se puede observar que las mujeres sí quieren participar en política. Sin embargo, no se animan o no pueden por razones de índole económico, ya que dependen de la decisión del compañero, quien maneja la economía del hogar; por temor a sufrir violencia; y por la preocupación de descuidar a sus hijos o familia. Así, uno de los obstáculos más relevantes es que son las mujeres quienes se encargan de los cuidados de la vida, es decir, cuidan a los niños, adultos mayores o personas con discapacidad, lo cual es difícil de conciliar con una campaña electoral, por ejemplo, en donde falta tiempo y dinero (IDEA Internacional 2005b y 2008).

Una entrevistada señala que, más que una autoexclusión, estamos frente a una exclusión estructural. No es un tema aislado que una mujer no quiera participar en política, sino que es producto de cómo funciona esa estructura en donde las mujeres tienen menos tiempo y espacios para desempeñarse en política. Esta exclusión se entrecruza con barreras, como las limitadas condiciones, herramientas, privilegios y oportunidades con que cuentan algunas mujeres. También, indican que el espacio de la política se encuentra masculinizado y es poco amigable para las mujeres, por lo que, éstas buscan ubicarse en espacios a los que los hombres no acceden usualmente, debido a que no quieren realizar las labores propias de dichos espacios.

En Cajamarca, se acentúan más los roles de género, ya que, en el ámbito subnacional, considerando los 114 distritos que tiene Cajamarca y que, en su gran mayoría, están ubicados en zonas rurales, el rol de las mujeres consiste en dedicarse a los cuidados de la vida familiar, lo que equivale a limpiar, cocinar, lavar, entre otros. En resumen, atender a los demás, lo que les deja poco tiempo o espacio para sus aspiraciones e intereses personales. Esta subrepresentación a nivel subnacional no es tan visible como lo es en el ámbito nacional. No se cuenta con políticas públicas regionales o municipales a favor de las mujeres que les permitan vencer las barreras mencionadas.

Entonces, estamos frente a una falta de condiciones que las mujeres no cuentan para participar en política más que a una autoexclusión pues como se observa el desinterés o interés en política es similar entre hombres y mujeres. O se puede tratar de una autoexclusión involuntaria de las mujeres, pues las condiciones a las que se enfrentan, como la violencia en campaña, entre otras, no les permiten participar en la toma de decisiones de sus comunidades. Por otro lado, además de esta falta de condiciones, no se respetan las diferencias que existen entre las propias

mujeres, como son su procedencia, si tienen alguna discapacidad, su orientación sexual, su religión, su raza, etc.

### **Causa 3: Exclusión de las mujeres en las listas de candidatos por las organizaciones políticas**

Otra de las causas es la exclusión de mujeres por parte de las OP, que son la puerta de entrada para participar en política. Recordemos que, en el Perú, no existen las candidaturas independientes. Todas las candidaturas deben ser presentadas por las OP, ya sea partidos políticos o movimientos regionales.

La data nos muestra que, en las elecciones municipales distritales del 2010-2018, participaron en mayor cantidad los partidos políticos y movimientos regionales con un alcance nacional y regional respectivamente. También nos arroja que las OP cumplieron con la cuota de género en las elecciones en las que participaron. Se debe tener en cuenta que su incumplimiento acarrea la improcedencia de la lista y su no participación en la contienda electoral. Esta exclusión no se concreta al no presentar candidatas a alcaldesas. En las figuras 5, 6 y 7 se puede observar que, en los años 2010, 2014 y 2018, el 2.22%, 3.44% y 4.55% respectivamente eran mujeres, un porcentaje mínimo en comparación con los hombres y la cantidad de población de mujeres que existe en Cajamarca, que es mayor al 50% del total de la población.

Resulta evidente que las OP cumplían con la cuota de género y, como lo menciona una de las entrevistadas que, en su oportunidad, fue dos veces candidata en una elección municipal distrital, solo buscaban una mujer para cumplir tanto con la cuota de género como con la cuota joven. Es decir, solo colocan mujeres en la lista de candidatos para cumplir con la Ley. Del mismo modo, señaló que, durante sus años en política (aproximadamente 14 años), observó que las mujeres han servido para rellenar y cumplir con la cuota obligatoria y que no existía otro espacio de participación para ellas.

Los partidos políticos incluyen a las mujeres por obligación y por temor a ser sancionados por incumplir la ley, pero no porque las consideren necesarias. Ahora bien, no las colocan como cabezas de lista, porque no existe una obligación legal: las colocan al final de las listas, porque saben que, en esas posiciones, no van a ser electas ni formar parte de los concejos municipales distritales. En Cajamarca, las listas de candidaturas distritales tienen de 5 a 7 regidurías y, de acuerdo con la cuota de

género (un mínimo del 30% de hombres o mujeres), el mínimo de mujeres que participan en las listas es de 2 candidatas. Una lista se puede dividir en tres partes: tercio superior, tercio medio y tercio inferior (cada tercio con 2.33 de candidaturas). Y esas dos candidatas casi siempre están en el tercio inferior. De la revisión de la data abierta obtenida del Observatorio InfoGob del JNE, se encontró que las OP posicionan las candidaturas de las mujeres en el tercio inferior, en donde las probabilidades de ser autoridades electas son nulas.

Este actuar de las OP con respecto al posicionamiento de las mujeres en la lista de candidatos se debe a una cultura partidaria masculinizada. Éstas sí cuentan con un porcentaje de afiliadas al igual que de afiliados, por lo que se puede afirmar que sí incluyen a mujeres como afiliadas y militantes. No obstante, lo que no se dice es que las labores o funciones que realizan las mujeres dentro de las OP van acordes con los roles estereotipados de género (atención en las comisiones de la mujer y de la familia, contribución con la limpieza del local, etc.). Por este motivo, no contamos con presidentas o fundadoras de partidos políticos o movimientos regionales. En el Perú, en su mayoría por hombres mayores de edad.

Otra de las entrevistadas, señaló que las funciones que tienen las mujeres en las OP son servir el café, limpiar el local, entre otros. Del mismo modo, cuando exponen ante las asambleas, tienen menos tiempo asignado que los hombres o estos tienden a infantilizarlas usando términos como “compañerita” o “mamacita”, mientras que, entre ellos, se tratan de “señores” o “compañeros”. Es evidente que para ellos las mujeres no son necesarias o que no tienen nada que aportar.

Las mujeres, al ingresar al ámbito público no se liberan de los roles que se les adjudican, sobre todo el rol de cuidadoras. Poco les importan a las OP que las mujeres tengan mejores perfiles laborales que los hombres, como señaló una entrevistada. Existe un pacto tácito de ayuda mutua entre los hombres. Por eso, observamos que los hombres siguen siendo los directivos y toman las decisiones más importantes, como decidir la posición de los candidatos en las listas. Las OP no colocan a las mujeres como cabezas de listas debido a los estereotipos ni las identifican como líderes por más que tengan mejores perfiles que los hombres. El sistema político es patriarcal en lo que respecta a la construcción del partido, en donde queda evidenciada la escasa democratización en la elección de las mujeres.

Ahora bien, ¿cómo llegan las mujeres a formar parte de las listas? Las candidatas entrevistadas señalaron que fueron invitadas por algún candidato o que las colocaron para cumplir con la cuota de género. No mencionaron que habían sido elegidas por sus coafiliados. En algún caso, se mencionó que las otras candidatas eran invitadas por ser la esposa de uno de los candidatos, por ser una mujer reconocida en la comunidad y, en otros casos, estaban en las listas sin su consentimiento producto de su desconocimiento del espacio político. Además, muchas de ellas, al no ser la candidata a alcaldesa sino la candidata a un cargo de concejo (regidurías), no mostraban interés en asistir a las reuniones o campañas electorales, ya que sabían que una campaña electoral la realiza el que encabeza la lista.

Finalmente, la posición que ocupen las mujeres en las listas de candidatos depende exclusivamente de los directivos o la cúpula de las OP y está probado que se les coloca al final de la lista para poder cumplir con la cuota de género. En esas posiciones, no serán elegidas autoridades, lo que no permite que los electores puedan acceder a mujeres que sean candidatas a alcaldesas. Está pendiente de que las OP empiecen a construir las relaciones partidarias entre hombres y mujeres. Es relevante que, en épocas no electorales, se permita que las mujeres asuman funciones de acuerdo con su perfil y competencias, como aquellas, por ejemplo, que son lideresas de un grupo social.

**Tabla 16**

*Candidatas en las elecciones subnacionales 2010, 2014 y 2018 en Cajamarca.  
Elecciones Regionales*

CANDIDATURAS												
Año de Elección	Formula regional								Consejeros regionales			
	Gobernatura				Vicegobernatura							
	Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres	
2010	9	90.00%	1	10.00%	10	90.91%	1	9.09%	183	58.65%	129	41.35%
2014	7	87.50%	1	12.50%	8	100.00%	0	100.00%	164	64.06%	92	35.94%
2018	7	87.50%	1	12.50%	7	87.50%	1	12.50%	172	56.58%	132	43.42%
	23		3		25		2		519		353	

Fuente: InfoGob JNE. Elaboración propia.

**Tabla 17**

*Candidatas en las elecciones subnacionales 2010, 2014 y 2018 en Cajamarca.  
Elecciones Municipales Provinciales y Distritales*

Alcaldías provinciales		Regidurías provinciales				Alcaldesas distritales				Regidoras distritales					
		Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres			
111	97.37%	3	3%	626	58.95%	436	41.05%	749	97.78%	17	2.22%	2242	58.57%	1586	41.43%
118	99.16%	1	0.84%	684	59.12%	473	40.88%	674	96.56%	24	3.44%	2073	58.36%	1479	41.64%
100	96.15%	4	3.85%	624	60.94%	400	39.06%	650	95.45%	31	4.55%	2004	58.17%	1441	41.83%
329		8		1934		1309		2073		72		6319		4506	

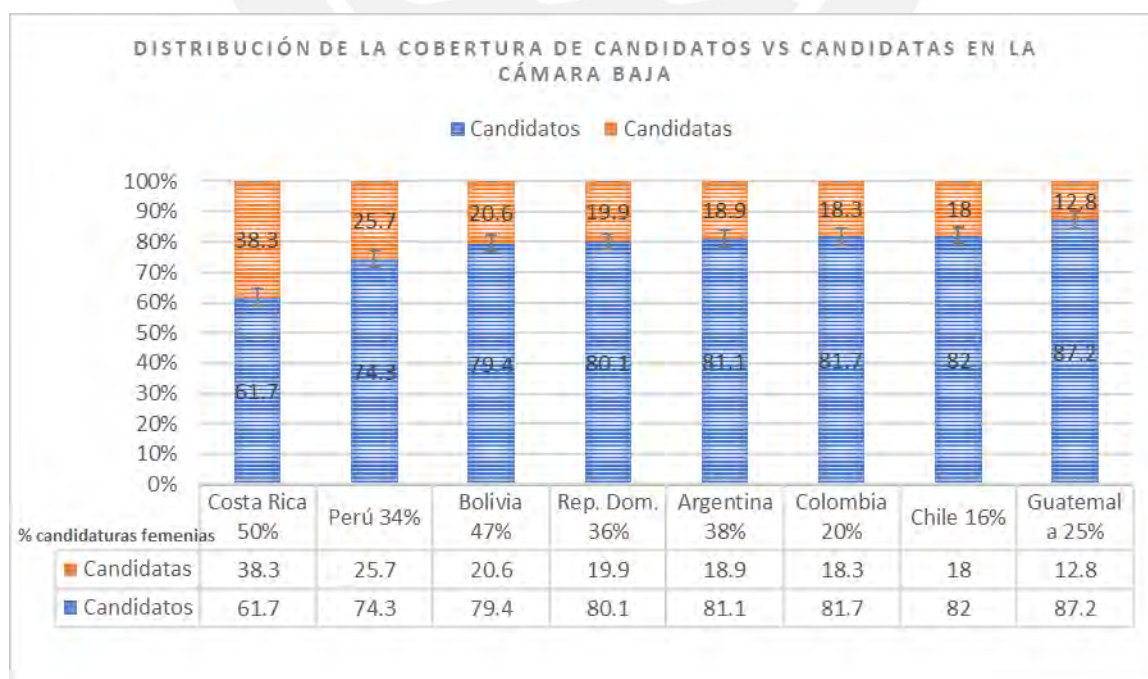
Fuente: InfoGob JNE. Elaboración propia.

#### **Causa 4: Cobertura mínima de los medios de comunicación a las candidatas debido a que no cuentan con recursos económicos**

En un estudio de Idea Internacional, se obtuvo como resultado que los candidatos hombres tuvieron mayor cobertura que los candidatos mujeres. En el Perú, el 74.3 % de la cobertura fue para los hombres, mientras que solo el 25.7%, para las mujeres.

**Figura 14**

*Distribución de la cobertura de candidatos vs candidatas Nota. Fuente: Elaboración propia. Idea Internacional*



Fuente: IDEA INTERNACIONAL. Elaboración propia.

La búsqueda de información se realizó el día 18 de mayo de 2022. El procedimiento realizado fue la verificación de la información en el diario *Panorama Cajamarquino* de la región de Cajamarca del mes de junio al mes de octubre del 2010, ejemplares que se encuentran en la Sala Hemerográfica de la Biblioteca Nacional del Perú. Se complementó la información recopilada con material de apoyo, como digitalizaciones de artículos e imágenes en portadas y dentro de secciones del diario *Panorama Cajamarquino*. La finalidad de dicha búsqueda es evidenciar la mínima cobertura que se brinda a las candidaturas de las mujeres en la región Cajamarca.

### Tabla 18

*Partidos Políticos que se listan a principios de junio 2010 en el periódico Panorama Cajamarquino*

N Organización política
1 Acción Popular
2 Sí Cumple
3 Alianza para el Progreso
4 Cambio Radical
5 Despertar Nacional
6 Fonavistas del Perú
7 Fuerza Nacional
8 Fuerza 2011
9 Movimiento Nueva Izquierda
10 Nueva Mayoría
11 Participación Popular
12 Partido Aprista Peruano

Fuente: Elaboración propia. Revisión de diarios en la Sala Hemerográfica de la Biblioteca Nacional del Perú

### Tabla 19

*Frecuencia de Candidatos mencionados en el Diario Panorama Cajamarquino durante los meses de junio a octubre 2010 por género*

Número de Hombres	Número de Mujeres
98	12

Fuente: Elaboración propia. Revisión de diarios en la Sala Hemerográfica de la Biblioteca Nacional del Perú

**Tabla 20**

*Candidatos mencionados por los medios de comunicación en Cajamarca*

<b>Nombre</b>	<b>Partido</b>	<b>Número de veces mencionado</b>
Leomar Alaba Hoyos	Fuerza Regional	2
Luis Guerrero Figueroa	Frente Independiente Regional	58
Gregorio Santos	MAS	20
Wilson Cabrera	Cajamarca Siempre Verde	4
Cabanillas Barrantes	Partido Aprista Peruano	6
	Acción Popular	1
Felipe Pita Serpa	Partido el Agro a la Región	3
	Unión Por El Perú	1
	Alianza para el Progreso	1
	Restauración Nacional	1
Nicanor Alvarado	Tierra y Libertad	1
<b>Total</b>		<b>98</b>

Fuente: Elaboración propia. Revisión de diarios en la Sala Hemerográfica de la Biblioteca Nacional del Perú

**Tabla 21**

*Candidatas mencionadas por los medios de comunicación en Cajamarca*

<b>Nombre</b>	<b>Partido</b>	<b>Número de veces mencionada</b>
Beltina Gonzales	Fuerza Social	10
Paquita Izquierdo	Restauración Nacional	1
Sonia Pereyra		1
<b>Total</b>		<b>12</b>

Fuente: Elaboración propia. Revisión de diarios en la Sala Hemerográfica de la Biblioteca Nacional del Perú



De lo mencionado en el cuadro, hay que destacar que, en el caso de la candidata Beltina Gonzales, su esposo<sup>5</sup> en ese momento era el presidente de la región de Cajamarca, cargo al que ella también aspiraba. Este hecho da cuenta de un fenómeno interesante: los candidatos hombres usan a sus parejas como alfiles cuando no pueden volver a postular. Al revisar el rango de periódicos mencionado, se puede apreciar que algunos candidatos a la alcaldía de Cajamarca incluyen, en su plancha de regidores, a mujeres. En algunos casos, llevan en su lista incluso a sus actuales secretarías. La extensión de las entrevistas que se realizan a las candidatas suele ser de media página y dentro de la sección política del diario (sección B), mientras que la cobertura de los candidatos suele ser en una página completa, con una imagen que aparece en la misma portada y con información en la contraportada que continúa en la sección de política del diario. El mes anterior al día de las elecciones, se les dio cobertura a los candidatos que iban primeros en las encuestas, todos ellos hombres.

Se puede afirmar que la mínima cobertura que los medios de comunicación brindan a las candidaturas de las mujeres desalienta su participación. También reduce su exposición, es decir, la oportunidad de acumular capital político. Por otro lado, una de las entrevistadas comentó que en el norte de Cajamarca el interés por conocer las propuestas ya sea de un hombre o una mujer era notoria. Los medios de comunicación tenían apertura para todos, mientras que, en el centro y sur, si no se contribuía económicamente, no se realizaban entrevistas. El mismo trato de la población se reflejó en los medios de comunicación.

Los medios de comunicación invitan más veces a los candidatos hombres a participar en sus programas. Los hombres asisten más a las entrevistas, pues son ellos quienes encabezan las listas. Para los medios de comunicación, son más atractivos los candidatos que encabezan las listas, quienes, en su mayoría, son hombres y tienen más tiempo y menos responsabilidades. En este sentido, no han sido amigables con las candidaturas de las mujeres, a quienes no visibilizan. De este modo, refuerzan los estereotipos de género y promueven la hegemonía del hombre por encima de las mujeres. Hace falta una concientización en los medios para que adopten un enfoque de género. Así mismo, los medios de comunicación no han formulado preguntas sobre la violencia en contra las mujeres ni tampoco los candidatos la han mencionado, lo que refuerza la vigencia de los estereotipos de género en Cajamarca.

---

<sup>5</sup> Jesús Coronel Salurrosas, presidente regional de Cajamarca al 2010.

### **Causa 5: Reducido financiamiento público a las candidaturas de las mujeres en sus campañas electorales**

Para llevar a cabo una campaña, se necesita recursos económicos. En Cajamarca, si no hay una campaña millonaria, no se puede ganar una elección, por lo que la inversión en las campañas es alta. Las OP no suelen financiar las campañas de sus candidatos, motivo por el que cada uno de ellos debe hacerlo empleando sus propios recursos. No existen licencias en el caso de las mujeres que quieren participar en una campaña electoral y que no tienen recursos por ser amas de casa, a quienes nadie les retribuye económicamente su trabajo dentro del hogar. Por todo lo dicho, las OP buscan hombres, ya que ellos sí pueden financiar sus campañas.

Como vemos, sin independencia económica y financiera, las mujeres en buena parte de Cajamarca no pueden empoderarse ni participar en política, como sí ocurre en el norte de la región, un logro obtenido por las mismas mujeres a través de sus asociaciones. Con lo que ocurre en el norte de Cajamarca queda demostrado que, cuando las mujeres cuentan con independencia en este ámbito, despierta en ellas la idea y las ganas de querer contribuir con su sociedad por medio de la participación en política. El IPE, desde el año 2012 presenta el índice de Competitividad Regional (INCORE) en donde muestran los factores y condiciones que inciden en el desarrollo económico de las regiones del Perú. Siendo uno de sus indicadores, la brecha salarial existente entre mujeres y hombres. A continuación, se evidencia dicha brecha en la región de estudio: Cajamarca.

**Tabla 22**

*Porcentaje de los ingresos laborales masculinos que exceden los femeninos*

Año	Puesto (de 24)	Puntaje (de 0 a 10)	
	Indicador: Brecha de género en ingresos laborales		
2012	7	7.60	
2014	18	3.52	
	Puesto (de 24)	Valor	
2015	14	37.5 %	Subió
2016	18	36.9%	Bajo
2017	22	43.0%	Bajo
	Puesto (de 25)	Valor	
2018	21	39%	Subió

2019	22	37.8	Bajo
2020	22	38.1%	igual
2021	23	33.6%	bajo
2022	22	37.7%	Subió

Fuente: Elaboración propia. Revisión del INCORE del IPE

Como se puede observar del INCORE del 2012, 2014 y 2015 al 2022, en la región Cajamarca la brecha de género en ingresos laborales masculinos excede a los femeninos, es decir, los hombres perciben más de la tercera de sus ingresos frente a los ingresos de las mujeres. Este dato constante nos permite afirmar que los hombres reciben mayores ingresos laborales que las mujeres, lo que les permitiría realizar gastos frente a una campaña electoral. En general, las mujeres no compiten en igualdad de condiciones con los hombres. La diferencia en el presupuesto de cada parte se basa en una inequidad de tipo estructural: la brecha salarial existente entre hombres y mujeres. Así mismo, las mujeres no están acostumbradas al espacio público y tienen menos títulos de propiedad. Si bien hay excepciones, lo común es que las mujeres tengan menos dinero para financiar sus campañas. Muchas de ellas, incluso, realizan doble jornada de trabajo en el partido y no reciben dinero por ello.

Del mismo modo, vemos que los medios de comunicación les dan una mayor cobertura a los hombres que a las mujeres, a quienes invitan en menor cantidad de oportunidades a presentar sus ideas. Existe lo que se puede denominar “la brecha del acoso político”: los medios constituyen un espacio que los hombres reclaman como suyo por derecho propio, por lo que cuestionan la presencia en él de las mujeres. A su vez, los medios opinan únicamente acerca del aspecto físico de las mujeres o les hacen preguntas sobre su maternidad, mientras que, a los hombres, acerca de cuáles son sus propuestas. Como vemos, el trato de los medios es diferenciado.

El financiamiento público está destinado a las OP y no a las candidaturas, lo que permite que no llegue a las candidatas para que puedan financiar sus campañas electorales. Por otro lado, la franja electoral (propaganda electoral en radio y televisión gratuita) es para la OP, y son éstas que deciden a qué candidato se favorece, y como se aprecia además de existir pocas candidatas, éstas no obtienen la cobertura que ameritan en los medios de comunicación a fin de darse a conocer, así como a sus propuestas. Las empresas tampoco contribuyen con la participación de las mujeres en política, ya que no las consideran como opciones ganadoras: es como si tuvieran un acuerdo tácito con los hombres para que sean ellos quienes estén involucrados en

política. Las mujeres que quieren participar en política se tornan invisibles para las empresas.

Se puede concluir al respecto que hombres y mujeres no compiten en las mismas condiciones. Las mujeres tienen que ocuparse de las labores del hogar y no pueden dedicarse de lleno a sus campañas electorales. Además, usualmente gana quien cuenta con mayor financiamiento y recursos económicos, lo que hace que el hombre sea quien reciba el respaldo de la OP. Lo mismo sucede en el caso de las empresas, la que apoyan a los candidatos hombres, porque son estos los que siempre ganan. El financiamiento de cada campaña tampoco es transparente, ya que los candidatos no tienen que reportarlo a la ONPE y las empresas que financian las campañas no salen a la luz públicamente.



## Capítulo III: Diseño del prototipo de innovación

En este capítulo se desarrolla el desafío de innovación. Para ello, se tiene que delimitar la causa que tiene mayores probabilidades de obtener una solución, a este ejercicio se le denomina el desafío de innovación. Luego se conocerá las experiencias previas para hacer frente al desafío de la innovación, como el Observatorio de participación política de las mujeres en México y el financiamiento político con perspectiva de género: El caso Brasil. Luego se conocerá los actores relevantes que intervienen en la solución del problema público y se procederá a generar las ideas que involucran la solución y se agruparan en ideas económicas, ideas con reformas en el marco legal, ideas que buscan visibilizar a las candidatas y se priorizará su agrupación, para finalmente conceptualizar la nueva idea y se procederá al prototipado y su testeo.

### 3.1 Desafío de innovación

En el siguiente cuadro, se otorga valores a los criterios establecidos en relación con las causas propuestas con la finalidad de obtener la causa que tienen mayor puntaje.

**Tabla 23**

*Matriz de jerarquización de causas*

<b>Matriz de jerarquización de causas</b>				
	Nivel de impacto de la causa en el problema	Posibilidades de modificación por parte de la organización	Se encuentra en el ámbito normativo de la organización desde el cual pretendo generar la intervención	Total
Causa 1: El machismo existente en la sociedad de Cajamarca producto de la estructura patriarcal en las relaciones sociales	2	0	0	2
Causa 2: La autoexclusión de las mujeres	1	1	0	2
Causa 3: Exclusión de las mujeres en las listas de candidatos por las organizaciones políticas	1	0	0	1
Causa 4: Cobertura mínima de los medios de comunicación a las candidatas debido a que no cuentan con recursos económicos.	1	0	2	3
Causa 5: Reducido financiamiento público a las candidaturas de las mujeres en sus campañas electorales	1	0	0	1

Fuente: Elaboración propia.

Respecto al criterio “nivel de impacto” en el problema, la causa que tiene un alto impacto es el machismo existente en Cajamarca, producto de la estructura patriarcal y de los estereotipos de género que imperan en todas las relaciones que existen en la sociedad, tanto en el ámbito privado como en el ámbito público. En Cajamarca, se considera que los hombres tienen todas las cualidades para ser autoridades, pues son racionales, competitivos, etc. y dominan el ámbito público, lo que no ocurre con las mujeres que son más dóciles y sentimentales, por lo que su ámbito de acción es el privado: son quienes se encargan de los cuidados de la vida diaria. Las otras causas tienen un regular impacto, pues son producto del machismo existente en Cajamarca, que invisibiliza la participación política de las mujeres y relega su participación como cabezas en las listas de candidatos. Su escasa o nula visibilización en los medios de comunicación y los pocos o nulos recursos económicos que les brindan sus propias OP o empresas privadas.

En cuanto al criterio de las posibilidades de modificación por parte de la organización, existe una muy baja posibilidad de que el JNE puede modificar el machismo imperante en Cajamarca, pues se trata de un problema estructural que afecta todos los ámbitos de actuación de la familia y la sociedad debido a que es una variable contingente. En relación con la causa de exclusión de las candidatas, eso depende más de las OP que del JNE. En cambio, en la causa 3, la posibilidad de modificación es baja, debido a que la franja electoral está a cargo de la ONPE, mientras que, en la causa 4, no está al alcance del JNE.

Hay que señalar que la cobertura mínima de los medios de comunicación a las candidatas corresponde a la ONPE, a través de la franja electoral conforme a Ley, lo que constituye una forma de financiamiento público indirecto. Sin embargo, cuando nos acercamos al criterio normativo, el JNE, un organismo autónomo constitucional y que actúa de acuerdo con su ley orgánica, Ley N.º 26486, artículo 5, literal x tiene como una de sus funciones realizar programas dirigidos a la formación cívica de la ciudadanía, la cual debe conocer que las decisiones y la toma de poder está en manos de hombre y mujeres, no solo de hombres, y, al contar con un canal de televisión JNETV, es factible que, a través de un programa de televisión, pueda dar a conocer a las candidatas y sus propuestas a los ciudadanos de Cajamarca. Es por ello por lo que obtuvo el puntaje más alto en este criterio a comparación de las otras causas que no están en el ámbito normativo del JNE.

En este sentido, para llevar a cabo el proyecto de innovación, se ha elegido la causa “Cobertura mínima de los medios de comunicación a las candidatas” pues obtuvo el mayor puntaje del resultado en la jerarquización de causas. Entonces el desafío de innovación identificado sería: ¿Cómo podríamos brindar mayor cobertura en los medios de comunicación a las candidatas que participan en las elecciones subnacionales en Cajamarca para que se conviertan en una opción visible para los electores y poder así mitigar la subrepresentación de autoridades mujeres electas en Cajamarca?

Actualmente, la LOP, regula, en sus artículos 37 al 41, la franja electoral que, de acuerdo a la definición establecida en el Reglamento de Financiamiento y Supervisión de Fondos Partidarios aprobado por la ONPE, “Es el espacio en los canales de televisión de señal abierta y estaciones de radio, privados o del Estado, con el objetivo de que las organizaciones políticas que participan en un proceso electoral difundan sus programas o planes de gobierno” conforme se establece en la Resolución Jefatural N° 001669-2021-JN/ONPE del 30 de noviembre de 2021. En este caso, estamos frente a un financiamiento público indirecto.

Si bien es cierto que la franja electoral permite que las organizaciones políticas difundan sus propuestas, estas no alcanzan a todas las candidatas cabezas de listas o a las candidatas de los consejos ejecutivos. Hay que mencionar que la ONPE brinda el financiamiento público a las OP y no a los candidatos o candidatas, y que los encargados del manejo del financiamiento son las propias OP. Por lo que, con la implementación del desafío de innovación, se pretende brindar un espacio en los medios de comunicación a las candidatas a fin de que den a conocer sus propuestas y sean visibles para los electores de Cajamarca.

La LOP, en su artículo 37, señala, con respecto a la franja electoral, que las organizaciones políticas deben asegurar que se realice la promoción de las candidaturas bajo criterios de igualdad, paridad y no discriminación entre hombres y mujeres; sin embargo, se puede apreciar que, en la franja electoral, prevalece la participación mayoritaria de candidatos hombres, lo que deja en desventaja a las candidatas mujeres. Entonces, se puede afirmar que las candidatas mujeres requieren de una acción afirmativa, como lo es el financiamiento público indirecto, en el caso concreto de que sean visibilizadas a través de los medios de comunicación del Estado, es decir, al constituir un caso de financiamiento público y no privado.

En ese sentido, al existir el Canal JNETV del JNE, la innovación consistiría en que dicho canal de televisión brinde cobertura a las candidatas en Cajamarca, la cual será replicada en otros canales de televisión o radios en Cajamarca mediante convenios entre el JNE y los canales aliados en dicha región. El Reglamento de Organización y Funciones del JNE contempla en su artículo 45 numeral 8 que la Dirección de Comunicaciones e Imagen puede “[...] diseñar, producir, supervisar y gestionar la programación y el contenido del canal institucional del JNE (Canal JNETV), y darle prioridad a la difusión de las actividades o proyectos institucionales, entre otros, acordes con los objetivos institucionales [...]”.

En este sentido, la propuesta de innovación consiste en la creación de un programa que permita visibilizar a las candidatas gobernadoras, alcaldesas y regidoras en una elección regional y municipal. El programa se denominará “Hablan las candidatas” y buscará visibilizar a las candidatas y sus propuestas acerca de las experiencias, los conocimientos y la percepción de los problemas de sus comunidades. Con la difusión de este programa, se pretende solucionar el problema de la invisibilización de las candidatas y llamar la atención acerca de sus propuestas.

Además, este programa será realizado por la DCI del JNE y catalogado como una acción afirmativa en el rubro de financiamiento público indirecto. El programa será difundido a través del Canal JNETV y retransmitido a través de los canales aliados al JNE, producto de los convenios institucionales que se realizarán. Dichos canales no reciben dinero; sin embargo, tienen toda la información del JNE a su disposición en época electoral y no electoral, así como acceso a capacitaciones dirigida a sus comunicadores y menciones especiales por parte del Canal JNETV.

## **3.2 Experiencias previas para hacer frente al desafío de innovación**

### **3.2.1 Observatorio de participación política de las mujeres en México**

El Observatorio de Participación Política de las Mujeres en México, es una iniciativa del Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres), del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) y del Instituto Nacional Electoral (INE), a través de un convenio interinstitucional, firmado el 15 de octubre de 2014, en el marco del 61 Aniversario del Voto de las Mujeres en México. Este tiene como objetivo general generar y coordinar aquellas acciones que promuevan la participación de las



mexicanas en los espacios en donde se toman las decisiones que afectan a toda la sociedad, su finalidad es que dichas acciones permitan ir cerrando las brechas de género que existen en todos los niveles de gobierno y en toda la sociedad y el resultado será una igualdad de género entre sus habitantes.

Asimismo, sus objetivos individuales son i) Brindar un seguimiento y evaluación a los avances en la participación política de las mujeres mexicanas en las distintas etapas que participan hasta llegar a ser autoridades, ii) Brindar a las entidades públicas y a la ciudadanía toda la información estadística que permita conocer el estado anterior y actual de la participación políticas de las mexicanas, lo cual servirá para la creación de políticas públicas en los distintos niveles de gobierno, iii) Dar a conocer las experiencias exitosas contadas por las propias mujeres y en base a ellas proponer acciones que permitan generar las condiciones necesarias para que más mujeres participen en política. Su alcance es en todo México y busca que las ciudadanas y ciudadanos conozcan la participación política de las mujeres en el país.

El Observatorio es una plataforma virtual que tienen toda la información relacionada con la participación política de las mujeres en México. Cuenta con observatorios locales en los 32 estados, datos y cifras de los partidos políticos, cuotas de género en la historia, mujeres en la historia y biblioteca de consulta. Además, brinda información de las mujeres que son autoridades en cada gobernatura, senaduría, diputación federal, diputación local, presidencia municipal, reelección, paridad, violencia política y porcentaje de capacitación. Esta plataforma visibiliza a las mujeres y da a conocer la cantidad y porcentaje de mujeres autoridades, así como qué porcentaje del financiamiento público se destina para sus capacitaciones y cómo las mujeres sufren violencia política.

Esta innovación aborda el desafío de innovación de manera parcial, pues da a conocer a la ciudadanía toda la información de la participación política de las mujeres en México, datos relevantes que dan cuenta de esta participación y todos los esfuerzos que vienen realizando las autoridades y la sociedad civil para visibilizar la participación de las mujeres en México. Con ello, se puede decir que se alcanzó el resultado esperado, lo que contribuye a que la información sea de acceso público. Una dificultad sería el acceso que tienen al Observatorio a través de uso de internet, y la difusión de este entre la ciudadanía.

### 3.2.2 Financiamiento político con perspectiva de género: El caso Brasil

El Estado brasilero dispone la existencia de un fondo partidario en beneficio de las OP, conforme a la ley 9.096 de 1995, éste se obtiene de los ingresos correspondientes a las multas y sanciones económicas cobradas conforme lo dispone el Código Electoral y la legislación electoral vigente. En éstas, se detallan el financiamiento público conforme al presupuesto de la Unión y el financiamiento privado a favor de los partidos políticos, que pueden ser donaciones de personas naturales o personas jurídicas.

En Brasil, el artículo 44 de la citada Ley dispone que la Dirección Nacional de los partidos políticos destine una parte de sus recursos para la iniciación, evaluación, implementación y seguimiento para los programas con enfoques de género, esa parte equivale a no menos del 5% del total de recursos que reciben los partidos políticos, además, la propia legislación hace una excepción en cuanto a los ingresos que son para las candidatas. En la Ley 23.424, artículo 22, se establece que la Secretaría de la Mujer de la OP no debe usar dichos ingresos por un determinado tiempo, conforme lo establezca la ley, y conservarlos para las candidatas cuando participen en una elección popular.

El artículo 45 señala disposiciones en cuanto a los espacios mediáticos que se otorgan a los partidos políticos. Disponiendo que no menos del 10% de los espacios tiene que ser destinado para la promoción y difusión de las candidatas, como son los espacios en radio o televisión para que aquellas se den a conocer, así como a sus propuestas. En época electoral, el Tribunal Superior Electoral, promueve la participación política de las mujeres. Por ello, el artículo 93-A de la citada legislación prevé que, entre el 1 de abril y el 30 de junio, las emisoras de radio y televisión destinen hasta cinco minutos para difundir propaganda electoral a favor de las mujeres, pues estas tienen un escaso y limitado acceso a fondos y relaciones personales que les permitan contar con un apoyo financiero. Dicho dispositivo legal establece que la falta de cumplimiento respecto al financiamiento público destinado a las candidatas, luego de las elecciones tendrá como consecuencia la retención del 2.5 % de los ingresos del partido político y se usará para los mencionados programas.

El financiamiento con perspectiva de género en Brasil otorga una franja electoral a través de la radio y televisión para las candidatas. Es una política pública

con alcance nacional. Su público objetivo son las mujeres afiliadas candidatas de los partidos políticos en Brasil. Se inició en el año 1995 y funciona hasta la fecha. La entidad que interviene es el Tribunal Superior Electoral. Por otro lado, los partidos políticos en Brasil, sobre los recursos que permiten el fortalecimiento político de las mujeres, solicita la apertura de cuentas en los bancos que servirán para la difusión y promoción de los programas que logren ese fortalecimiento conforme lo prevé la ley 23.464 del 17 de diciembre de 2015. Dicha ley contempla que los partidos políticos efectivamente utilicen los recursos para fortalecer la participación política de las mujeres, a nivel de Latinoamérica, Brasil es uno de los países que destina recursos específicos para las mujeres. En la ley 23.424, Artículo 22, señala que la Secretaría de la Mujer no puede disponer de los referidos recursos en las cuentas bancarias por el contrario se pueden reservar para las futuras candidatas, en el lapso de varios periodos.

Lo que ocurre en Brasil, se puede replicar, pero más aún permite pensar y repensar como fortalecer a las mujeres en política a través de las distintas capacitaciones a las cuales pueden acceder, lo cual nos permite evidenciar las desventajas que tienen las mujeres frente a los hombres en las organizaciones políticas. Recordemos que no solo se da el financiamiento directo, que es la entrega de recursos, sino que también se tiene el financiamiento indirecto, como son los espacios que se brindan a las candidatas en los medios de comunicación en la radio o televisión para que difundan sus propuestas, lo que en Perú se denomina la franja electoral. Una de las adversidades que se advierte en el caso de Brasil es que no se tiene una oficina de fiscalización que pueda verificar si efectivamente el dinero destinado a favor de las candidaturas de mujeres se emplea para dicho fin.

### **3.3 Proceso de la conceptualización y prototipado**

#### **3.3.1 Proceso de conceptualización**

A continuación, se procederá a explicar el proceso de conceptualización, que involucra dos pasos: el primero es la generación y priorización de ideas, y el segundo, la conceptualización de la nueva idea. En cuanto al primero, se tiene que producir la mayor cantidad de ideas para luego separarlas en grupos y priorizar la más relevante con el fin de eliminar o mitigar de alguna manera el problema público. Para ello, y de acuerdo con la Guía de Elaboración del Trabajo de Investigación, cuarta edición

(marzo 2022), se realizará un mapeo de actores relevantes, entre los cuales tenemos los actores estatales y actores no estatales que, a continuación, se muestran en el mapa conceptual de actores relevantes que intervienen en la solución del problema público.

**Tabla 24**

*Actores relevantes que intervienen en la solución del problema público*

Tipos de actores	Actores relevantes	Intervenciones de los actores
Actores estatales	JNE	Es uno de los organismos del sistema electoral que fiscaliza la legalidad de los procesos electorales.
	ONPE	Es otro de los organismos del sistema electoral que se encarga del desarrollo de los procesos electorales.
	Poder Legislativo	Poder del Estado que se encarga de crear leyes.
Ciudadanía	Los electores	Las personas con derecho a voto.
Actores externos al Estado	Las candidatas	Las mujeres que participan en un proceso electoral.
	Los afiliados y afiliadas	Son las personas que están inscritas como afiliados o afiliadas a una OP.
	Las OP	Son los vehículos mediante los cuales se presentan las candidaturas que participan en un proceso electoral.
	Los medios de comunicación	Tenemos a la radio, televisión y prensa.
	Expertos	Profesionales que dominan el tema de participación políticas de las mujeres.

Fuente: Elaboración propia.

Luego de mapear a los actores relevantes y de acuerdo con las entrevistas realizadas a expertos, funcionarios del JNE y de la ONPE, candidatas y medios de comunicación sobre las causas y posibles soluciones al problema público, y a la revisión de revistas especializadas, documentos gubernamentales y experiencias exitosas de políticas en otros países, se procederá generar de ideas a través de la técnica denominada lluvia de ideas.

Tabla 25

## Lluvia de ideas

Nombre de la idea	Descripción de la idea	Fuente o autor de la idea
Franja electoral con enfoque de género	Es una forma de financiamiento público indirecto que busca incluir en la franja electoral una cuota de género para asegurar que las candidaturas puedan tener un espacio y tiempo en forma equitativa tanto para hombres como para mujeres en dónde se puedan dar a conocer, así como a sus propuestas.	Brasil, es el único país que regula la franja electoral con enfoque de género con un 10 % del tiempo para uso exclusivo de las candidatas.
Vitrina de las candidatas a través de la RENAMA	En el Facebook de la RENAMA (Red Nacional de Mujeres Autoridades del Perú), se da a conocer ALERTAS sobre acoso político contra las mujeres autoridades electas. En dicho espacio, también se puede dar a conocer a las candidatas que participan en las elecciones subnacionales.	Autora
Cuidados de la vida	El diseño de una política pública de los cuidados de la vida que permita que las personas que son cuidadas por las candidatas reciban el cuidado de alguna institución pública o que se pague a personas que se ocupan del cuidado de los niños y adultos mayores, lo cual permitirá que las candidatas cuenten con mayor tiempo y dinero que invertir en sus campañas electorales en la cobertura de los medios de comunicación.	Buena práctica que se aplica en Canadá, a través del <i>Canada Elections Act</i>
Financiamiento público con enfoque de género	La fundación de recursos económicos públicos especiales para financiar a las candidatas que participen en un proceso electoral y a las militantes en el marco de políticas con enfoque de género, en el rubro de capacitaciones.	Países que otorgan un financiamiento público para las capacitaciones de mujeres en política: Panamá en un 25% (2006) Costa Rica no tiene porcentaje determinado (2009) México en un 10% (2022) Honduras en un 10% (a partir de 2013) Colombia en un 15% Brasil en un mínimo de 5 %
Empoderamiento de las candidatas	La creación de cursos y capacitaciones dirigidas al empoderamiento de las mujeres que quieran participar en política a fin de que cuenten con las herramientas que permitan desenvolverse durante sus campañas electorales.	Talleres Virtuales de Formación Política "Mujeres al poder 2022".  DNEF del JNE
Oficina especializada	Existe una oficina especializada de la PCM que brinda asistencia técnica permanente para la gestión de los expedientes presentados por las alcaldesas. En este punto, se puede adicionar que dicha oficina también atiende a las candidatas a fin de escuchar sus necesidades y contrarrestarlas de alguna manera en lo posible por parte del Estado.	MIMP: Dirección General de Igualdad de Género y no Discriminación.  Encuentro de alcaldesas del Bicentenario: Gestionando un desarrollo con igualdad.  Autora
Asociación de candidatas	La creación de una asociación de candidatas que entre ellas se apoyen durante sus campañas electorales, a través de sus experiencias y recaudación de recursos económicos.	Autora
Convenios con el Banco de la Nación	En las oficinas del Banco de la Nación,	Autora

	<p>se tienen pantallas que transmiten propaganda del mismo Banco o de otra institución pública. Realizar convenios con el BN a fin de que, en cada región del país, a través de dichas pantallas, se puedan promocionar las propuestas de las candidatas de su región en un tiempo igual para todas las candidatas. En un inicio, se puede brindar cobertura a las candidatas a la gobernatura regional, alcaldes municipales provinciales y alcaldes municipales distritales.</p>	
Sociedad civil en favor de las candidatas	<p>Las organizaciones de la sociedad civil pueden recaudar dinero para las candidaturas de mujeres y apoyarlas en sus campañas electorales siendo obligatorio la rendición de cuentas. Con ese dinero, se puede financiar la cobertura en los medios de comunicación.</p>	<p>Como en <i>EMILY's List</i> en Estados Unidos. <i>Equal Voices</i> en Canadá <i>Victory Fund</i>, que en Estados Unidos apoya específicamente a mujeres de la comunidad LGBTI.</p>
CONVEMUJERES	<p>La creación de convenios entre entidades bancarias o financieras y las candidatas para financiar sus campañas electorales con un bajo costo de intereses, tal vez, con conocimiento de las posibilidades que tienen las candidatas de ganar las elecciones, las OP pueden ser garantes en dichos préstamos, con lo cual estarían de alguna manera apoyando en las campañas electorales de sus candidatas.</p>	Costa Rica
Plus a las organizaciones políticas por cada mujer autoridad electa	<p>Es una medida que se aplica a cada organización política que obtuvo una autoridad electa mujer en un proceso electoral. Se otorga un porcentaje del financiamiento público en proporción al número de mujeres electas. En esta política pública, se puede establecer que esa asignación que se entrega por las mujeres autoridades electas sea usada para las candidatas que participan en el siguiente proceso electoral y de acuerdo con el lugar donde salió electa la candidata.</p>	<p>Esa medida se incorporó en la legislación de Colombia y Chile, pensada como incentivo directo a las dirigencias de los partidos para incrementar el número de candidatas que impulsa cada partido. En Colombia, se establece que el 5 % del financiamiento se distribuya en proporción al número de mujeres elegidas en las corporaciones públicas.</p>
Financiamiento público directo a las candidatas	<p>El Estado entregará un financiamiento a las organizaciones políticas, que será para las candidatas y será transferido a sus cuentas bancarias con una posterior rendición de cuentas y con un uso exclusivo para contratación de propaganda electoral en redes sociales.</p>	Autora
Recaudación de fondos en línea	<p>El <i>crowdfunding</i> político o recaudación de fondos en línea para candidaturas de mujeres: el <i>crowdfunding</i> político se puede definir como el proceso mediante el cual muchas personas donan pequeñas cantidades de dinero a una iniciativa política, a menudo un partido político, a través de medios predominantemente digitales (IDEA Internacional 2018).</p>	<p>El caso más exitoso de <i>crowdfunding</i> político fue el del presidente Barack Obama (2009-2013, 2013-2017), quien rechazó el financiamiento público para su campaña y privilegió la búsqueda de pequeñas donaciones por parte de una gran cantidad de ciudadanas y ciudadanos motivándolos por Facebook y Twitter. En la elección de México de 2018, un grupo de expertas, políticas e integrantes de la sociedad civil crearon el "Fondo Paridad" para apoyar a las candidatas que sufrían acoso político brindándoles asesoría legal.</p>
Promoción de candidaturas de las mujeres	<p>La entrega de espacios en los medios de comunicación de entidades estatales como el JNE o en las redes sociales de las entidades públicas a fin de que las mujeres candidatas puedan</p>	Autora

	darse a conocer, así como a sus propuestas.	
Programa exclusivo para las candidatas	La creación de programas exclusivos para que las candidatas sean conocidas y puedan dar a conocer sus propuestas transmitidos por radio o televisión en cada región del país y con las candidatas que postulan en dicho ámbito territorial.	Autora
Convenios con medios de comunicación a fin de que realicen programas con enfoque de género	El Estado debe suscribir convenios con medios de comunicación de señal abierta para que realicen programas que entrevisten a mujeres y hombres en la misma cantidad y con el mismo tiempo.	Autora

Fuente: Elaboración propia.

### Agrupación de ideas

¿Cómo podemos visibilizar a las candidatas en sus campañas electorales a fin de que sean una opción para los electores?

Abordar una respuesta de una forma objetiva

**Tabla 26**

#### Agrupación de ideas

Idea 1	Grupo de ideas económicas	Políticas públicas de cuidados de la vida Asociación de candidatas Sociedad civil en favor de las candidatas CONVEMUJERES Recaudación de fondos en línea
Idea 2	Grupo de ideas con reformas en el marco legal	Financiamiento público con enfoque de género Franja electoral con enfoque de género Plus a las organizaciones políticas por cada mujer autoridad electa Financiamiento público directo a las candidatas
Idea 3	Grupo de ideas que buscan visibilizar a las candidatas	Franja electoral con enfoque de género Vitrina de las candidatas a través de la RENAMA Convenios con el Banco de la Nación Promoción de candidaturas de las mujeres Programa exclusivo para las candidatas Convenios con medios de comunicación a fin de que realicen programas con enfoque de género

Nota. Fuente: Elaboración propia.

## La priorización de la agrupación de ideas

**Tabla 27**

*Priorización del grupo de ideas*

Priorización del grupo de ideas						
Grupo de ideas	Deseabilidad	Factibilidad	Viabilidad	Impacto	Disrupción	Total
Idea 1	X			X	X	3
Idea 2	X	X				2
Idea 3	X	X	X	X	X	5

Fuente: Elaboración propia.

### Conceptualización de la nueva idea

Conforme a la idea priorizada y a la idea que obtuvo el mayor puntaje de acuerdo con los campos establecidos, en este caso la idea 3, que consiste en visibilizar a las candidatas, se procederá a generar el concepto de la nueva idea que pueda ser la solución del problema. Para ello, se describirá las ideas que conforman la idea 3 a través de dos pasos: i) Bosquejo del concepto y ii) técnicas de maduración del concepto conforme se establece en la Guía del Proyecto Final de Innovación y que comprende las características, atributos y valores del concepto de la nueva idea.

#### a. Bosquejo del concepto

**Tabla 28**

*Bosquejo del concepto*

Ítem	Contenido
Denominación de la solución	Visibilizar a las candidatas a través del Programa "Hablan las candidatas" transmitido en el canal JNETV
Población beneficiada de la solución	Candidatas que participan en las elecciones subnacionales en Cajamarca
Descripción de la solución	El programa "Hablan las candidatas" permitirá que las candidatas puedan exponer sus propuestas a los electores a través del canal JNETV y de los canales aliados, que lo retransmitirán a todo Cajamarca.
Descripción breve del beneficio aportado	Con este programa, las candidatas serán visibilizadas y darán a conocer sus experiencias y propuestas a fin de que constituyan una opción válida para los electores de Cajamarca.

Fuente: Elaboración propia



b. Técnicas de maduración del concepto

La técnica que se va a aplicar son las nueve cajas de Osterwalder a fin de describir las características del concepto.

**Tabla 29**

*Técnicas de maduración del concepto*

La propuesta de valor	Aportación clara del producto para el usuario final	La visibilidad de las candidatas en las elecciones subnacionales en Cajamarca.
Segmentos	Beneficiarios de la propuesta	Las beneficiarias del producto son las candidatas inscritas por el JNE para que participen en las elecciones subnacionales en Cajamarca. Además, también lo es el electorado, quien conocerá de candidatas y sus propuestas como una alternativa viable al momento de elegir.
Comunicación	¿Cómo se dará a conocer la propuesta?	La propuesta será de conocimiento una vez se realice la convocatoria a un proceso electoral subnacional a través de los canales de comunicación del JNE, la ONPE y la Reniec a las organizaciones políticas que participan en el proceso electoral.
Canales	¿Cuáles son los medios a través de los cuales la organización se relaciona con las beneficiarias?	La comunicación se realizará a través del personero (representante) de la OP reconocido ante el JNE con conocimiento de las candidatas.
Flujos de ingresos	¿De dónde provienen los ingresos?	Los ingresos provienen de los recursos del JNE (recurso ordinario asignado a un proceso electoral)
Estructura de costos	Los gastos relacionados con el proyecto	Los gastos son propios de la Dirección de Comunicación del JNE y son parte de sus actividades programadas en su POI
Actividades clave	Acciones sobre las que se fundamenta el éxito de la propuesta	Participación de las candidatas en el Programa "Hablan las candidatas"  Coordinación de convenios con los canales aliados de la región Cajamarca  Difusión del Programa "Hablan las candidatas" a través de los canales de comunicación del JNE, ONPE y Reniec.

Recursos clave	Conocimientos, maquinaria, talentos que se requieren	La Dirección de Comunicaciones del JNE cuenta con profesionales especializados en la creación, elaboración, diseño y lanzamiento de programas en época electoral.
Socios clave	Alianzas y partners	Los canales aliados que retransmitirán el programa en la región Cajamarca.

Fuente: Guía de elaboración del proyecto final

## Segundo bosquejo de Concepto final de la innovación

**Tabla 30**

### *Bosquejo final de la innovación*

¿Cómo se denomina?	<b>Programa “Hablan las candidatas”</b>
¿En qué consiste la solución? ¿Cómo describiría su solución?	El programa será ejecutado por el JNE y permitirá que las mujeres candidatas puedan exponer sus propuestas a los vecinos de la región Cajamarca (sean visibles) en medios de comunicación en televisión, en radio o en redes sociales con la finalidad de que constituyan una opción válida y puedan ser elegidas como autoridades de sus comunas.
¿Para quién es la solución?	Para las mujeres candidatas
¿Para qué es la solución?	Para que las mujeres candidatas sean visibles y puedan ser una opción para las ciudadanas y ciudadanos de la región Cajamarca y exista una representación paritaria en donde existan mujeres autoridades, lo que permitirá una convivencia democrática, con experiencias, ideas y conocimientos de las mujeres que se reflejarán en las políticas públicas propuestas.
¿Cuáles son los indicadores claves de desempeño (KPI, por sus siglas en inglés) para identificar que la propuesta ha resultado exitosa?	Porcentaje de entrevistas, apariciones en portadas, artículos periodísticos, en reuniones que tienen los hombres en comparación con las mujeres. A mayor visibilización más opciones para la ciudadanía de conocer y tener una opción de donde elegir a sus autoridades. Solo se puede elegir si se conoce quienes participan.
¿Qué valor agrega a los usuarios respecto de lo que hoy existe?	Que las propuestas de las mujeres candidatas sean de conocimiento de las ciudadanas y ciudadanos de la región Cajamarca (sean visibles)
¿Por qué se indica que su propuesta es innovadora?	Es una propuesta local que articula la participación del JNE y los medios de comunicación en Cajamarca. No existe una propuesta como tal y es una acción afirmativa para las mujeres que requieren financiamiento público para sus campañas electorales.
¿Cuáles son los riesgos asociados a la solución (internos y externos)?	Los riesgos son la falta de compromiso y voluntad de los actores mencionados, la poca acogida de las ciudadanas y ciudadanos en la región Cajamarca, así como la falta de interés de los medios de comunicación de la región Cajamarca.
¿Qué impactos positivos tiene la solución en su entorno?	Esta innovación permitirá que las mujeres candidatas sean visibles, así como sus propuestas y que constituyan una opción válida para las ciudadanas y ciudadanos en la región Cajamarca.
¿Cuáles son las principales acciones del usuario?	Las mujeres candidatas deben estar dispuestas a exponer y dar a conocer sus propuestas a la ciudadanía a través del programa “Hablan las candidatas”, el cual será retransmitido por los canales aliados.

¿Cuáles son las principales acciones de la organización?	La cooperación a través de convenios, acuerdos y actividades con los canales aliados.
¿Quiénes son sus aliados estratégicos internos?	Las candidatas, los medios de comunicación, el JNE.
¿Quiénes son sus aliados estratégicos externos?	La sociedad civil.

Fuente: Elaboración propia.

### 3.3.2 Proceso de prototipado

En este punto, se realizará el diseño y testeo del prototipo.

El prototipo es la representación o simulación de un concepto, en este caso concreto, de la idea innovadora descrita en el punto anterior. Por su parte, el testeo del prototipo permitirá probar las hipótesis detrás del prototipo de forma rápida, con menos costos y con la participación de los usuarios finales y reales con el objetivo de retroalimentar el concepto de la idea innovadora a fin de mejorar el prototipo que permita mitigar o solucionar el problema (Guía de investigación).

En ese sentido, se realizará un prototipo de bajo nivel de resolución para hacer la prueba del programa “Hablan las candidatas”, que contará con la participación de las candidatas a las elecciones subnacionales en Cajamarca y que permitirá que las candidatas y sus propuestas sean conocidas por los electores de la región Cajamarca. Se utilizará la técnica del viaje de usuario. Dicha técnica muestra todos los pasos lineales que realizaría el usuario antes, durante y después de interactuar con el servicio (Guía de Investigación)

#### Testeo del prototipo de bajo nivel de resolución

A continuación, se procederá al testeo del prototipo de bajo nivel de resolución, de acuerdo con los pasos descritos en la Guía Proyecto Final de Innovación.

#### Tabla 31

##### *Testeo del prototipo*

Pasos	Descripción
Confirmar el prototipo y su nivel	El nivel del prototipo es de bajo nivel de resolución. Sus características muestran quién, cómo y dónde se usará.  Se testeará la parte del prototipo en la que intervienen las candidatas.

Desarrollo de hipótesis	<p>Impacto del prototipo: El programa “Hablan las candidatas” permitirá visibilizar a las candidatas y sus propuestas en la región Cajamarca, así que el electorado tendrá una opción válida para ejercer su voto y elegir a sus autoridades.</p> <p>Los canales aliados retransmitirán el programa a todo Cajamarca. Además, se podrá transmitir en las redes sociales de dichos canales.</p> <p>Cada canal aliado elegirá el espacio y horario con mayor audiencia a fin de retransmitir el programa.</p>
Desarrollo de preguntas del testeo	<p>¿Considera que el programa “Hablan las candidatas” permitirá que las candidatas en Cajamarca sean visibilizadas?</p> <p>¿Considera que el programa “Hablan las candidatas” es factible en el mundo real?</p> <p>¿Considera que el programa “Hablan las candidatas” es viable en Cajamarca?</p> <p>¿Considera que los medios de comunicación y las candidatas apoyarán el lanzamiento del programa “Hablan las candidatas”?</p> <p>¿Considera que el programa “Hablan las candidatas” se puede emitir en las demás regiones del país?</p>
Planificación del proceso de testeo	El prototipo se testeó con las candidatas y expertas en Cajamarca a través de entrevistas vía zoom.
Diseño de herramientas	La herramienta a utilizar es la entrevista.
Implementación y adaptación	<p>Se desarrolló un resumen del concepto y se envió a las candidatas y expertas de Cajamarca. Luego, a través de una entrevista, se realizó las siguientes preguntas:</p> <p>¿Qué cambiaría del concepto y prototipo presentado?</p> <p>¿Qué eliminaría?</p> <p>¿Qué agregaría?</p> <p>¿Cuál es su opinión general?</p>
Tomar decisiones	Del testeo realizado, se puede apreciar que los resultados son positivos y los riesgos bajos. En ese sentido, es factible continuar con el prototipo.

Fuente: Elaboración propia.

### 3.4 Concepto y prototipo final de innovación

En este punto es necesario conocer que son las acciones afirmativas, éstas son mecanismos que sirven para corregir una situación atípica cuyo objetivo es disminuir las brechas que existen entre los ciudadanos y las ciudadanas, una de sus características es que son medidas temporales que buscan mejorar la situación de determinados grupos de personas acortando esas diferencias o “desigualdades que son producto de los sistemas políticos, sociales o económicos que imperan en las sociedades” (Torres, 2008, p. 235).

### 3.4.1 Concepto final de innovación

La propuesta de acción afirmativa del programa “Hablan las candidatas” tiene por objeto que el Estado a través de uno de sus organismos constitucionales como es el JNE compense de alguna manera la falta de apoyo que reciben las candidatas durante su campaña electoral a diferencia de los hombres, y que mejor que sea mediante la cobertura de los medios de comunicación con la finalidad de visibilizar a las candidatas y sus propuestas, iniciativa que pretende con el paso del tiempo generar conciencia en cuanto a la visibilización de las candidatas.

En ese sentido, el Reglamento de Organización y Funciones del JNE, en su artículo 77 numerales 3, 5 y 10 señala que, son funciones de la Dirección Nacional de Educación y Formación Cívica Ciudadana, el formular planes y programas de educación cívica, así como también, programas de educación electoral, con el objetivo de fortalecer los valores democráticos en la ciudadanía. Dichos programas deben incluir capacitaciones en temas electorales, de gobernabilidad, de democracias y de asuntos políticos con o sin proceso electoral. Por otro lado, las funciones de la DCI se encuentran establecidas en el numeral 8 del artículo 45 del ROF, que prevé “Diseñar, producir, supervisar y gestionar la programación y el contenido del canal institucional del JNE, Canal JNE TV, priorizando la difusión de las actividades o proyectos institucionales, entre otros, acordes con los objetivos institucionales, así como gestionar la programación de contenidos de otras entidades que se hayan establecido por convenio y que sean emitidas por el canal institucional”.

Como se puede advertir, el ROF del JNE contempla que la DNEF proponga programas electorales orientados a fortalecer los valores democráticos, siendo uno de ellos el principio de igualdad entre los candidatos. Estos programas se pueden financiar con recursos públicos y con las fuentes de las instituciones cooperantes.

Se tiene la percepción de que los medios de comunicación tradicionales, como la radio y televisión no son suficientes para un mundo en donde la internet está presente cada vez más en la vida de la ciudadanía y donde se tiene plataformas como las redes sociales, Facebook, Instagram, Tik tok, YouTube entre las más conocidas y usadas, sin embargo, no es del todo cierto, en el Perú de acuerdo a un estudio cuantitativo sobre Consumo radial y televisivo – Nacional realizado en diciembre de 2022, realizado por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) adscrito

al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, la televisión sigue siendo el medio más consumido en el país, el promedio de horas que se consume de lunes a domingo es de 3 horas a más (98% tiene un televisor en casa), con un ligero decrecimiento a comparación del 2019. Mientras que, el promedio de consumo de la radio es de 2 horas a más (86% tiene una radio en casa) y el de internet es un promedio de 3.22 horas de lunes a viernes y de 3.21 horas los fines de semana.

Es decir, entre la radio, televisión y la internet las personas destinan más de 8 horas diarias de su tiempo para acceder a dichos medios de comunicación, la idea del programa “Hablan las candidatas” se da porque es un formato corto, amigable, sencillo y claro que será retransmitido a través de la televisión, radio y redes sociales de los canales aliados en Cajamarca con los cuales se establecerán convenios. La difusión de este programa además de la televisión y radio se podrá retransmitir en las redes sociales siendo su público objetivo en su gran mayoría jóvenes, quienes darán a conocer del programa a sus familiares en sus respectivos hogares y a sus amistades. Como captar la atención de los electores en Cajamarca, en primer término, el programa se dará en un año electoral, es decir, en un momento en el cual la ciudadanía presta mayor atención a sus probables autoridades, y dependerá de la estrategia comunicacional que utilizará los organismos del sistema electoral. En el caso puntual, el JNE deberá difundir a través de sus recursos digitales, página web oficial y sus redes sociales el lanzamiento del programa “Hablan las candidatas”.

No solo es que aparezcan en televisión, sino que puedan dar a conocer sus propuestas a través de una entrevista, por el contrario, sería lo que ocurrió en Uruguay en el 2005, cuando las candidatas aparecían solo un 3.8%, y que además en estas apariciones sean “silenciosas” en un 81.3%, que significa, ser mencionadas o que aparezcan sus imágenes sin reproducir sus declaraciones en cambio en el caso de los candidatos, el 51.1% declaraban o eran entrevistados (Llanos & Sample, 2008. p. 43)

Una de las investigaciones de IDEA Internacional, señala que, en países con presupuestos problemáticos, el financiamiento público se maneja con presupuesto del Estado, puede ser directo o indirecto, el primero es la entrega de dinero, mientras que, el segundo se puede dar en bienes o servicios que no impliquen la entrega de dinero. De la misma manera, la fiscalización al financiamiento indirecto es más pasible de ser monitoreado por el Estado a comparación del financiamiento directo. (IDEA, 2015, pp. 402-403). Por otro lado, en palabras de las autoras, “El financiamiento público dirigido, directo o indirecto, es, entonces, un mecanismo que contribuye a nivelar la

competencia frente a otras candidaturas” (Muñoz-Pogossian. & Freidenberg, 2022, p. 31). Asimismo, en dicha investigación se señala que la comunicación a través de la televisión es “un bien cada vez máspreciado para cualquier partido o candidato que quiera ser “visto” o, al menos, “escuchado” por el grueso del electorado, es decir, que albergue expectativas de éxito en sus campañas” electorales en la captación de votos de los electores. (Dieter et al., 2007, p. 819).

Las probabilidades que los cajamarquinos conozcan el programa serán mayores mientras más veces se retransmitan en los canales aliados, la radio y las redes sociales de los mismos, además se difundirán en las redes sociales de los sistemas electorales, ONPE, Reniec y el JNE. El público objetivo son los electores de Cajamarca, es decir, las personas que tienen 18 años y que pueden sufragar, además, de transmitirse en los canales aliados, la radio y las redes sociales, existen una mayor probabilidad de que sea de conocimiento del público objetivo. Además, este programa con financiamiento público y de las instituciones cooperantes puede ser difundido a través del Canal JNE y retransmitido a través de convenios institucionales, con los canales aliados al JNE, que no reciben dinero; sin embargo, tienen toda la información del JNE a su disposición en época electoral y no electoral, así como acceso a capacitaciones dirigidas a comunicadores y menciones especiales de los canales aliados.

Se retransmitió en canales aliados el programa “Guía electoral” con motivo de las Elecciones Generales 2021, programa “Conoce a tu candidato” (transmitido además por las redes sociales del JNE). El JNE contó con canales aliados en 14 regiones del país.

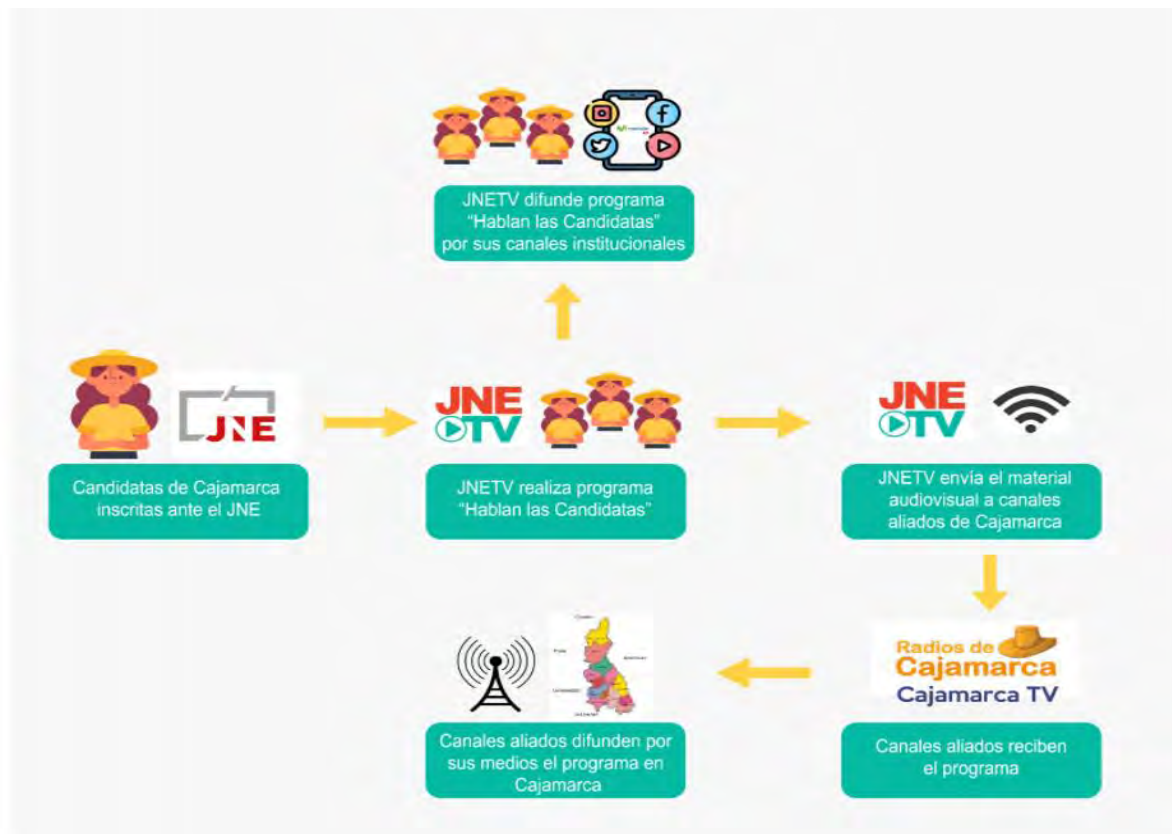


Figura 15: Diseño del prototipo final

### 3.4.2 Prototipo de alta resolución

El prototipo final de la innovación es el programa "Hablan las candidatas" y consta de 4 componentes empleados en su construcción, los cuales son:

### 3.4.3 Programas en vía tradicional y vías virtuales

Hay que recordar que, de acuerdo con el estudio realizado por el CONCORTV en el año 2022, nos arroja que en Cajamarca el consumo de medios de comunicación es conforme al siguiente cuadro:



**Tabla 32***Medios de comunicación en Cajamarca*

Medio de comunicación	Porcentaje	Promedio de horas diarias	Periodo
Ve televisión	86%	02:18	Lunes a viernes
Escucha radio	73%	02:27	Lunes a viernes
Navega por internet	82%	03:35	Lunes a viernes
Lee diarios y revistas	48%	01:44	Lunes a viernes

Fuente: Encuesta CONCORTV 2022. Elaboración propia

Como se puede apreciar, la ciudadanía en Cajamarca usa los medios de comunicación como la televisión, radio e internet en un porcentaje alto, lo cual es favorable, pues el programa “Hablan las candidatas” se retransmitirá en los referidos medios de comunicación, y el impacto que causará en los electores, será el que conozcan las propuestas y a las candidatas, un primer paso, para poder elegir las.

Los medios tradicionales como la televisión y radio que tienen un alto porcentaje de uso, el 86% ve televisión y el 73% escucha radio, todavía se encuentran vigentes en la ciudadanía. Por otro lado, el uso de la internet supera dicho porcentaje, con un 82%. En resumen, dichos medios de comunicación son usados mayoritariamente por la ciudadanía. El programa “Hablan las candidatas” no es un programa que se creará en una vía virtual, es un programa con un formato estándar de entrevista clara, sencilla y puntual y se retransmitirá en los canales aliados, la radio y por internet a través de las redes sociales de los mencionados medios de comunicación.

En ese sentido, la propuesta de innovación consiste en transmitir un programa que permita visibilizar a las candidatas alcaldesas y regidoras en una elección municipal. El programa se llama “Ser es”, porque “ser” significa existir: reconocer la existencia de las mujeres. Lo que esta iniciativa busca es considerar sus propuestas, basadas en las experiencias, conocimientos y percepción de los problemas de sus comunidades. Y es que ocurre que las candidatas son invisibilizadas: no existen para sus propias organizaciones políticas y no constituyen una opción para los electores debido a que no las conocen ni a sus propuestas.

La solución consiste en que, a través del Programa “Hablan las candidatas” ejecutado por el JNE, con la aprobación de las DNEF y la Dirección de Comunicación, con la implementación de convenios entre los canales aliados y con el financiamiento de la cooperación, se pueda retransmitir, a través de los medios de comunicación de

Cajamarca, las propuestas y debates en los que participen las candidatas a gobernadoras, alcaldesas y regidoras.

Es una solución que cuenta con la participación del JNE como organismo constitucional autónomo del sistema electoral y de las instituciones con las que el JNE tiene convenios, lo que permitirán atacar uno de los obstáculos que enfrentan las mujeres cuando quieren participar en política: la falta de dinero para cubrir los gastos que demandan los medios de comunicación. Las candidatas alcaldesas y regidoras pueden exponer y dar a conocer sus propuestas a los ciudadanos de Cajamarca en medios de comunicación (canales aliados al JNE) y en redes sociales con la finalidad de que sean una opción válida y puedan ser elegidas autoridades de sus comunidades. Esta iniciativa servirá para que las mujeres candidatas adquieran visibilidad y puedan ser una opción para los ciudadanos de los distritos de Cajamarca, así como para que exista una forma de representación paritaria en donde las mujeres puedan ser autoridades, lo que permitirá una convivencia democrática, que incluya las experiencias, ideas y conocimientos de las mujeres, que se reflejarán en la implementación de propuestas y políticas públicas.

Los indicadores claves de desempeño, el porcentaje de entrevistas, las apariciones en portadas, en artículos periodísticos, en reuniones que tienen los hombres y las mujeres, han demostrado que, a mayor visibilización de las candidaturas, existe una mayor probabilidad de que la ciudadanía conozca sus propuestas y sean elegidos, que es una de las metas que tienen las candidatas cuando participan en las elecciones subnacionales. A mayor visibilidad o exposición de las candidaturas, mayores son las opciones para la ciudadanía de conocer y tener opciones de donde elegir a sus autoridades. Solo se puede elegir si se conoce quienes participan.

Actualmente, no tenemos una franja electoral con enfoque de género, es decir, en donde las apariciones de los candidatos y las candidatas sea en igualdad de condiciones, el mismo número de veces, el mismo tiempo en la radio y la televisión, etc. Solo Brasil la tiene a través de una Ley una franja electoral para las mujeres. Para que ello ocurra en el Perú, se tiene que regular primero el financiamiento público indirecto y permitir la aparición de una franja electoral con perspectiva de género.

El Programa “Hablan las candidatas” permitirá que las candidatas en Cajamarca puedan darse a conocer y compartir sus propuestas, lo que generará un valor agregado a la vez que contribuirá con el desarrollo de la paridad.

Es una propuesta local que articula la participación del JNE y la cooperación y los medios de comunicación en Cajamarca. No existe una medida al respecto que esté siendo aplicada hoy en día, por lo que esta propuesta constituye una forma de contrarrestar el obstáculo que tienen las mujeres cuando realizan sus campañas electorales. Los riesgos son la falta de compromiso y voluntad de los actores mencionados y la poca acogida por parte de las ciudadanas y los ciudadanos en los distritos de Cajamarca.

Esta innovación permitirá que las mujeres candidatas sean visibles, así como sus propuestas y que sean una opción válida para las ciudadanas y ciudadanos en Cajamarca. Producto de ello, al tenerlas como opción a las mujeres, puedan ser elegidas autoridades; gobernadora regional, alcaldesas y regidoras. Las mujeres candidatas deben estar dispuestas a exponer y dar a conocer sus propuestas a la ciudadanía a través de los medios de comunicación en espacios públicos o privados físicos o virtuales. El JNE, a través de la cooperación y con la suscripción de convenios, acuerdos y actividades, deberá diseñar el Programa “Hablan las candidatas” con la DNEF y la Dirección de Comunicaciones, quienes son los aliados internos que permitirán la creación de dicho programa y serán los medios de comunicación quienes retransmitan las propuestas de las candidatas para que los ciudadanos y las ciudadanas de Cajamarca tengan la opción de elegir, si lo consideran, a mujeres como autoridades de sus comunidades.

#### **3.4.4 Estrategias de comunicación en ambas vías**

Las estrategias de comunicación en las vías tradicional y virtual serán conforme al siguiente cuadro.

**Tabla 33**

*Estrategias de comunicación*

Ítems	Actividad
Análisis de la situación inicial	Las mujeres no reciben cobertura en los medios de comunicación, la cual es mínima frente a la que reciben los hombres.

Definición de objetivos	De acuerdo a las siguientes preguntas:  ¿Qué quiero conseguir?  Que la ciudadanía conozca a las candidatas y sus propuestas.  ¿Para qué quiero conseguirlo?  Para que los electores tengan una opción de elección en las candidatas.  ¿Por qué es necesario realizarlo?  Porque los electores deben conocer que las mujeres también quieren ser autoridades en sus comunidades.
Definición del público objetivo	El público objetivo son los ciudadanos que sufragan en Cajamarca
Definición de los mensajes	Queremos contarle a la ciudadanía que existen mujeres que son candidatas y quieren ser autoridades, y es primordial que las conozcan, así como a sus propuestas.
Definición de los canales de comunicación	Los canales serán la televisión, la radio y el internet (redes sociales) en donde se retransmitirán el programa "Hablan las candidatas"
Planificación estratégica	El presupuesto es propio de un proceso electoral y no genera mayores gastos al JNE debido a que cuenta con todos los insumos y personal para realizar el programa. El plazo de ejecución será unos 90 días antes del día de la elección.
Medición y evaluación de los resultados	Se realizará el monitoreo de la audiencia en la televisión, radio e internet (redes sociales) a través de la información que brinden los medios de comunicación.

Fuente: Elaboración propia.

Los organismos del sistema electoral ONPE, Reniec y el JNE a través de sus plataformas digitales, redes sociales, oficinas promocionarán el programa "Hablan las candidatas", así también lo realizarán los canales aliados, la radio y en sus redes sociales lo que permitirá que la ciudadanía en Cajamarca conozca del programa, esta comunicación tiene que llamar la atención tienen como propósito que pueden ver o escuchar el programa. También se puede solicitar apoyo al Ministerio de Educación a fin de que en los colegios de Cajamarca se difunda el programa "Hablan las candidatas" entre sus estudiantes con la finalidad que incentiven a sus familiares en casa a que sintonicen el programa. Para el spot del programa se puede invitar a personajes públicos como artistas y deportistas que inviten a la ciudadanía a sintonizar el programa, esta actividad estará a cargo de la DCI del JNE.

### **3.4.5 Preparación de las candidatas para su comunicación con enfoque de género**

El JNE a través de la ESEG, puede brindar las capacitaciones que se requieran para que las candidatas puedan dar a conocer sus propuestas a través del programa “Hablan las candidatas”, precisar que tanto en época electoral como no electoral se brindan capacitaciones sobre gestión municipal, normas y procedimientos en materia electoral. Es importante, que las candidatas se sientan seguras y cómodas con su participación en el programa. Las candidatas que participarán son las candidatas inscritas definitivamente, es decir, aquellas que han superado el periodo de tachas o exclusiones ante los JEE y no pueden ser apartadas de la contienda electoral por dichos motivos. El momento en que se conocen a las candidatas inscritas, es 30 días antes del día de la elección, durante este lapso, pueden participar en el programa.

Por otro lado, tenemos la participación de los JEE, que son órganos electorales que administran justicia electoral en primera instancia instalados temporalmente en la región Cajamarca. Usualmente tienen su sede en las provincias de Cajamarca, San Pablo, Cutervo, Chota y Jaén, los cuales darán a conocer la relación de las candidatas inscritas definitivamente que participan en las elecciones subnacionales a la DCI del JNE a fin de generar una base de datos de las entrevistadas. Dentro de las capacitaciones que recibirán las candidatas, es relevante que se les brinde una referida a la comunicación política con enfoque de género, la misma que les permitirá obtener mayores conocimientos para su formación personal, que puede ser capitalizable en las entrevistas del programa.

Otros actores que participan en la preparación de las candidatas son la DCI del JNE, el cual, con la relación de candidatas inscritas, cursa invitación a las candidatas a gobernadoras, vicegobernadoras, alcaldesas municipales provinciales y alcaldesas municipales distritales de Cajamarca de todas las organizaciones políticas participantes a través de sus personeros legales. La DCI del JNE deberá programar las fechas y horarios de las entrevistas a todas las mencionadas candidatas. Así también, el Canal JNETV realiza la entrevista designando a uno de sus comunicadores o comunicadoras. Es de formato libre y tendrá un tiempo de 8 minutos en la cual se tiene que dar a conocer el perfil de las candidatas y sus propuestas. La entrevista puede ser presencial, vía zoom o meet previa coordinación con las candidatas (con cámara encendida a fin de que los electores puedan conocerlas). Finalmente, los canales y radios aliados son aquellos canales y radios de la región Cajamarca que han

suscrito convenio con la DCI del JNE y retransmitirán la entrevista de las candidatas dos veces en sus medios de comunicación y serán replicados en sus redes sociales.

#### **3.4.6 Vías de financiamiento y formas de captación**

En este punto hay que señalar que el programa “Hablan las candidatas”, tiene un costo que está presupuestado en las actividades del JNE, debido a que, en época electoral, recibe un presupuesto para el desarrollo del proceso electoral. Por otro lado, el programa no genera mayores costos que los establecidos dentro de las actividades de la DCI que cuenta con equipos propios para la realización del programa, así como de un comunicador o comunicadora que realizará las entrevistas, éstas se realizarán por día y de acuerdo a la cantidad de candidatas inscritas, en donde la participación será equitativa entre todas las organizaciones políticas que participarán. La invitación será dirigida a la candidata a través de su personero legal.

Dicho esto, una forma de captación de financiamiento para el programa sería la participación de especialistas en temas con enfoque de género que puedan ser cubiertos por las instituciones internacionales como IDEA Internacional, PNDU entre otras ya sea de forma onerosa o gratuita. Esta actividad estaría a cargo del JNE.

## Capítulo IV: Análisis de deseabilidad, factibilidad y viabilidad del prototipo

### 4.1 Análisis de deseabilidad

La deseabilidad de un prototipo consiste en que los actores relevantes que requieren que se mitigue o elimine el problema anhelan que se concrete el prototipo y que, desde sus posiciones, influirán para que se logre.

a. ¿Esta solución innovadora es necesaria para los actores relevantes?

El prototipo de innovación, programa “Hablan las candidatas”, es un producto que permitirá que las candidatas a gobernadoras, vicegobernadoras, alcaldesas municipales provinciales y alcaldesas municipales distritales que participen en una elección subnacional en la región Cajamarca puedan ser visibilizadas ante los electores. Solo se puede elegir lo que se conoce y en muchas elecciones las candidatas no son visibilizadas pues se prefiere dar cobertura a los candidatos.

Esta cobertura del canal JNETV permitirá financiar una de las actividades de la campaña electoral de las candidatas, quienes, por falta de dinero, en muchas ocasiones no pueden contratar propaganda para su campaña y no cuentan con la atención de los medios de comunicación para que las inviten a asistir a entrevistas. Una cobertura de los medios de comunicación para candidatos y candidatas permitirá que el piso en ese rubro sea parejo para hombres y mujeres que buscan ser elegidos por los electores de la región Cajamarca.

b. ¿Las candidatas aceptaran la propuesta de solución innovadora?

Las candidatas entrevistadas refieren que no cuentan con el dinero suficiente para realizar sus campañas electorales, así que el programa “Hablan las candidatas” contribuirá a modo de vitrina para ellas y sus propuestas.

En un contexto en el que los medios de comunicación de Cajamarca y también en otras regiones brindan mayor cobertura a los hombres que las mujeres, esta iniciativa permitirá mitigar el problema de la alta subrepresentación de las mujeres como autoridades electas.

Las candidatas, al ser entrevistadas y dar a conocer sus propuestas, estarán ofreciendo al electorado una alternativa más para la elección de las autoridades con lo cual se promoverá una competencia con igualdad de oportunidades en cuanto a la visibilización de los candidatos, lo cual es uno de los requisitos de la democracia representativa. Por las razones expuestas, la solución innovadora será atractiva y aceptada por las candidatas.

**Tabla 34**

Análisis de deseabilidad

Actor	Nivel de influencia	Nivel de deseabilidad
Las candidatas	Alto	Alto
La DCI del JNE	Alto	Alto
Canal JNETV	Alto	Alto
Los canales aliados	Alto	Medio

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2 Análisis de factibilidad

La factibilidad de la solución involucra cuatro áreas principales que afectan la implementación: el equipo de trabajo de la organización, las capacidades que necesita la organización para lograr la solución, el tiempo que dispone la organización y las normas que regulan o involucran la innovación (Guía-Proyecto final de innovación) de acuerdo con:

- a. ¿Puede el equipo de trabajo del JNE hacer que suceda la solución?

El JNE es un organismo con competencia a nivel nacional. Su misión es fiscalizar la legalidad de los procesos electorales, que exista una competencia justa y transparente entre los candidatos, es en encargado de administrar justicia en materia electoral, sus resoluciones son irrevisables y definitivas en última instancia, a través del ROP custodia y mantiene el registro de las OP, también conoce los expedientes administrativos que se generen producto de la elección de autoridades como son las vacancias y suspensiones.



De acuerdo con la Resolución N.º 033-2022-P/JNE del 19 de abril de 2022, que aprueba el Plan Estratégico Institucional 2022-2026 del JNE y que en su punto 1.3. señala cuáles son las funciones institucionales.

Las funciones del JNE se enmarcan en el desarrollo de asuntos jurisdiccionales, además de labores fiscalizadoras, educativas, normativas y administrativas electorales. Por ello, la solución planteada se encuentra en manos del JNE, que tiene como una de sus funciones brindar servicios directos a la ciudadanía y en este caso en concreto, dar a conocer a los electores, ciudadanos mayores de 18 años, que las candidatas también son una opción viable y que si así lo consideran pueden ser autoridades en sus regiones, provincias y distritos.

El JNE cuenta con la DCI, dirección que se encarga de su comunicación e imagen, de brindar una información veraz, actualizada en sus redes sociales y en su portal institucional.

Con lo descrito se evidencia que sí es posible que el equipo de trabajo del JNE haga que suceda la solución innovadora pues tendría que acogerla como un proyecto institucional.

**b. ¿Qué capacidades necesita tener el JNE para crear y entregar la solución innovadora?**

El JNE deberá suscribir convenios con los canales aliados en Cajamarca a través de alianzas que permitan que los canales aliados estén comprometidos con la solución innovadora y realicen la retransmisión del programa “Hablan las candidatas”. Se puede ofrecer otros programas del JNE a los canales aliados y cursos para los comunicadores en materia electoral con la finalidad de que estén capacitados en dicho tema.

El JNE debe tener la capacidad de convocar y convencer a los canales aliados de que la solución innovadora traerá consigo mejores y más oportunidades a las candidatas y nivelará el piso para las candidaturas de hombres y mujeres que pretendan ser autoridades electas en sus localidades.

Además, necesita contar con toda la logística para la creación y grabación del programa, la cual actualmente sí la tiene a través de su canal JNETV.

Del mismo modo, debe capacitar a los comunicadores que entrevistarán a las candidatas en materia electoral con enfoque de género.

Además, se tiene que crear una campaña de marketing del programa “Hablan las candidatas” en el canal JNETV, la web institucional y las redes sociales, con la finalidad que los electores de Cajamarca puedan conocer del programa que entrevistará a las candidatas y dará a conocer sus propuestas.

En un estudio sobre la radio y televisión en el Perú: Estudio sobre las actitudes, hábitos, evaluación y opinión hacia la radio y televisión en el Perú, realizado en noviembre de 2009, por el CONCORTV, respecto a la penetración de las tecnologías de información y comunicación, en el departamento de Cajamarca, se tiene que el 97.6% cuenta con televisión, mientras que, un 93.5 % con radio. El estudio revela que en Cajamarca ven televisión el 99.3% y en 12 ciudades incluida Cajamarca, a nivel de en todos los estratos sociales, alto: 97.1 %, medio 99.4%, bajo 99.2%, muy bajo 98.8% y extrema pobreza 94.2%, en cuanto a las edades, de 18-29: 98.8%, 30-34: 99.1%, 45-64: 98.4%. 65 a más 96.2%. En Cajamarca el promedio de horas que ven la televisión es de 2:42 horas en promedio, todos los días de la semana, con mayor frecuencia en la noche, en donde los programas noticieros tienen una acogida de 72.5%. Por otro lado, la aparición de nuevas tecnologías ha disminuido el consumo de la televisión, en Cajamarca, en un 18.2%. (CONCORTV, 2010).

El programa “Hablan las candidatas” tiene como objetivo principal que las candidatas y sus propuestas sean visibles para los electores, lo cual les permite, ser una opción al momento de emitir su voto. Este programa es una acción afirmativa al igual que la cuota de género, que en el periodo en estudio era una exigencia legal, la misma que no asegura que se tendrán más autoridades mujeres, pues, el incluir mujeres en una lista no es suficiente para que sean electas, sin embargo, es un inicio, que luego dio pase al principio de paridad, con una alternancia incluida, que permite que exista una representación descriptiva de la mujeres, es decir, tener más mujeres autoridades, como vienen ocurriendo en el Congreso de la República, es por ello, que la propuesta de programa de una u otra manera será el inicio para una igualdad de condiciones en cuanto al uso de los medios de comunicación, en especial, la televisión.

Se considera que tendrá una acogida pues los ciudadanos en Cajamarca, si ven la televisión, y será una forma de que los gastos de campaña de las candidatas

sean cubiertos de alguna manera por el Estado, con el objetivo de brindar las mismas condiciones y oportunidades a hombres y mujeres que ejercen su derecho a la participación política, en específico, el derecho a ser elegidos.

**c. ¿El JNE cuenta con el tiempo adecuado para la producción de la solución?**

El JNE, a través de la DCI que administra el canal JNETV, cuenta con toda la logística para la realización de las entrevistas. El tema de los convenios tomará el tiempo que el JNE destine para su coordinación, evaluación y aceptación con los canales aliados, que puede ser de 3 a 4 semanas.

**4.3 Análisis de viabilidad**

De acuerdo con las siguientes preguntas se puede evaluar la viabilidad de la solución innovadora.

**a. ¿Cuál es la estructura de costo de su proyecto de innovación?**

La DCI fomenta la difusión de información a través de distintos canales y uno de ellos es el canal JNETV. El canal JNETV puede realizar la entrevista a las candidatas pues es parte de la labor periodística que realizan.

Para la emisión del programa se necesita:

Recursos Humanos:

Productor: contacto con las candidatas.

Comunicadores: conductor del programa

Camarógrafo: parte del staff del canal JNETV

Editor: personal del canal JNETV que se encarga de la edición de la entrevista.

Logística:

Para un fondo especial para el programa “Hablan las candidatas”: 300 soles

Equipos propios del canal JNETV: switcher, cámaras y set de grabación.

Tiempo:

Las entrevistas se realizarán del 1 de junio al 15 de setiembre del año en que se realizan las elecciones subnacionales. Se pueden entrevistar como mínimo a tres candidatas por día.

**Tabla 35**

*Estimación de costes*

ESTIMACIÓN DE COSTES				
Etapa de Implementación (Inicio de operaciones del Programa)				
Concepto	Cantidad	Costo Unitario/mensual	Costo total/por proceso electoral	Fuentes de financiamiento
<b>Recursos Humanos (RH)</b>				Dirección de Comunicaciones e Imagen del JNE
Comunicador	2	0	0	
Productor	1	0	0	
Editor	1	0	0	
Camarógrafo	1	0	0	
Total	5	0	0	
<b>Materiales por utilizar (MU)</b>				
Switcher	1	0	0	
Cámaras	1	0	0	
Set de grabación	1	0	0	
Fondo especial para el programa	1	300	300	
Total	4	300	300	
<b>Otros servicios (OS)</b>				
Alimentación		150	150	
Pasajes a Cajamarca		500	500	
Movilidad local		200	200	
Total		850	850	
Costo estimado		RRHH	0	
		MU	300	
		OS	850	
		Total	1150	

Fuente: Elaboración propia.

**b. ¿Cuál es la fuente de financiamiento de su proyecto de innovación?:**

La fuente de financiamiento son recursos propios del JNE. El monto forma parte del financiamiento que se le asigna a la DCI por el concepto de presupuesto en época electoral. Además, la labor que realizarán el comunicador, productor, editor y camarógrafo es parte de sus labores propias que brindan al JNE.

La partida presupuestal corresponde al código

AOI00047800017 CONTENIDOS GENERADOS PARA IMPULSAR Y FORTALECER LOS PROGRAMAS INSTITUCIONALES EN EL CANAL JNE TV CON EL USO DE NUEVOS MEDIOS Y TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN  
150101: LIMA 001: ACCION 1 : Muy Alta

Por Resolución N.º 033-2022-P/JNE del 19 de abril de 2022, el JNE aprobó su Plan Estratégico Institucional 2022-2026, estableciendo su política institucional en base a tres ejes o pilares fundamentales: Eje 1: Fortalecimiento del Sistema Electoral, como base del desarrollo político institucional y la gobernabilidad democrática, Eje 2: Gestión del conocimiento en materia electoral y fortalecimiento de valores democráticos en la ciudadanía y Eje 3: Gestión institucional eficiente, moderna y descentralizada al servicio del país.

El programa “Hablan las candidatas” se encuentra en el Eje 2, en los lineamientos 5: participación ciudadana y 6: Igualdad de género, interculturalidad y derechos humanos e inclusión. El primero trata sobre la promoción de la participación ciudadana en las decisiones públicas, buscando que dichas decisiones representen sus intereses y, de este modo, fortalecer el sistema democrático del país, mientras que, la segunda, sobre la aplicación de los enfoques de igualdad de género, interculturalidad y derechos humanos de manera transversal en todas las actuaciones individuales y corporativas.

La política institucional del JNE se encuentra armonizada con las políticas de Estado expresadas en el Acuerdo Nacional, los Objetivos de Desarrollo del Plan Bicentenario y los Ejes comprendidos en la Política General del Gobierno al 2026. En cuanto al Acuerdo Nacional, el JNE enmarca sus acciones dentro de su Eje 1: Democracia y Estado de Derecho y en este eje los lineamientos indicados son Régimen democrático y Estado de Derecho, Democratización y fortalecimiento del sistema de partidos.

Respecto al Plan Bicentenario, y debido a su naturaleza jurídica, el JNE articula su accionar en el Objetivo Nacional 1 y el Objetivo Especifico 1.3., el primero, Plena vigencia de los derechos fundamentales y la dignidad de las personas y el segundo Consolidación de la institucionalidad democrática y la participación política de la ciudadanía.

Y con el Objetivo Nacional 3 y Objetivo Especifico 3.1, el primero Estado democrático y descentralizado que funciona con eficacia, eficiencia y articuladamente entre sus diferentes sectores y los tres niveles de gobierno al servicio de la ciudadanía y el desarrollo, garantizando la seguridad nacional, y, el segundo, agilidad, transparencia y eficacia de la administración pública en todos sus niveles, al servicio de los derechos de las personas en general y de los emprendedores e inversionistas en particular, con revaloración de los servidores y funcionarios públicos.

En cuanto a la Política General del Gobierno 2021 – 2026, está se aprobó a través del Decreto Supremo N.º 164-2021-PCM, publicado el 16 de octubre de 2021 en el diario El Peruano, está relacionadas con las Políticas de Estado, el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional y la Visión del Perú al 2050. Esta Política General, tiene 10 ejes, el JNE se enmarca en el eje 6: Fortalecimiento del sistema democrático, seguridad ciudadana y lucha contra la corrupción, narcotráfico y terrorismo.

Por otro lado, los Objetivos Estratégicos Institucionales del 2022 al 2026, son 6, el que encaja en la propuesta de innovación sería el OEI 04. Promover la cultura democrática y la gestión del conocimiento en materia cívica y electoral en favor de la ciudadanía y las organizaciones políticas y sociales, tiene un indicador el Porcentaje de participantes satisfechos con las acciones educativas.

Sobre este punto consideramos que es necesario agregar un indicador que mida como se promueve la cultura democrática en favor de las organizaciones políticas. Una propuesta sería “Indicador: Porcentaje de candidatas que acudieron al programa “Hablan las candidatas” y cuántas de estas fueron elegidas por los electores”, este programa permitirá que las candidatas en las campañas electorales reciban un apoyo del Estado a través de la difusión de sus propuestas que serán replicadas en los canales aliados de Cajamarca.

Hay que señalar que en el OEI 04 se tiene Acciones Estratégicas, la que encuadra sería la AEI. 4.3: Información y sensibilización para la participación cívico-electoral de la ciudadanía, debido a que, el programa no solo es visibilizar a las candidatas, sino que la ciudadanía esté informada de las opciones que tienen para elegir a sus autoridades y entre ellas, las candidatas. Estas acciones estratégicas están a cargo de la DNEF. La propuesta es que el programa “Hablan las candidatas” esté a cargo de la Dirección de Comunicaciones e Imagen del JNE, en esencial, de acuerdo con su ROF que señala que dicha dirección es la encargada del manejo del

Canal TVJNE, que establece las funciones de la DCI, en el numeral 8 del artículo 45 del ROF, que señala “Diseñar, producir, supervisar y gestionar la programación y el contenido del canal institucional del JNE, Canal JNE TV, priorizando la difusión de las actividades o proyectos institucionales, entre otros, acordes con los objetivos institucionales, así como gestionar la programación de contenidos de otras entidades que se hayan establecido por convenio y que sean emitidas por el canal institucional”.



## Conclusiones

1. Una de las primeras conclusiones es que en el ámbito subnacional es donde se necesita mayor atención por parte del Estado y donde se tiene la mayor cantidad de cargos por elección popular, son 13 032 autoridades. Por otro lado, en el ámbito legislativo, que es más visible, son 130 los cargos a ocupar, de los cuales al 2023, se tiene a 50 congresistas mujeres, lo que equivale a un 38% mientras que las autoridades mujeres electas a nivel subnacional no llegan a un 5% como gobernadoras o alcaldesas o a un 25% como consejeras regionales o regidoras.
2. En una sociedad machista como la Cajamarquina, en dónde las experiencias y opiniones de las mujeres no se consideran en la toma de decisiones, pues se piensa que no tienen mucho que decir, es difícil combatir un problema estructural que afecta todas las relaciones sociales. Por ello, es importante visibilizar a las mujeres, sus conocimientos, experiencias y sentimientos a fin de que sean escuchadas por todos. En este sentido, la solución innovadora busca visibilizar a las candidatas y sus propuestas.
3. Producto de este machismo, se pudo evidenciar que son pocas las mujeres que están convencidas que su participación en la política es necesaria y urgente pues permitirá que exista una sociedad más democrática y que la toma de decisiones sea compartida entre mujeres y hombres. Esa falta de convicción de las mujeres para participar en política, la autoexclusión, tiene como causas la falta de tiempo el cual lo dedican a los quehaceres del hogar o el cuidado de niños y adultos mayores o la falta de recursos económicos o la falta de capacitaciones que les permitan participar activamente en la política de sus comunidades.
4. Así también, se tiene organizaciones políticas (partidos políticos o movimientos regionales) que siguen manteniendo en sus cargos directivos solo a hombres, continúan excluyendo a mujeres de estos puestos de decisión. En el periodo en estudio por cumplir la cuota de género muchas de ellas, colocaban a las mujeres en el tercio inferior de la lista de candidatos, con lo cual anulaban totalmente su posibilidad de que sean electas y formen parte de un concejo municipal provincial o distrital.
5. Uno de los actores relevantes en una contienda electoral (competencia electoral) son los medios de comunicación, que son los encargados en la mayoría de



casos de visibilizar a los candidatos y las candidatas y a sus propuestas, recordemos que la radio y la televisión son los medios más escuchados y vistos por los peruanos y peruanas, entonces, si estos brindan una cobertura mínima a las mujeres, no estamos brindando las mismas condiciones a los hombres y mujeres, pues los primeros a razón de contar con mayores recursos económicos exponen sus candidaturas en los medios de comunicación, generando una total desventaja frente a las mujeres candidatas.

6. Como se expuesto en líneas arriba las mujeres candidatas no cuentan con un financiamiento público o privado que le permita costear una campaña electoral, la que en muchos casos generaran gastos exorbitantes asumidos por los hombres, esta desventaja que enfrentan las mujeres, debe ser de alguna manera paleada por el Estado con el objetivo de que las elecciones sean justas para todos los que participan en ella, teniendo como referencia el principio de igualdad entre los candidatos y candidatas.
7. Por este motivo, esta iniciativa involucra a uno de los organismos del sistema electoral, el JNE, que, como parte de sus funciones, debe garantizar que se lleve a cabo una contienda justa, transparente y que refleje la votación de los electores. Al ser uno de los principios del derecho electoral la igualdad de condiciones entre las ciudadanas y los ciudadanos que pretender ser electos como autoridades de sus localidades, el que se cumpla está igualdad garantiza una elección en democracia.
8. Por las razones expuestas, es necesario y urgente que existan propuestas que contribuyan a que el derecho a la participación política sea efectivo en las mujeres, no solo en cantidad sino en busca de una agenda de género que permita que las mujeres tengan las mismas condiciones y oportunidades que tienen los hombres, es por ello, que con el programa “Hablan las candidatas” se buscará visibilizar a las candidatas y sus propuestas acerca de las experiencias, los conocimientos y la percepción de los problemas de sus comunidades, en una entrevista que tendrá una duración de 15 minutos, con la difusión de este programa, se pretende solucionar el problema de la invisibilización de las candidatas.
9. El programa “Hablan las candidatas” se enmarca dentro de las acciones afirmativas que puede realizar un Estado, estas que buscan que se brinde la

igualdad entre los ciudadanos y ciudadanas, una igualdad que en el presente caso, permitirá una visibilización de las candidatas y sus propuestas como la realizan los candidatos dentro de una campaña electoral, que a fin de cuentas busca que los electores conozcan sus propuestas y puedan tenerlas como una opción al emitir su voto en una elección popular. Con los convenios que se realizarán con los canales aliados en la región Cajamarca, estos retransmitirán el programa que será elaborado y ejecutado por el canal JNETV del JNE.

10. Los componentes del prototipo final de la innovación permitirá la construcción del programa “Hablan las candidatas”, así tenemos que los programas en vía tradicional vs los programas vías virtuales ambos permitirán la difusión de las candidatas y sus propuestas, la publicidad que se realice en las distintas plataformas de los organismos electorales y de los canales aliados permitirá que las estrategias de comunicación en ambas vías lleguen a más ciudadanos y ciudadanas, siendo importante la preparación de las candidatas temas como la comunicación con enfoque de género, las vías del financiamiento y formas de captación, están a cargo del JNE, en relación al financiamiento este proviene del presupuesto que se le asigna al JNE en época electoral y la DCI asumirá el costo como parte de sus actividades enmarcadas en el ROF.
11. Con el trabajo institucional que realiza el JNE permitirá que se firmen convenios con los canales aliados en Cajamarca, los mismos que tienen como compromiso retransmitir las entrevistas del programa “Hablan las candidatas”, y el compromiso del JNE es brindarle toda la información que se tiene durante el desarrollo del proceso electoral, considerando que el canal JNETV se da por cable y no por señal abierta.
12. Finalmente, la deseabilidad, factibilidad y viabilidad de acuerdo con los análisis realizados, son positivos, debido a que esta acción afirmativa contribuirá a que la participación de las mujeres en política, en el caso de las mujeres candidatas en una elección subnacional puedan competir en igualdad de condiciones que los candidatos y que mejor que sea el JNE organismo constitucional autónomo que fiscaliza la legalidad de los procesos electorales y que además cuenta con los recursos para realizar el programa “Hablan las candidatas”.

## Bibliografía

- Acevedo, J. (2019). Los medios de comunicación como actores políticos. Cobertura de las elecciones presidenciales de 2016 en Perú. En Colección Grupos de Trabajo, Comunicación para la resistencia, Conceptos, tensiones y estrategias en el campo político de los medios (pp. 99-146). FES Comunicación. Ediciones de Periodismo y Comunicación EPC, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO).
- Álvarez, R. & Martínez J. (2014). Subrepresentación política de las mujeres en el Estado de México, una mirada desde el género, 51, pp. 103-139.
- Astudillo, C. (2016). La postulación de candidaturas partidistas e independientes en América Latina en el contexto de los derechos de participación política. En F. Freidenberg y B. Muñoz-Pogossian (Eds.), *Reformas a las Organizaciones de Partidos en América Latina (1978-2015)* (pp. 109–132). Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad Nacional Autónoma de México, OEA Organización de Estados Americanos y Sociedad Argentina de Análisis Político.
- Barrère, M. A. (2002). La acción afirmativa: Análisis del concepto y propuestas de revisión. En: *Jornadas sobre Políticas locales para la igualdad entre hombres y mujeres*. Victoria-Gasteiz, España. Recuperado de: <http://www.uv.es/cefd/9/barrere2.pdf>.
- Bernales, E. (2006). El derecho humano a la participación política. *Derecho PUCP/ Pontificia Universidad Católica del Perú*, MMVI, (59), 9-32.
- Cáceres, K. (2019). Ojos que no ven, ciudadanos que no votan... ¿Cómo se ha regulado el acceso a los medios de comunicación en tiempos electorales en América Latina? Documento de Trabajo No. 12. Observatorio de Reformas Políticas en América Latina.
- Caminotti, M., Došek, T., Freidenberg, F. & Muñoz-Pogossian, B. (Editores). (2018). *Mujeres en la política. Experiencias nacionales y subnacionales en América Latina*. (1ra ed.). Instituto Electoral de la Ciudad de México & Universidad Nacional Autónoma de México.
- CEPLAN. (2011). Plan Bicentenario: el Perú hacia el 2021. Recuperado de <https://www.ceplan.gob.pe/documentos /plan-bicentenario-el-peru-hacia-el-2021/>
- Claro, M. (2005). *Acción afirmativa. Hacia democracias inclusivas*. Santiago de Chile: Fundación Equitas.
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión. CONCORTV. (2010). Estudio sobre las actitudes, hábitos, evaluación y opinión hacia la radio y televisión en el Perú.
- Crespo, I. & Moreno, C. (2015). Los efectos de la comunicación política en el comportamiento electoral, *Derecho Electoral*, Segundo Semestre, Número 20, pp. 76-110.
- D'Adamo, O. & Freidenberg, F. & García, V. (2000). Medios De Comunicación De Masas y Establecimiento de la Agenda: Un Estudio Empírico en Argentina, *América Latina, Hoy*, N.º 25, pp 57-66.

- Defensoría del Pueblo. (2021) *Informe de Adjuntía N° 025-2021-DP. Impacto de la paridad y alternancia en las elecciones generales 2021 y desafíos pendientes*. Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2021-13654.
- Del Valle, C. (2019). La comunicación (y la) política: la propaganda, sus técnicas y el nacimiento del régimen de la noticia-mentira. En Colección Grupos de Trabajo, Comunicación para la resistencia, Conceptos, tensiones y estrategias en el campo político de los medios (pp. 35-53). FES Comunicación. Ediciones de Periodismo y Comunicación EPC, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO).
- Dieter, N. & Zovatto, D. & Orozco, J. & Thompson, J. (2007). Tratado de derecho electoral comparado de América Latina. Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Universidad de Heidelberg, International IDEA, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Instituto Federal Electoral. 1364 p.
- Franco-Cuervo B. & Flórez J. (2019). Participación electoral. ¿Esencia de la democracia? 271-288. La Democracia en su contexto, Segunda edición renovada en homenaje a Dieter Nohlen en su octogésimo aniversario. Universidad Nacional Autónoma De México. Instituto de Investigaciones Jurídicas. Serie Doctrina Jurídica, núm. 879.
- Freidenberg, F. (2018). Ellas también saben. Estereotipos de género, resistencias a la inclusión y estrategias para feminizar la política. *Pluralidad y Consenso*, 8(35), pp. 86-101.  
<http://revista.ibd.senado.gob.mx/index.php/PluralidadyConsenso/article/view/521>
- Freidenberg, F., Saavedra, C. (2020). La democracia en América Latina. *Revista Derecho Electoral*, 30, pp. 1-42. [https://doi.org/10.35242/RDE\\_2020\\_30\\_1](https://doi.org/10.35242/RDE_2020_30_1)
- Freidenberg F. y Garrido, S. (2021). Régimen electoral de género y representación política de las mujeres a nivel subnacional en México. *Revista de Ciencia Política*, 41(1), pp. 67-101.
- Hinojosa, M. & Vásquez, L. (2018). Selección de candidaturas, partidos y mujeres en América Latina. Mujeres en la política. Experiencias nacionales y subnacionales en América Latina. (1ra ed.). Instituto Electoral de la Ciudad de México & Universidad Nacional Autónoma de México. pp. 35-67.
- Instituto Interamericano de Derechos Humanos. (2017). *Diccionario electoral. Tercera edición: Vol. 1* (Serie Elecciones y Democracia). IIDH/CAPEL y TEPJF.
- Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral (IDEA Internacional) & Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (2015). *El financiamiento de los partidos políticos y las campañas electorales: Manual sobre financiamiento político Partidos políticos, participación y representación*
- Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral (IDEA Internacional) (2010). Banco Interamericano de Desarrollo (BID) 2010 *Partidos políticos y paridad: La ecuación pendiente*

- Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral (IDEA Internacional) (2012). Ojos que (aún) no ven, nuevo reporte de ocho países: género, campañas electorales y medios en América Latina.
- Llanos, B. & Roza, V. (2018). Más poder, menos mujeres: desigualdades de género en los partidos políticos latinoamericanos. *Mujeres en la política. Experiencias nacionales y subnacionales en América Latina*. (1ra ed.). Instituto Electoral de la Ciudad de México & Universidad Nacional Autónoma de México. pp. 69-97.
- Llanos, B & Sample, K. Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral (IDEA Internacional) (2008). 30 años de democracia: ¿en la cresta de la ola? Participación política de la mujer en América Latina.
- Llanos, B. & Sample, K. (2008), Del dicho al hecho: Manual de buenas prácticas para la participación de mujeres en los partidos políticos latinoamericanos. Instituto Internacional para la Democracia y Asistencia Electoral (IDEA Internacional)
- Matute, G. & Cuervo, S. & Quintana, V. Salas, R. & Valdés, A. & Valdivia, P. (2011). Rol de los medios digitales en el marketing electoral: el caso de Lima. *Gerencia para el Desarrollo 20*. Universidad ESAN. 220 p.
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2019). Política Nacional de Igualdad de Género, Decreto Supremo N.º 008 -2019-MIMP.
- Muñoz-Pogossian, B. y Freidenberg, F. (2022). Estrategias de recaudación, financiamiento público para campañas electorales de mujeres y reformas partidistas en América Latina. *Elecciones* (julio-diciembre), 21(24), pp. 15-68. DOI:10.53557/Elecciones.2022.v21n24.01
- Nohlen, D. (2004). La participación electoral como objeto de estudio. *Elecciones*, 3, pp. 137-157
- Organización de las Naciones Unidas Mujeres. (2015). *La hora de la igualdad sustantiva*. Participación política de las mujeres en América Latina y el Caribe Hispano.
- Observatorio de Participación Política de las Mujeres en México. [Página web institucional]. <https://observatorio.inmujeres.gob.mx>
- Observatorio de Reformas Políticas en América Latina (1978-2022). Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ-UNAM) y Washington, D.C.: Secretaría para el Fortalecimiento de la Democracia de la Organización de los Estados Americanos. Elaboración por Flavia Freidenberg y Ximena Molina. Actualización por: Lucia Rosemblat y Ximena Molina. Fecha de actualización: 25 de febrero de 2022. Fecha de publicación: 8 de marzo de 2022. DOI: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14519697.v2>. Disponible en: <https://reformaspoliticas.org/regimen-electoral-de-genero/>
- Palma, E. & Cerva, D. (2014). La importancia de las instituciones y la organización de las mujeres el cumplimiento de la cuota de género en las elecciones federales mexicanas de 2012". *Revista Política y gobierno*, Volumen XXI, Número 2, II Semestre 2014, pp. 289-323.

- Paredes, M. & Došek, T. (2020). *The Subnational Indigenous Quota in Peru: The Paradoxes of Political Representation*. University of Miami. DOI 10.1017/lap.2020.9
- Poulsen, K. (2018). ¡Somos ciudadanas! Ciudadanía y sufragio femenino en el Perú. Colección Historia de la democracia peruana. Serie participación ciudadana. (1ra. Ed.). Jurado Nacional de Elecciones. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Puddephatt, A. (2019). Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información, 14, Redes sociales y elecciones. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y la Oficina Regional de Ciencias de la UNESCO para América Latina y el Caribe.
- Ruiloba Nuñez, J. (2014). Mujeres en el gobierno local: más allá de los números. Reflexión política. Vol. 16. Issue 31, 54-63.
- Soto, C. (2009). Acciones positivas: formas de enfrentar la asimetría social. En: Bareiro, L., y Torres, I. (eds.). *Igualdad para una democracia incluyente*, (pp. 65-84). San José: IIDH.
- Tuesta, F. y Mendieta, T. (2006). Hecha la ley, ¿hecha la trampa?: una evaluación del financiamiento de los partidos políticos. Derecho PUC, MMVI. N.º 59 Revista de la Facultad de Derecho, Fondo Editorial de la Universidad Pontificie Católica del Perú
- Valle G. (2018). *La subrepresentación de mujeres en cortes subnacionales. Tesis para obtener el título de maestría de Investigación en Ciencias Políticas*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador Departamento de Estudios Políticos Convocatoria 2015-2017.
- Zubieta, E. & Delfino, G. (2010). Participación política: concepto y modalidades. *Anuario de Investigaciones*, XVII( ), pp. 211-220. Fecha de Consulta 16 de Septiembre de 2022]. ISSN: 0329-5885. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=369139946011>



**Anexos**

## ANEXO 1

### Matriz de consistencia del diseño de investigación sobre la arquitectura del problema público

Dimensión de la arquitectura del problema	Preguntas	Objetivos	Hipótesis	Fuentes de dato	Herramientas
La magnitud del problema en América Latina y el Perú.	Pregunta 1: ¿Cuántas mujeres participan en política en América Latina y el Perú?	Determinar el porcentaje de mujeres que participan en política en América Latina y el Perú	Se estima que el porcentaje de mujeres que participan en política en América Latina y el Perú es menor en comparación al de los hombres.	Documentos oficiales CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe	Revisión de base de datos
La magnitud del problema en la región Cajamarca	Pregunta 2: ¿Cuántas mujeres son elegidas como autoridades en las elecciones municipales distritales del 2010-2018 en Cajamarca?	Determinar el porcentaje de mujeres autoridades electas en las elecciones distritales en la región Cajamarca entre los años 2010 al 2018	Se estima que el porcentaje de mujeres autoridades electas es menor a los hombres autoridades electos	InfoGob del JNE	Revisión de base de datos



Dimensión de la arquitectura del problema	Preguntas	Objetivos	Hipótesis	Fuentes de dato	Herramientas
Proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones municipales distritales en Cajamarca	Pregunta 3: ¿Cómo es el proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones municipales distritales en Cajamarca?	Describir el proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones municipales distritales en Cajamarca	El proceso de postulación se realiza en las OP, las candidatas pueden ser elegidas o invitadas a participar, los dirigentes de las OP son quienes las ubican en las listas de candidatos. Las OP participan en las elecciones municipales distritales a través de sus listas de candidatos. Es el electorado quien elige a la lista de candidatos de su	Candidatas	Entrevista
				Expertas	Entrevista
				Documentos oficiales	Revisión documental

Dimensión de la arquitectura del problema	Preguntas	Objetivos	Hipótesis	Fuentes de dato	Herramientas
			preferencia, no se elige a candidatos sino a la lista de candidatos.		
Los actores que intervienen en el proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones municipales distritales en Cajamarca	Pregunta 4: ¿Quiénes son los actores que intervienen en el proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones municipales distritales en Cajamarca en los años 2010 al 2018?	Determinar quienes son los actores que participan en el proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones municipales distritales en Cajamarca	Los actores que participan en el proceso de postulación,	Candidatas	Entrevista
			selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones municipales	Expertas	Entrevista
			distritales en Cajamarca, son las OP, la ONPE, el JNE, los medios de comunicación, las empresas privadas y	Documentos oficiales	Revisión documental

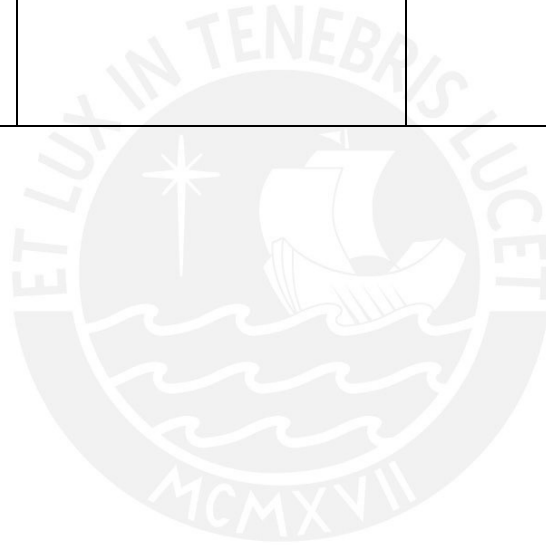
Dimensión de la arquitectura del problema	Preguntas	Objetivos	Hipótesis	Fuentes de dato	Herramientas
			el electorado.		
Características sociales y culturales de Cajamarca	Pregunta 5: ¿Cuáles son las características sociales y culturales de Cajamarca?	Describir las características sociales y culturales de Cajamarca	Algunas características son el analfabetismo, una sociedad machista, la influencia que reciben de Lambayeque y Amazonas las provincias ubicadas en el norte Cajamarca	Candidatas	Entrevista

## ANEXO 2

### Matriz de consistencia del diseño de investigación sobre las causas del problema público

Pregunta causal	Hipótesis	Objetivos	Hipótesis	Fuentes de dato	Herramientas
¿Qué genera la alta subrepresentación de mujeres como autoridades electas en las elecciones municipales distritales de Cajamarca del 2010 – 2018?	Las causas de la alta subrepresentación de mujeres como autoridades electas en las elecciones municipales distritales de Cajamarca son el machismo existente en Cajamarca, la exclusión de las mujeres por las OP, las colocan en el tercio inferior de las listas y no las colocan como cabezas de lista, reciben una cobertura mínima de	Determinar quienes son los actores que participan en el proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones municipales distritales en Cajamarca	Los actores que participan en el proceso de postulación, selección, ubicación y elección de las mujeres en las elecciones municipales distritales en Cajamarca, son las OP, la ONPE, el JNE, los medios de comunicación, las empresas privadas y el electorado.	Candidatas	Entrevista
				Expertas	Entrevista
				Documentos oficiales	Revisión documental

Pregunta causal	Hipótesis	Objetivos	Hipótesis	Fuentes de dato	Herramientas
	los medios de comunicación y no cuentan con dinero para financiar sus campañas electorales.				



### ANEXO 3

#### Entrevista a candidatas

Introducción: Mi nombre es Amelia Hernández Donaire, soy estudiante de la maestría en Gobierno y Políticas Públicas de la PUCP y esta entrevista es un insumo para mi investigación sobre la subrepresentación de candidaturas de mujeres en las elecciones municipales distritales de los años 2010, 2014 y 2018 en Cajamarca.

El objetivo entonces no es periodístico ni político, sino académico. Si gusta, puede ser anónima. Me ayudaría que me permita grabar esta entrevista para registrarla, pero quería que me confirme primero que no hay problema. Tiene mi contacto, en cualquier momento usted puede decidir si prefiere que la información que me brinde no entre en mi investigación que será pública. En mi tesis el objetivo es explorar las oportunidades y dificultades que tienen las mujeres en su participación política.

Tópico	Preguntas
<b>Pregunta general</b>	¿Usted de acuerdo a su opinión o experiencia, cuál cree que son las causas o factores que inciden en la subrepresentación electoral en el caso de Cajamarca?
<b>Autoexclusión de las mujeres (Techos de cemento)</b>	<p>¿Cuál es su opinión sobre la igualdad de capacidades entre hombres y mujeres para participar en política?</p> <p>¿Considera usted que las mujeres no participan en política por decisión propia?</p> <p>Entonces, ¿Cuál usted cree que sean los motivos por los cuales se autoexcluyen?</p> <p>Tal vez sea por el tiempo y dinero.</p> <p>¿Considera que esta autoexclusión esta también mediada por la cultura local?</p>
<b>Exclusión de las mujeres por las propias organizaciones políticas (Techos de cristal)</b>	<p>¿Conoce usted, cómo las organizaciones políticas gestionan el tema de la representación y ubicación dentro de las listas? ¿Por qué cree que ocurre ello?</p> <p>¿Cómo describiría a las autoridades o dirigentes de la organización política donde participó?</p> <p>¿Diría que las autoridades o dirigentes de la organización política donde participó tienen prejuicios contra las habilidades de las mujeres para asumir los mismos roles que los hombres?</p> <p>¿Considera que las mujeres y los hombres tienen las mismas oportunidades para ser elegibles como candidatas y candidatos ante sus organizaciones políticas?</p> <p>¿Qué opinión le merece que los primeros lugares de las listas estén ocupados por</p>

	hombres?
<b>Poco apoyo a las candidaturas de las mujeres en sus campañas electorales de actores públicos y privados</b>	<p>Tomando en cuenta los recursos (tiempo y dinero) y riesgos (exposición mediática) de una campaña electoral, ¿Considera que las mujeres y hombres compiten en igualdad de condiciones en una campaña electoral?</p> <p>¿Considera que el acceso a recursos económicos es algo que diferencia las oportunidades de hombres y mujeres para entrar en política, en Cajamarca?</p> <p>¿Usted, considera que la participación en política, demanda más tiempo a las mujeres que a los hombres?</p> <p>¿Cuál es su opinión acerca del financiamiento de los privados frente a la candidatura de las mujeres?</p> <p>Cree que el privado apoya más a los hombres que las mujeres, ¿Por qué considera usted eso?</p>
<b>Reducida visibilidad de las mujeres en los medios de comunicación</b>	<p>¿Cuál es su evaluación acerca de los medios de comunicación y su tratamiento en las candidaturas de las mujeres?</p> <p>¿Considera que los medios de comunicación visibilizan las candidaturas de los hombres más que de las mujeres?</p> <p>¿Qué soluciones propone para el problema de la reducida visibilidad de las mujeres?</p> <p>Ante ese escenario, ¿Cuál considera que es la intervención más adecuada a aplicar?</p>
<b>Potenciales nuevas causas</b>	<p>Le gustaría agregar alguna otra causa o factor más que explique la subrepresentación de las mujeres en Cajamarca</p>
<b>Soluciones</b>	<p>Para establecer una solución, ¿Con que aspecto de lo conversado, cree que deberíamos concentrarnos?</p> <p>Frente a este problema público mencionado, ¿Cuál considera usted, que sería la mejor solución?</p>