

El republicano ha organizado grandes eventos para atraer donantes:

Recortes y costos legales marcan la derrota de la campaña de Trump en la carrera del dinero

El expresidente ha recaudado menos de la mitad que su rival demócrata, Joe Biden, según las últimas cifras oficiales.

NICOLÁS GARCÍA DE VAL

Conocido por sus habilidades para los negocios, Donald Trump tiene ahora un nuevo emprendimiento: vender biblias por 60 dólares. Es la nueva forma con la que el candidato republicano busca recaudar fondos en momentos en que va perdiendo la carrera del dinero en la que se espera sea la campaña presidencial más cara en la historia de Estados Unidos. La situación preocupa a sus asesores, que han llamado a recortar gastos, especialmente en los enormes mítines del exmandatario.

“¡Feliz Semana Santa! Hagamos que Estados Unidos vuelva a rezar. Al acercarse el Viernes Santo y la Pascua, los exhorto a comprar un ejemplar de la God Bless the USA Bible”, escribió Trump en su red Truth Social esta semana, agregando el enlace a un sitio web en el que sus seguidores pueden comprar la “Biblia Dios bendiga a EE.UU.” por US\$ 59,99.

Trump ha intentado pisar el acelerador en la recaudación de campaña ahora que virtualmente ganó las primarias republicanas, pero enfrenta una grave falta de fondos. Según los últimos datos mensuales del financiamiento de campaña, el candidato conservador disponía a fines de febrero de US\$ 33,5 millones. Esa cifra es muy inferior a la que tenía a estas alturas de la campaña en 2020 —cuando tenía más de US\$ 86 millones— y es menos de la mitad de lo que tenía Joe Biden a fines del mes pasado. El equipo de campaña del actual Presidente incluso ha aprovechado este dato para criticar a “Donald el arruinado” en un correo electrónico sobre el rival republicano, que suele poner apodos a sus rivales.

A diferencia del candidato demócrata, Trump ha tenido dificultades para atraer a pequeños donantes: en 2023 recaudó US\$ 50,4 millones de ellos; unos US\$ 82 millones menos que en la campaña de 2019. Eso lo ha llevado a enfocarse en grandes eventos de recaudación y ha realizado varios de estos, principalmente en su resort de Mar-a-Lago (en Florida), con multimillonarios. La tarjeta de invitación para una velada con



TRUMP tiene que pagar costosas sanciones y asesorías judiciales.

el expresidente el mes pasado en Nashville, por ejemplo, anunciaba una entrada de 1.000 dólares y más de 23.000 dólares por un acceso privilegiado, así como una foto junto al republicano.

Desde su comando niegan que su realidad sea tan precaria e insisten en que el dinero suele importar menos en las campañas presidenciales que en otros cargos de elección popular, ya que los candidatos y sus ideas, naturalmente, son más conocidos por los votantes, por lo que no necesitan invertir tanto en publicidad.

Sin embargo, en elecciones tan reñidas como han sido las últimas presidenciales en Estados Unidos, cada voto cuenta.

“Biden se beneficia de un Partido Demócrata sólido y unido que

respalda firmemente su candidatura. Trump, por otro lado, será el candidato de un partido dividido. Si bien es probable que muchos partidarios de (la excandidata Nikki) Haley eventualmente apoyen a Trump, en las urnas y con donaciones, es posible que no todos estén convencidos y puede que lleve algún tiempo. Además, es posible que algunos republicanos se sientan desanimados por la perspectiva de que sus contribuciones a Trump se destinen a sus problemas legales en lugar de a la campaña”, dijo a “El Mercurio” Jennifer Victor, analista política de la George Mason University.

Gastos al alza

Al problema de la recaudación

se suman las dificultades legales de Trump, quien está abrumado por las demandas y bajo cuatro inculpaciones penales, que lo llevaron a gastar US\$ 5,6 millones de las arcas de su comité de financiación Save America (“Salva a Estados Unidos”) en febrero solo para cubrir las costas legales.

Su problema más inminente es el pago de US\$ 175 millones de fianza de un caso de fraude civil. El monto es considerablemente menor a la sentencia que lo condenó a pagar US\$ 454 millones, pero luego podría verse obligado a entregar la suma total.

El exmandatario ya pagó una fianza de US\$ 92 millones por un caso vinculado a las acusaciones de difamación de la escritora E. Jean Carroll, que lo acusó de abuso

Victoria patrimonial

En medio de los problemas de dinero de su campaña, Trump se llevó una buena noticia la semana pasada cuando su red social Truth Social vio disparar sus acciones en sus primeros días en la bolsa. Si las ganancias se mantienen, la posición de Trump en la empresa valdrá unos 5.300 millones de dólares, elevando su riqueza total a unos 7.900 millones de dólares.

El miércoles, el expresidente subió al puesto 377 en la lista Bloomberg de multimillonarios, al alcanzar un patrimonio neto de más de 4.000 millones de dólares, sobrepasando así al magnate George Soros.

sexual. El año pasado, su equipo de campaña gastó más de US\$ 50 millones en costos legales, según Axios.

“Tengo mucho efectivo”, dijo el republicano en una rueda de prensa, pero lo cierto es que ha tratado de evitar entregar ese dinero durante semanas y algunos de sus abogados dijeron a los medios que no podía pagar.

No existe claridad sobre las reservas reales de dinero que tiene el exmandatario. El año pasado, aseguró disponer de US\$ 400 millones en efectivo, pero no hay seguridad de que los tenga y, de todas formas, no sería suficiente para cubrir el total del caso de fraude civil. Por otro lado, tanto él como sus empresas tienen fuertes deudas: su declaración ante la Comisión Federal Electoral del año pasado mostró que debía unos US\$ 200 millones y Forbes asegura que su empresa tiene deudas por cerca de US\$ 1.300 millones en 2021.

UberX y menos mítines

Para enfrentar los crecientes gastos legales y de campaña, Trump se ha enfocado en convencer a una pequeña cantidad de adinerados donantes republicanos como Rebekah Mercer y John Paulson, pero los megaeventos que hace para ganarse su apoyo —como el que tiene planeado para el 6 de abril— se han vuelto un problema para sus asesores.

Chris LaCivita, uno de ellos, se ha quejado en privado de que los mítines y eventos de campaña de Trump son demasiado grandes y costosos, por lo que ha pedido que se hagan esfuerzos para que tengan menos invitados y se realicen en lugares más pequeños, según CNN. El mismo medio asegura que otra de las asesoras del expresidente, Susie Wiles, les ha pedido a los miembros del equipo que hagan cambios para reducir los gastos, entre ellos tomar UberX, la opción más barata de la popular aplicación de transporte de pasajeros. También se está invirtiendo menos dinero en cosas como alojamiento, comidas y gastos diarios.

LaCivita ha reconocido públicamente que Trump ha dejado de realizar tantos mítines debido a los enormes costos. Por otro lado, su equipo lo integran casi la mitad de personas que en 2020, según Bloomberg.

Sus asesores de campaña plantean que, además de los gastos de este año, su temor es que se repita lo que les ocurrió en 2020, cuando un uso indiscriminado del dinero en los primeros meses lo dejó casi sin fondos hacia el final de la presidencial. Con los ajustes que está haciendo, el equipo del expresidente espera poder tener suficiente dinero para competir en noviembre.

Aunque algunos expertos plantean que la falta de dinero podría no llegar a ser una crisis para Trump, “Se cree que en 2024 solo ocho estados estarán en juego, lo que significa que una abrumadora mayoría del dinero de la campaña se gastará allí. Y, con rendimientos marginales decrecientes por cada dólar gastado en la campaña, en cierto punto el efecto de las diferencias en los fondos de guerra de la campaña (siempre que no sean abrumadoras) se volverá inexistente, dada la población comparativamente modesta de estos ocho estados: Arizona, Georgia, Michigan, Nevada, Pensilvania y Wisconsin; y en menor medida New Hampshire y Carolina del Norte”, dijo a este diario Mark Jones, analista político de la Universidad de Rice.

Leonard Steinhorn concuerda y destaca la facilidad que tiene Trump de tener presencia gratuita en los medios. “El dinero es el lubricante de la política y es esencial para orientar, publicitar y conseguir votos, pero, como hemos visto con la capacidad de Donald Trump para generar cobertura mediática, un candidato con conocimientos de relaciones públicas puede crear sonido envolvente sin gastar una gran cantidad de dinero en anuncios”, manifestó el profesor de Comunicación y experto en campañas presidenciales de la American University.