



Análisis Cuentas Claras

ELECCIONES 2014

FINANCIACIÓN DE LAS CAMPAÑAS Y RENDICIÓN DE CUENTAS EN ELECCIONES A CONGRESO 2014

Análisis de la información reportada en el aplicativo Cuentas Claras
por Candidatos y Organizaciones Políticas

Informe elaborado por Transparencia por Colombia

Bogotá, julio de 2014

Corporación Transparencia por Colombia

Consejo Rector

Alejandro Linares Cantillo
Andrés Echavarría Olano
Rodrigo Gutiérrez Duque
Rosa Inés Ospina Robledo
Margarita Garrido Otoya
José Alejandro Cortés Osorio
Carlos Angulo Galvis

Junta Directiva

Alejandro Linares Cantillo
Ángela Escallón Emiliani
Daniel Perea Villa
Esperanza González Rodríguez
Eulalia Arboleda de Montes
Fernando Cortés Mcallister
Fernando Jaramillo Giraldo
Rosa Inés Ospina Robledo

Directora Ejecutiva

Elisabeth Ungar Bleier

Equipo de trabajo

Marcela Restrepo Hung
Directora Área Sector Público

Sandra Martínez Rosas
Coordinadora Programas de Política

Diego Andrés Quintero
Karina Andrea Cruz Parra
María Alejandra Celis Galván
Investigadores

Ariel Arturo Cortes Rocha
Asesor Estadístico

Margareth Figueroa Garzón
Coordinadora de Comunicaciones

Corporación Transparencia por Colombia
Carrera 45ª n.º 93-61 Bogotá, D.C., Colombia
PBX. 610 0822
transparencia@transparenciacolombia.org.co
www.transparenciacolombia.org.co

Contenido

Presentación	4
Agradecimientos	5
Introducción	6
Descripción del Informe	8
Antes de empezar	9
Capítulo I. Diversidad y representación en el Congreso	16
A. Representación de grupos étnicos minoritarios	16
B. Rangos de edad de candidatos y elegidos al Congreso	18
C. Participación de mujeres candidatas y elegidas al Congreso 2014	19
Capítulo II. Financiación de campañas y rendición de cuentas elecciones al Congreso 2014	25
A. Descripción general de los ingresos de las campañas al Congreso	26
B. Descripción de contribuciones y créditos que aportan las personas jurídicas y naturales – código 102	35
C. Descripción general de los gastos de las campañas	41
D. Descripción de los gastos en publicidad – código 208	46
Conclusiones	49
Anexos	52
Lista de tablas y gráficas	62

Presentación

El informe “Financiación de Campañas y Rendición de Cuentas en Elecciones al Congreso 2014”¹, presenta un análisis sobre la rendición de cuentas de ingresos y gastos de campañas reportados por los candidatos y las organizaciones políticas en el aplicativo Cuentas Claras. Esta herramienta, desarrollada en formato web por Transparencia por Colombia², permite que los candidatos y las organizaciones políticas reporten los movimientos contables de sus campañas de acuerdo con lo estipulado en el marco normativo colombiano, con el fin de contribuir a hacer más eficaz, eficiente y transparente el proceso de recolección, sistematización y rendición de cuentas sobre financiación de campañas y partidos.

Cuentas Claras fue donado al Consejo Nacional Electoral (CNE), que lo ha avalado y adoptado como mecanismo oficial para la rendición de cuentas a través de la reglamentación recogida en las resoluciones 1094 de 2009, 0285 de 2010 y 1044 de 2011. El CNE avaló nuevamente el uso de Cuentas Claras para las elecciones al Congreso, Parlamento Andino y Presidencia de la República de 2014, mediante la Resolución 3097 de 2013³. El uso del aplicativo ha venido en continuo aumento: en las elecciones de Congreso de 2010 el 77.3 % del total de candidatos presentó sus reportes contables a través de esta herramienta dentro del plazo máximo permitido⁴, en las elecciones territoriales de 2011 el porcentaje aumentó a 83.7 % y en las elecciones de Congreso 2014 llegó al 92.8 % del total de los candidatos⁵.

La transparencia en la financiación de campañas electorales no solo implica la presentación de los informes contables a las autoridades electorales por parte de partidos y candidatos, sino también que estos reportes sean públicos. Por esta razón, a partir de las elecciones territoriales de 2011 el CNE avaló la inclusión en Cuentas Claras de un módulo de consulta pública para que la información reportada pueda ser examinada directamente por la ciudadanía

y los medios de comunicación a través del sitio web www.cnecontasclaras.com. Esto representa un gran avance en el país en términos del fortalecimiento de la transparencia financiera y el acceso a la información sobre la rendición de cuentas de las campañas políticas.

Continuar con el trabajo de promover la transparencia y el acceso a la información de la financiación de las campañas es fundamental para dar cumplimiento con la recientemente sancionada Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley 1712 de 2014). El artículo 2 de esta Ley determina que toda la información de interés público (como lo es la relativa a la financiación de las campañas) deberá ser oportuna, objetiva, veraz, completa, reutilizable y estar disponible en formatos accesibles a todos. A su vez, el artículo 5 indica que los partidos, movimientos políticos y los grupos significativos de ciudadanos son sujetos obligados a proveer información pública de manera proactiva.

¹Este informe es parte de las actividades desarrolladas dentro del Convenio de Cooperación suscrito entre la Misión de Observación Electoral (MOE) y Transparencia por Colombia en el marco del Grant Award No. AID-514-G-14-00002 entre MOE y USAID, del cual Transparencia por Colombia es subbeneficiaria.

²El aplicativo Cuentas Claras ha sido desarrollado con el apoyo financiero de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID por sus siglas en inglés) y en las primeras versiones de la herramienta contó con el apoyo técnico del Instituto Nacional Demócrata (NDI por sus siglas en inglés).

³Cuentas Claras fue utilizado por primera vez en las elecciones para el Congreso de la República y Parlamento Andino del año 2010. Luego de estos comicios, la herramienta fue revisada y ajustada para las elecciones territoriales de 2011 de acuerdo con la normatividad vigente para la presentación de los informes de ingresos y gastos de campañas.

⁴La Ley 1475 de 2011 establece como plazo máximo de envío dos meses después del día de las elecciones.

⁵Para las elecciones presidenciales de 2014, a junio 30 de 2014 el 100 % de los candidatos están reportando sus movimientos contables a través del aplicativo. La fecha límite para el envío definitivo de sus reportes será el 24 de julio para primera vuelta y el 15 de agosto para la segunda.

Agradecimientos

Transparencia por Colombia agradece al Consejo Nacional Electoral por darle continuidad al uso obligatorio del aplicativo Cuentas Claras en las elecciones de 2014, a USAID por financiar este informe, a la Asesora del Fondo Nacional de Financiación de la Política y a los contadores del Fondo que apoyaron la realización de los talleres con organizaciones políticas y estuvieron siempre dispuestos a aclarar dudas respecto al seguimiento de la información enviada a través del aplicativo durante el desarrollo de este informe.

Además, hace un reconocimiento especial a Ariel Cortés, desarrollador del aplicativo, y a todo el equipo de Investigación, Coordinación y Dirección de la Corporación Transparencia por Colombia que ha participado activamente en este proyecto.

Introducción

En las elecciones del 9 de marzo de 2014, 2347 colombianas y colombianos aspiraron a ser elegidos por voto popular para ocupar las 102 curules del Senado de la República, 167 de la Cámara de Representantes y cinco del Parlamento Andino⁶. Cada uno de los elegidos debe actuar buscando el bienestar general, representado los intereses de la ciudadanía y observando la ley⁷.

Sin embargo, cuando la corrupción irrumpe en el proceso electoral con prácticas tan arraigadas como el clientelismo, la compra de votos u otras formas de delitos electorales, pueden terminar imponiéndose intereses diferentes a los de las mayorías. Es en este contexto en el que se manifiesta la corrupción entendida como el “abuso de posiciones de poder o de confianza, para el beneficio particular en detrimento del interés colectivo, realizado a través de ofrecer o solicitar, entregar o recibir bienes o dinero en especie, en servicios o beneficios, a cambio de acciones, decisiones u omisiones”⁸. La corrupción tiene un efecto devastador en la democracia y en los procesos electorales puesto que debilita la legitimidad de los gobernantes elegidos por voto popular y disminuye la credibilidad y gobernabilidad del Estado.

En las elecciones legislativas de 2014 se presentaron principalmente riesgos asociados al fraude electoral, el clientelismo y la corrupción con los recursos del Estado⁹ —que se manifiestan principalmente a través de la financiación irregular de candidatos y organizaciones políticas— en comparación con otros riesgos como la incidencia de grupos armados al margen de la ley: “Mientras los armados ilegales están disminuyendo el impacto que tienen en los procesos electorales, las campañas políticas y algunos candidatos son los que tiran hacia arriba el nivel de riesgo”¹⁰. Aunado a lo anterior, en estas elecciones 131 candidatos estuvieron cuestionados por tener vínculos familiares, de amistad o ser aliados políticos

de quienes están investigados o fueron condenados por relaciones con grupos paramilitares o por tener presuntos apoyos de actores armados como las bandas criminales, narcotraficantes, guerrillas y contratistas cuestionados. De esta lista 33 fueron elegidos para el Senado de la República y 37 para la Cámara de Representantes¹¹.

A pesar de lo anterior, es preciso aclarar que el financiamiento privado de las campañas —ya sea por parte de personas naturales y/o jurídicas— es una forma legítima de participar en la democracia y de expresar las preferencias políticas. Sus aportes contribuyen a la competencia política activa y saludable, siempre y cuando se enmarquen dentro de patrones éticos de responsabilidad social y política, transparencia y rendición de cuentas. Por el contrario, el pobre control sobre el origen y la destinación de los recursos permite que las campañas sean cooptadas

⁶Total de candidatos luego de la depuración de las listas por parte de las organizaciones políticas y la revisión que hace la Procuraduría General de la Nación. Para las curules a proveer véase:

<http://wsr.registraduria.gov.co/-Elecciones-de-Congreso-y-.html>

⁷Véase:

<http://wsr.registraduria.gov.co/Conozca-los-requisitos-para-ser.html>

⁸Esta definición es tomada de Transparencia Internacional. Véase: www.transparency.org

⁹DUNCAN Gustavo. Panorama de riesgos en las elecciones legislativas de Colombia 2014. EN: FESCOL, Revista Perspectiva, n.º 3, 2014.

¹⁰Véase: <http://www.lapatria.com/elecciones-2014/colombia-es-uno-de-los-mayores-lavadores-en-las-campanas-directora-moe-54648>. Entrevista a Alejandra Barrios, directora de la Misión de Observación Electoral, sobre riesgos electorales en Colombia. Los mapas de riesgos se pueden consultar en el siguiente enlace: <http://moe.org.co/investigaciones/datos-y-mapas-electorales/mapas-de-riesgo-electoral>

¹¹La Fundación Paz y Reconciliación elaboró esta lista a partir de la investigación que adelantó en 10 departamentos del país. Para consultar la lista de los cuestionados véase el informe elaborado por Pares: <http://www.pares.com.co/mafias-y-conflicto/un-congreso-cuestionado/>.

por intereses privados —legales o ilegales—, buscando que rinda frutos a través de favores, mediante el ejercicio de una presión indebida sobre los candidatos elegidos y las decisiones que toman.

En general, las medidas adoptadas por diversos estados para regular la financiación de la política contienen la obligatoriedad de hacer públicas las donaciones privadas, incluyendo el origen, el monto y la destinación de estos recursos. Otras medidas incluyen prohibiciones a ciertos tipos de donaciones que puedan ser consideradas como propensas a la corrupción (por ejemplo, recursos provenientes de grandes corporaciones). Un tercer grupo de iniciativas se enfoca en entregar subsidios estatales, acortar el tiempo de las campañas o dar acceso gratuito a los medios de comunicación para publicidad política y electoral con el fin de reducir el monto de recursos que las campañas necesitan invertir¹².

Para hacerle frente a los riesgos de corrupción relacionados con la financiación privada es necesario fomentar la divulgación de información relevante sobre el financiamiento de las campañas y la rendición de cuentas de los candidatos y las organizaciones políticas. Esto implica dar a conocer de manera oportuna y confiable, preferiblemente en tiempo real, el origen, el monto y la destinación de los recursos.

La transparencia en la financiación y rendición de cuentas de las campañas cualifica el ejercicio de control de la autoridad electoral, posibilita unas elecciones con mayores garantías para todos los que participan en ellas y genera una ciudadanía más activa y responsable, con información relevante para ejercer su derecho al voto y hacer seguimiento a los elegidos. Como lo indica el Manual de Financiamiento de la Organización de Estados Americanos (OEA): “Un sistema de financiamiento político transparente es aquel que busca garantizar las condiciones necesarias para el ejercicio del derecho de acceso a la información sobre el flujo de recursos económicos (...) Estas condiciones necesarias son la rendición de cuentas de los partidos, el control gubernamental, un régimen de sanciones y el acceso a la información”¹³.

Aunado a lo anterior, conocer quiénes son los financiadores privados de los candidatos y las organizaciones políticas permite identificar posibles conflictos de intereses y si los elegidos, con sus actuaciones, están privilegiando a unos sectores particulares en detrimento del bienestar general.

Aunado a lo anterior, conocer quiénes son los financiadores privados de los candidatos y las organizaciones políticas permite identificar posibles conflictos de intereses y si los elegidos, con sus actuaciones, están privilegiando a unos sectores particulares en detrimento del bienestar general.

El CNE, a través de la Resolución 3089, reiteró el acceso público a la información acopiada en el aplicativo Cuentas Claras. Esto no puede ser considerado un privilegio en particular sino una medida necesaria para dar cumplimiento con el principio de transparencia que debe regir el proceso electoral.

Para favorecer el seguimiento en tiempo real del registro de la información, a medida que los candidatos van diligenciando la información contable de sus campañas en Cuentas Claras, es posible la vista pública de esta información a través del módulo de consulta ciudadana. Esta opción ha sido de gran utilidad para el desarrollo del análisis sobre la financiación de las campañas. Es así como diversos medios de comunicación y organizaciones sociales han hecho seguimiento a este tema, profundizando en investigaciones sobre los reportes de ingresos y gastos de campañas¹⁴.

¹²Véase: Transparency International. Policy Paper # 1, 2009: Standards on Political Funding and Favours.

¹³El Manual se puede consultar en el siguiente enlace: http://www.oas.org/es/sap/deco/pubs/manuales/MOE_Manual_s.PDF

¹⁴Entre los meses de febrero y julio de 2014 se han publicado más de 30 notas sobre el financiamiento de las campañas tomando a Cuentas Claras como la fuente de información principal. Estas notas han salido tanto en prensa escrita como en portales web, radio y televisión y se han publicado a nivel nacional y regional.

En la actualidad dicho módulo solo permite visualizar los informes de cada uno de los candidatos y de las organizaciones políticas en formatos PDF y *Excel*. Sin embargo, esta disposición de la información no facilita el cruce de datos, la generación de reportes estadísticos ni la búsqueda más focalizada de

información. Por esta razón, en el marco de la misma subdonación de USAID, que está financiando la elaboración de este informe, se está desarrollando un nuevo módulo de consulta ciudadana que facilitará el acceso a esta información¹⁵.

Descripción del informe

Transparencia por Colombia elaboró un primer informe sobre la financiación de las campañas de las elecciones territoriales del 2011 el cual fue publicado en julio del 2012¹⁶. Este nuevo informe de las elecciones de Congreso 2014 continúa con este trabajo y busca identificar patrones y riesgos en la financiación de las campañas y la rendición de cuentas para facilitar los ejercicios de monitoreo y control social a este aspecto fundamental de la democracia electoral.

Para tal fin se analiza la rendición de cuentas de los candidatos, las organizaciones políticas y los grupos significativos de ciudadanos utilizando el aplicativo Cuentas Claras. La información sobre los ingresos y los gastos se tramita de la siguiente forma: los candidatos envían a través de Cuentas Claras sus reportes en el **formulario 5b—Informe Individual de Ingresos y Gastos de la Campaña**¹⁷ a las organizaciones políticas que los avalaron y estas, en el **formulario 7b —Informe Integral de los Ingresos y Gastos de la Campaña**, consolidan la información y se la remiten al CNE.

Para abordar la financiación privada y pública de las campañas, evidenciar patrones, tendencias y situaciones de riesgo en las que hay que buscar alternativas de mejora, es necesario hacer cruces estadísticos de los datos acopiados en la base de Cuentas Claras. A través del análisis cualitativo y cuantitativo de la información recogida en el aplicativo, este informe busca responder preguntas como las siguientes: ¿cómo fue la participación de los candidatos a las elecciones legislativas de 2014

en términos de etnia, edad y género?, ¿cuáles fueron los principales ingresos y gastos de las campañas?, ¿cuál es el origen y la destinación de dichos recursos?, ¿cómo fue la participación del sector privado en la financiación de las campañas? y ¿cuáles son los principales sectores empresariales que aportan recursos a las campañas?

En concordancia con el informe elaborado sobre rendición de cuentas de las elecciones territoriales de 2011, este informe mantiene la estructura de análisis en dos grandes capítulos:

Capítulo I. Diversidad y Representación en el Congreso 2014 – 2018.

En este capítulo se abordará una descripción sociodemográfica de los candidatos y elegidos al Congreso, su autoidentificación étnica, edad y género.

¹⁵Las mejoras que se están desarrollando para el módulo de consulta ciudadana buscan fomentar el acceso público (ciudadanía, medios de comunicación y financiadores) a la información acopiada en Cuentas Claras y facilitar el análisis de la misma. El nuevo módulo estará al aire para el mes de julio de 2014.

¹⁶El informe de las elecciones territoriales de 2011 puede descargarse en el siguiente enlace: <http://bit.ly/1ruR174>

¹⁷Los candidatos deben, además, enviar en físico a las organizaciones políticas que los avalaron los soportes contables de los ingresos y los gastos de sus campañas. En caso de que el CNE, particularmente el Fondo Nacional de la Financiación de la Política, requiera alguna aclaración sobre el proceso de revisión de los reportes de ingresos y gastos, solicitará directamente a la organización que le envíen los soportes en físico.

Capítulo II. Financiación y Rendición de Cuentas de las Campañas al Congreso 2014-2018.

En este capítulo se identifican patrones en la financiación de las campañas revisando el origen, la destinación y los montos de los recursos. Se incluye

un análisis detallado por origen de los ingresos y los gastos comparándolos con los montos máximos de gastos permitidos por Ley. También, se presenta un análisis más exhaustivo acerca del financiamiento privado de las campañas y los mayores aportantes entre personas naturales y jurídicas.

Antes de empezar

Es importante hacer las siguientes precisiones sobre el universo de datos utilizados, el proceso de rendición de cuentas a través del aplicativo Cuentas Claras y el marco normativo regulatorio de la financiación de campañas para facilitar la comprensión del análisis de la rendición de cuentas de las campañas al Congreso:

- 1. Fuente de los datos y fecha de corte.** Para las campañas a las elecciones legislativas se tienen en cuenta tanto los candidatos que compiten por la elección popular como las organizaciones políticas que los avalan e inscriben en sus listas. El análisis de la financiación de las campañas se hace a partir del universo de datos acopiados en la base del aplicativo web Cuentas Claras¹⁸. Como ya se mencionó, según los plazos establecidos por la Ley 1475 de 2011 en su artículo 25, para este caso, como las elecciones fueron el 9 de marzo se toman los datos registrados en Cuentas Claras hasta el **9 de mayo de 2014**¹⁹.
- 2. Proceso de rendición de cuentas en Cuentas Claras.** Del total de candidatos que participaron en las elecciones de marzo 2014, el 92.8 % envió su información a través de Cuentas Claras dentro

del límite de tiempo estipulado por ley. La [Tabla 1](#) muestra el porcentaje de informes enviados.

Este informe se concentra en la financiación de las campañas al Congreso 2014, por lo tanto se excluye la información de Parlamento Andino para el análisis

¹⁸La base de datos de Cuentas Claras está compuesta de variables dicotómicas y politómicas entre las que se pueden distinguir variables cualitativas y cuantitativas. Estas últimas están compuestas por variables continuas y discretas. De acuerdo con el análisis estadístico, se ha determinado un nivel de confianza del 95 %, por lo que el margen de error de este ejercicio es de 0.6 %. El análisis descriptivo de la información se realizó mediante software econométrico y estadístico como SPSS y Stata.11.

¹⁹Es preciso aclarar que luego del envío de los informes de rendición de cuentas de las campañas, a través de Cuentas Claras, el Fondo Nacional de Financiación de la Política del CNE hace una revisión detallada de los ingresos y los gastos reportados y también, los requerimientos de aclaración a los que haya lugar antes de dar el dictamen definitivo para certificar las cuentas. Esto puede llevar a que algunos informes tengan correcciones extemporáneas (después del 9 de mayo). Cada ajuste que se hace a través del aplicativo Cuentas Claras se hace visible inmediatamente, es por eso que a medida que pasan los días la información consultada puede variar, razón por la cual, para efectos de este estudio era necesario tomar una fecha de cierre y a partir de ese universo de datos desarrollar los análisis.

Corporación	Curules a proveer	Candidatos inscritos	Candidatos con informes en Cuentas Claras	Porcentaje
Senado	102	773	754	97.5 %
Cámara de Representantes	167	1.551	1.405	91 %
Parlamento Andino	5	23	21	91.3 %
Total	274	2.347	2.180	92.8 %

Tabla 1. Envío de información a través de Cuentas Claras

detallado. El total de informes enviados por aspirantes al Congreso hasta el 9 de mayo equivale al 92.8 %:

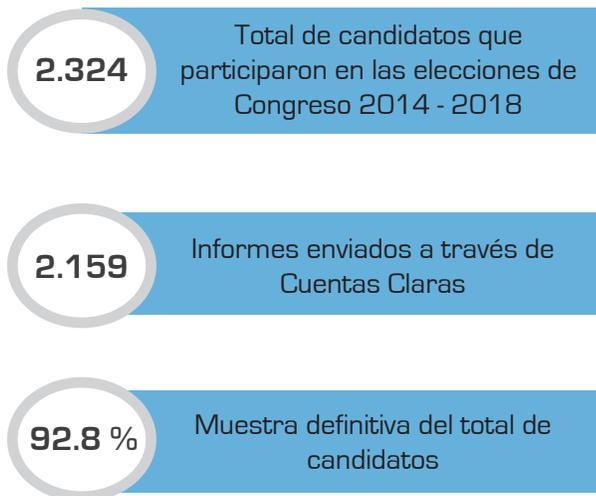


Ilustración 1. Muestra total base de datos Cuentas Claras elecciones a Congreso 2014

En el Senado de la República se eligieron 102 Senadores; 100 por circunscripción nacional y dos por circunscripción nacional especial en representación de las comunidades indígenas. En la Cámara de Representantes se eligieron 167 Representantes; 162 por circunscripción territorial de cada departamento y el distrito capital de Bogotá, dos curules por circunscripción territorial especial para afrocolombianos, uno para indígenas y dos más para colombianos en el exterior²⁰. Las siguientes gráficas permiten observar los porcentajes de la rendición de informes en Cuentas Claras por listas en Senado y Cámara de Representantes:

Circunscripción Nacional Ordinaria, Senado de la República, ver gráfica 1.

- Para la circunscripción nacional, Senado de la República, se inscribieron nueve listas, con un total de 743 candidatos. El partido con más

inscritos fue Cambio Radical con una lista de 100 candidatos, el que menos inscribió fue Opción Ciudadana con una lista de 44 candidatos.

- De los 743 candidatos, 733 enviaron su reporte por Cuentas Claras en el límite de tiempo permitido (9 de mayo), equivalente al 97.5 %.



Gráfica 1. Rendición de cuentas por organización política Senado - circunscripción nacional ordinaria

Circunscripción Nacional Especial Indígena, Senado de la República, ver gráfica 2.

- Para la circunscripción especial indígena en Senado, se inscribieron en total 14 listas con 30 candidatos, de los cuales 21 enviaron sus reportes a través de Cuentas Claras. Cada lista tenía en promedio entre uno y tres candidatos inscritos, lo que equivale al 70 % del total de candidatos a la circunscripción especial en Senado.

²⁰Véase: <http://www.registraduria.gov.co/-Elecciones-de-Congreso-y-.html>

Partido Alianza Social Independiente - ASI	100 %
Organizaciones de los Pueblos Indígenas de la Amazonía	100 %
Movimiento Autoridades Indígenas de Colombia - AICO	100 %
Movimiento Alternativo y Social - MAIS	100 %
Corporación Indígena Yanacona	100 %
Comunidad Indígena de Barrancón	100 %
Asociación Nacional Indígena de Colombia - ANIC	100 %
Asociación de Autoridades Tradicionales Indígenas - OPIC	100 %
Asociación Nacional Indígena de Colombia - ANIC	100 %
Cabildo de Resguardo de Calderas	50 %
Renovación Étnica de Colombia - Raíces	0 %
Multietnia Colombia	0 %
Dignidades Agropecuarias Indígenas	0 %
Cabildo Indígena de San Sebastián de los Lagos	0 %

Gráfica 2. Rendición de Cuentas por organización política al Senado en circunscripción especial indígena

Por un Huila Mejor	100 %
Partido Polo Democrático Alternativo	99 %
Partido Opción Ciudadana	100 %
Partido Liberal Colombiano	100 %
Partido Conservador Colombiano	100 %
Movimiento MIRA	100 %
Movimiento de Integración Regional	100 %
Movimiento de Inclusión y Oportunidades - MIO	100 %
Movimiento Autoridades Indígenas de Colombia - AICO	100 %
Partido Alianza Social Independiente - ASI	97 %
Partido Alianza Verde	96 %
Partido Social de Unidad Nacional - Partido de la U	94 %
Partido Cambio Radical	94 %
Centro Democrático Mano Firme Corazón Grande	78 %
Partido Unión Patriótica - UP	70 %
Movimiento Político Cien por Ciento Colombia	35 %
Movimiento Blanco por la Paz	0 %

Gráfica 3. Rendición de Cuentas por organización política a la Cámara, circunscripción departamental y distrito capital

Circunscripción Departamental y Distrito Capital, Cámara de Representantes, ver gráfica 3.

- La dinámica de inscripción para la Cámara de Representantes es diferente a la del Senado puesto que la primera se hace por departamentos. En este caso, 17 organizaciones políticas entre partidos, movimientos y grupos significativos de ciudadanos inscribieron en total 266 listas y 1.436 candidatos para aspirar a las 161 curules territoriales y del Distrito Capital, de ellos 1.341 enviaron sus reportes en Cuentas Claras, equivalente al 91 %.
- Los departamentos en los que más listas se inscribieron para la Cámara de Representantes son Antioquia y Sucre, cada una con 11 listas. En segundo lugar se encuentran los departamentos Bolívar y Bogotá, D.C., cada uno con 10 listas. El tercer lugar lo ocupan los departamentos de Valle del Cauca, Tolima, Cundinamarca, Magdalena y Santander, cada uno con nueve listas.
- Los departamentos con menos listas inscritas son Putumayo y Arauca con cuatro listas cada uno, seguidos por Vaupés y Chocó con cinco listas cada uno.

- La región con más listas inscritas es la del Caribe con un total de 50 listas. La Región con menos listas es la Amazonía con 16. Las organizaciones políticas que más listas departamentales presentaron fueron Partido Social de Unidad Nacional (Partido de la U) y el Partido Liberal, cada una con 32 listas, y el movimiento MIRA 30 listas.
- El anexo n.º 1 contiene una tabla con los departamentos a los que inscribieron las listas de las organizaciones políticas que participaron en la circunscripción departamental y distrito capital de la Cámara de Representantes.

Circunscripción Especial Colombianos en el Exterior, Cámara de Representantes, ver gráfica 4.

- 11 organizaciones políticas inscribieron sus listas para aspirar a las dos curules de colombianos en el exterior, cada lista tenía entre uno y tres candidatos. En total fueron 30 candidatos, de los cuales 27 enviaron sus reportes a través de Cuentas Claras, esto equivale al 90 % del total de candidatos. Los únicos que no lo hicieron fueron



Gráfica 4. Rendición de cuentas por organización política a la Cámara en circunscripción internacional colombianos en el exterior

los del partido Unión Patriótica. Se observa que todas las organizaciones políticas inscribieron listas para la Cámara de Representantes en siete de los ocho departamentos que conforman la región Caribe (a excepción de San Andrés).

- En la región Centro Oriente también se observa que todas las organizaciones políticas inscribieron listas para las curules de los una apuesta fuerte de las organizaciones políticas que participan en la Cámara de Representantes, con la diferencia de que para el departamento del Huila participa una organización de carácter departamental que obtiene curul; la organización Por Un Huila Mejor.
- En las demás regiones la participación de organizaciones por departamento es en promedio de seis organizaciones, de las nueve que participan en Senado.

Circunscripción Especial Comunidades Indígenas, Cámara de Representantes, ver gráfica 5.

- Para la circunscripción especial indígena en la Cámara, 10 organizaciones políticas inscribieron



Gráfica 5. Rendición de cuentas por organización política a la Cámara en circunscripción nacional especial comunidades indígenas

litas, cada una tenía entre uno y tres candidatos. En total aspiraron 17 candidatos a esta curul, de los cuales 14 enviaron su formulario de rendición de cuentas a través del aplicativo, esto equivale al 82 % del total.

Circunscripción Especial Comunidades Negras, Cámara de Representantes, ver gráfica 6.

- Para las dos curules especiales de comunidades negras en la Cámara de Representantes, se inscribieron en total 29 listas de movimientos y grupos significativos de ciudadanos. Cada una tenía en promedio entre uno y tres candidatos.
- En total aspiraron 66 candidatos por circunscripción especial afro de los cuales 23 enviaron su reporte a través de Cuentas Claras, siendo esta la rendición más baja de todas las corporaciones y circunscripciones en estas elecciones, equivalente a 35 %.

3. Análisis por regiones. Observar la rendición de cuentas desde una perspectiva territorial permite visibilizar patrones en la participación

Sí Se Puede	100 %	Fundación para el Progreso Étnico Caribeño de Santa Catalina...	0 %
Movimiento de Inclusión y Oportunidades - MIO	100 %	Fundación para el Desarrollo, la Solidaridad y la Integración de...	0 %
Fundación Ébano de Colombia - FUNECO	100 %	Fundación para el Desarrollo Integral del Afrodescendiente...	0 %
Corporación Poder Ciudadano	100 %	Fundación Laborar por Colombia - Fundalabor	0 %
Asociación de Afrodescendientes del Magdalena Medio...	100 %	Fundación Intensidad	0 %
Asociación de Afrocolombianos Afrovides	100 %	Fundación Cultural Costa Caribe - Funculcosta	0 %
Asoconegua	50 %	E.A.T. Botica Comunitaria del Valle del Cauca	0 %
Fundación para el Desarrollo de la Cuenca del Pacífico	33 %	Corporación Vides y sus Niches	0 %
Fundación Forfuturo	33 %	Corporació Social e Integral del Pacífico - Corposinpac	0 %
Fundación Esperanza Afro - ESAFRO	33 %	Corporación Nelson Mandela - Comandela	0 %
Fundación Afrocolombianos en acción	33 %	Corporación Afroétnicos	0 %
Únete Centro Democrático o UCD Centro Democrático	0 %	Consejo Comunitario de los Corregimientos de San Antonio y...	0 %
Organización étnica comunitaria Afrocolombia - OECA	0 %	ASOPRA	0 %
Movimiento Afrocolombiano Socioambientalista - MACOAS	0 %	Asociación Regional de Afrocolombianos La Minga - Afrominga	0 %
Los Palenkes Bellavista - CH	0 %		

Gráfica 6. Rendición de cuentas por organización política a la Cámara en circunscripción nacional especial comunidades negras

política de hombres, mujeres, etnia y jóvenes, así como donde se concentran los ingresos para las campañas. Sin embargo, este análisis a través de Cuentas Claras sólo es posible para la circunscripción departamental y distrito capital de la Cámara de Representantes puesto que es la única que requiere que los candidatos indiquen el departamento por el cual aspiran a ser elegidos. La siguiente tabla muestra la distribución regional que se tomará para este informe:

Amazonía	Caquetá, Putumayo y Amazonas.
Caribe	Atlántico, Córdoba, Magdalena, Bolívar, Sucre, San Andrés y Providencia, La Guajira y Cesar.
Centro Oriente	Santander, Boyacá Cundinamarca, Norte de Santander, Tolima y Huila.
Occidente	Caldas, Risaralda, Quindío y Antioquia.
Orinoquía	Arauca, Meta, Casanare, Vichada, Guainía, Vaupés y Guaviare.
Pacífica	Nariño, Valle del Cauca, Cauca y Chocó.
Bogotá, D.C.	Dado su tamaño y el número de candidatos y recursos que se mueven para las campañas en Bogotá, se toma como una región por separado.

Tabla 2. Composición de las regiones de estudio

3. Marco normativo para Elecciones al Congreso 2014

La financiación de campañas consiste en el aporte económico —a través de recursos monetarios o en especie— que se hace a los candidatos, las organizaciones políticas y los grupos significativos de ciudadanos que participan en el debate electoral. Colombia ha elevado a nivel constitucional la financiación mixta de las campañas, los límites a los recursos de origen privado y los gastos máximos que se pueden dar en el marco de las campañas, como lo indica el artículo 109. A su vez, la Ley 1475 de 2011 define las normas para el proceso y reglamenta el acceso a los recursos estatales (anticipos y reposición de gastos por votos válidos), las fuentes permitidas y las prohibidas para la financiación privada y los aportes máximos permitidos. Para cada proceso electoral el Consejo Nacional Electoral debe emitir las resoluciones correspondientes que definen en términos concretos los toques de gastos por campañas, el valor del voto para calcular la reposición y actualizar el censo electoral. La tabla n.º 3 resume las principales normas a tener en cuenta.

Para analizar el proceso de rendición de cuentas de los candidatos y las organizaciones políticas a

Normatividad	Contenido
Constitución Política de 1991	<p>Artículo 109. El Estado contribuirá a la financiación del funcionamiento de las campañas políticas de los partidos y movimientos políticos con personería jurídica y que a su vez, debe limitar el monto de los gastos y la máxima cuantía de las contribuciones privadas.</p> <p>Artículo 172. Es requisito para aspirar al Senado de la República tener 30 años de edad, ser colombiano de nacimiento y ciudadano en ejercicio.</p> <p>Artículo 177. Para aspirar a la Cámara de Representantes se debe tener 25 años y ser ciudadano en ejercicio.</p>
Ley 1475 de 2011 y Reglamentaciones	<p>Artículo 20. Se definen las fuentes de financiación permitidas: los recursos propios de origen privado de las organizaciones políticas; los créditos o aportes que provengan del patrimonio de los candidatos o parientes; contribuciones, donaciones y créditos que realicen los particulares; créditos obtenidos en entidades financieras legalmente autorizadas; ingresos originados en actos públicos y/o cualquier actividad lucrativa de la organización política; financiación estatal.</p> <p>Artículo 22. Las organizaciones políticas que inscriban candidatos, podrán solicitar en forma justificada al Consejo Nacional Electoral hasta un 80% de anticipo de la financiación estatal de las campañas electorales.</p> <p>Artículo 23. Ninguna organización política, candidato o campaña podrá recaudar recursos privados, por más del valor total de gastos que se puedan realizar en dicha campaña. No podrán tampoco recaudar donaciones y contribuciones individuales superiores al 10% de dicho valor.</p> <p>Artículo 24. Los límites de gastos (topes) de las campañas electorales, serán fijados por el Consejo Nacional Electoral en el mes de enero de cada año, teniendo en cuenta los costos reales de las campañas, el correspondiente censo electoral y la apropiación presupuestal para la financiación estatal de las mismas. El monto máximo de gastos se fijará por cada candidato a cargo uninominal o por lista de candidatos a corporaciones de elección popular.</p> <p>En el caso de listas con voto preferente el monto máximo de gastos por cada uno de los integrantes de la lista será el resultado de dividir el monto máximo de gastos de la lista por el número de candidatos inscritos.</p> <p>El Consejo Nacional Electoral señalará, adicionalmente, el monto máximo que cada partido o movimiento con personería jurídica puede invertir en la campaña electoral institucional a favor de sus candidatos o listas.</p> <p>Artículo 25. Sobre la administración de los recursos y presentación de informes. Los recursos de las campañas electorales cuyo monto máximo de gastos sea superior a 200 SMLV originados con recursos privados será administrados por un gerente de campaña. Los recursos se administrarán a través de una cuenta única que el gerente de campaña abrirá en una entidad financiera legalmente autorizada. Los gerentes deberán entregar a la organización política los informes individuales de ingresos y gastos dentro del mes siguiente a la fecha de las votaciones, y las organizaciones políticas entregarán al CNE los informes consolidados de ingresos y gastos dentro de los dos meses siguientes a la fecha de las votaciones.</p> <p>Artículo 26. La violación de los límites al monto de gastos de las campañas electorales, se sancionará con la pérdida del cargo.</p> <p>Artículo 27. Las siguientes fuentes de financiación son prohibidas: de recursos de gobiernos o personas jurídicas o naturales extranjeras; las que se deriven de actividades ilícitas; de recursos sobre los cuales se hubiere iniciado un proceso de extinción de dominio; contribuciones anónimas; de personas naturales o jurídicas contra las cuales hubiera formulado un proceso penal; de personas que desempeñen funciones públicas; de personas naturales o jurídicas cuyos ingresos en el año anterior se hayan originado en un 50% de contratos o subsidios estatales; que administren recursos</p>

Tabla 3. Marco Normativo y Reglamentaciones

Ley 1475 de 2011 y Reglamentaciones	<p>públicos o parafiscales, que tengan licencias o permisos para explotar monopolios estatales o juegos de suerte o azar.</p> <p>Artículo 28. Las listas donde se elijan 5 o más curules para corporaciones de elección popular o las que se sometan a consulta –exceptuando su resultado- deberán conformarse por mínimo un 30% de uno de los géneros.</p> <p>Resolución 0389 de 2014 del CNE da alcance a esta ley definiendo los topes de gastos máximos permitidos para las elecciones de marzo, 2014. Se autoriza a los partidos y movimientos políticos a invertir en la campaña institucional para cada una de las corporaciones el 20% de la suma máxima fijada para la respectiva lista.</p> <p>Resolución No. 0389 de 2014 del CNE define el valor de reposición por voto válido depositado a favor de las listas de los candidatos al Congreso de la República (\$4.726) y reitera las condiciones para recibir este beneficio.</p>
Ley 130 de 1994 – Rendición de Cuentas y reglamentaciones	<p>Artículos 1 y 2. Registro de libros contables y manejo de la contabilidad de las campañas.</p> <p>Artículo 20. Descripción de las categorías de ingresos y gastos de campañas para el registro contable.</p> <p>Resolución 3097 de 2013 del CNE determina que los informes financieros y contables de campaña deberán ser enviados a través de la herramienta informática adoptada por el Consejo Nacional Electoral, aplicativo “Cuentas Claras”.</p>

Tabla 3. Marco Normativo y Reglamentaciones

través del aplicativo Cuentas Claras es importante tener claros los montos definidos por el CNE para las elecciones legislativas de 2014. Las siguientes tablas muestran los límites máximos de gastos permitidos por corporación y circunscripción:

En cuanto a las curules departamentales de la Cámara de Representantes, los topes de gastos máximos se determinaron de acuerdo con el censo electoral de cada departamento como se indica la siguiente tabla:

Corporación	Valor por lista
Senado, circunscripción nacional ordinaria	\$74.053.868.791
Senado, circunscripción especial comunidades indígenas	\$1.481.077.364

Tabla 4. Tope gastos Senado

Corporación	Valor por lista
Cámara, circunscripción internacional	\$2.032.722.512
Cámara, circunscripción especial indígena y comunidades negras	\$1.481.077.375

Tabla 5. Tope de gastos Cámara circunscripción especial

Censo Electoral por Departamentos	Desde	Hasta	Valor por lista
Departamentos con censos	Superior a 5.000.000		\$15.465.258.565
Departamentos con censos	4.000.001	5.000.000	\$12.033.565.982
Departamentos con censos	3.000.001	4.000.000	\$11.532.895.447
Departamentos con censos	3.000.000	1.500.000	\$5.968.287.762
Departamentos con censos igual o inferior	1.500.000	885.001	\$4.314.912.436
Departamentos con censos igual o inferior	885.000	690.001	\$3.007.360.732
Departamentos con censos igual o inferior	690.000	400.001	\$2.032.722.513

Tabla 6. Tope de gastos Cámara circunscripción departamental

Capítulo I

Diversidad y Representación en el Congreso

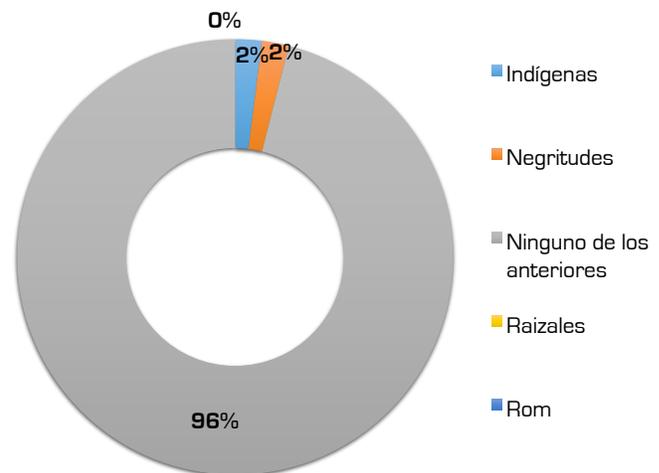
Este capítulo hace una descripción sociodemográfica de las y los colombianos que participaron en las elecciones al Congreso 2014. Para tal fin se presenta el porcentaje de participación de candidatos y elegidos en representación de grupos étnicos minoritarios, clasificación por rangos de edad y por género.

A. Representación de grupos étnicos minoritarios

Los formularios 5B tienen un campo para que cada candidato identifique el grupo étnico al que pertenece. El formulario incluye las siguientes categorías: indígenas, negritudes, raizales, Rom o ninguno de los anteriores²¹. La tabla 7 muestra la autoidentificación étnica de los 2.159 candidatos.

- Del total de candidatos inscritos para Congreso, 4 % se autoidentificó como miembro de las comunidades negras y el 3 % como indígena. El 93% indicó que no pertenecía a un grupo étnico minoritario.
- Llama la atención que 11 candidatos, equivalentes al 0.5 % se identificaron como raizales. Entre estos últimos no solo hay candidatos provenientes del archipiélago de San Andrés y Providencia²² sino que se encuentran otros cinco en los departamentos del Tolima, Antioquía, Atlántico, Casanare y Cundinamarca. Esto muestra una confusión respecto de la categoría raizal y de quienes pertenecen a dicho grupo.

- En la identificación étnica de los elegidos al Congreso el porcentaje de los que no se identifican con ningún grupo minoritario es del 96 % del total de elegidos, como se observa en la siguiente gráfica:



Gráfica 7. Representación étnica, elegidos al Congreso

²¹Estas opciones son tomadas de la descripción de diversidad étnica que hace el Departamento Nacional de Planeación. Colombia, Nación Multicultural: Su diversidad étnica. https://www.dane.gov.co/censo/files/presentaciones/grupos_eticos.pdf

²²Los nativos raizales son los pobladores de la región insular de Colombia San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

Corporación	Comunidades negras	Indígenas	Raizales	ROM	Ninguno de los anteriores
Senado	21	27	1	0	705
Cámara	58	40	10	1	1.295
Total	80	67	11	1	2.000

Tabla 7. Distribución étnica de candidatos por corporación

las organizaciones políticas trabajen con mayor fortaleza en la promoción de candidatas y candidatos que pertenezcan a estos grupos, no solo para las circunscripciones especiales, sino para todas las corporaciones en las que participen.

- Como se mencionó en la introducción de este informe²⁶, el total de listas y candidatos que aspiraron a las curules para grupos étnicos minoritarios muestra una gran dispersión de candidatos y movimientos para aspirar a tan pocas curules. Frente al total de organizaciones y candidatos que se inscribieron a la circunscripción especial indígena en el Senado, la probabilidad de ser elegidos fue del 7 % (30 candidatos inscritos y dos elegidos). Para la curul especial para indígenas en la Cámara la probabilidad fue del 6 % (17 candidatos inscritos y un elegido).
- Para los afrocolombianos, frente al total de listas y candidatos inscritos para las dos curules especiales en la Cámara, la probabilidad de ser elegidos fue solo del 3 % (66 candidatos inscritos y dos elegidos).
- La Constitución de 1991 consagró las circunscripciones especiales en la conformación del Congreso como una forma de garantizar mayor participación y reconocimiento de la diversidad de nuestro país. Sin embargo, con el paso de las elecciones se ha hecho evidente que los mecanismos adoptados para acceder a estas curules en Senado y Cámara han traído mayor fragmentación política e identitaria entre grupos étnicos minoritarios que llegan dispersos y divididos al Congreso²⁷. El número de nombres inscritos también minimiza la efectividad de los votos para las curules especiales.
- En el proceso de rendición de cuentas a través de Cuentas Claras se evidenció que los grupos significativos que inscribieron candidatos para las circunscripciones afro no contaban con la organización interna suficiente para manejar los temas de rendición de cuentas y enviar oportunamente la información contable de sus

campañas por medio del aplicativo. Esto explica por qué el porcentaje de envío de reportes de estos grupos fue el menor.

B. Rangos de edad de candidatos y elegidos al Congreso 2014

El 95 % de los candidatos al Congreso 2014 diligenció la información sobre el rango de edad al que pertenece en el formulario 5B. Este incluye cinco rangos de edad empezando en los 18 años y terminando en mayores de 66 años.

Para identificar la participación de los jóvenes es importante tener en cuenta que la Ley 1622 de 2013 —“Ley de Juventudes”—, indica que los jóvenes están en un rango que va de 18 a 28 años²⁸. Sin embargo, para el Senado de la República sólo pueden aspirar candidatos mayores de 30 años. y en el caso de la Cámara deben ser mayores de 25 años.

Las tablas 8 y 9 muestran la distribución de los candidatos y de los elegidos de acuerdo con los rangos de edad definidos.

- Más de la mitad de los candidatos al Senado (54 %) se encuentran entre los 36 y los 50 años, seguidos por los candidatos entre los 51-65 años (31 %). Sólo el 11% de los candidatos pertenece al grupo entre los 29-36 años.

²⁶Véase las siguientes gráficas: Gráfica n.º 2 Circunscripción especial indígena, Senado, Gráfica n.º 5 Circunscripción especial indígena, Cámara de Representantes y Gráfica n.º 6 Circunscripción especial comunidades negras, Cámara de Representantes.

²⁷Véase: ESCANDÓN Marcela. La identificación étnica como bandera del ejercicio político en Colombia ¿Incluir para que nada cambie? Revista Perspectiva. Instituto de Ciencia Política Hernán Echavarría Olózaga. En: <http://www.revistaperspectiva.com/analisis/la-identificacion-etnica-como-bandera-del-ejercicio-politico-en-colombia-incluir-para-que-nada-cambie>

²⁸ Ley 1622 de 2013 amplió en dos años el rango de la categoría de jóvenes en Colombia empezando en los 18 años hasta los 28 años.

Rangos de edad de candidatos al Congreso 2014						
Corporación	18 - 28	29 - 35	36 - 50	51- 65	Mayor a 66	Total
Senado	0	79	388	221	30	718
Cámara	75	173	630	424	40	1.342

Tabla 8. Rango de edades, candidatos al Congreso

Rangos de edad de candidatos al Congreso 2014						
Corporación	18 - 28	29 - 35	36 - 50	51- 65	Mayor a 66	Total
Senado	0	4	59	31	3	97
Cámara	4	29	79	46	2	160

Tabla 9. Rango de edades, elegidos al Congreso

- Respecto a los elegidos al Senado, el porcentaje de Senadores entre los 36 a 50 años aumentó al 61 %, y el de 51 a 66 años aumentó al 32 %. Sin embargo, el porcentaje de los Senadores entre los 29 y 35 años es sólo del 4 %.
- En la Cámara de Representantes, el 47 % de los candidatos está entre los 36 a 50 años, seguidos por el 32 % de los candidatos entre los 51 a 65 años. El 13 % de los candidatos están entre los 29-35 años y el 6 % entre los 18 a 28.
- Para los elegidos a la Cámara de Representantes estos porcentajes varían de la siguiente forma: 49 % pertenece al rango entre los 36 a 50 años y 29 % al rango entre 51 a 65 años. En el rango de edad de los 29-35 años, el porcentaje de elegidos aumentó al 18 % y solamente un 3 % de los Representantes a la Cámara se encuentran entre los 18 y 28 años.

Conclusiones

- En la Cámara se abrió más la posibilidad para la participación de jóvenes. Al tener un mínimo de 25 años exigido para aspirar a la Cámara, se presentaron en total 327 candidatos entre los 25 a 35 años de los cuales salieron elegidos 33. Al sumar los rangos de edad que van de los 18 a 28 y 29 a 35 años, se encuentra que la proporción

de menores de 35 años aumentó de 19 % en candidatos a 21 % en elegidos.

- Para tener mayor certeza sobre la participación por edades de los candidatos elegidos y de esta manera promover acciones concretas para la promoción de la participación de los jóvenes, sería de gran utilidad que los formatos 5B pidieran diligenciar la edad exacta, en lugar de hacer una clasificación por rangos de edad.

C. Participación de mujeres, candidatas y elegidas al Congreso 2014

La identificación por género de todas las candidatas al Congreso se toma del formulario 5B en el aplicativo Cuentas Claras. Esta información, así como el número de la cédula, son los dos únicos datos que se cargan automáticamente del registro de identificación del Archivo Nacional de Identificación (ANI) de la Registraduría Nacional del Estado Civil. De esta manera, para el análisis por género de los candidatos inscritos en Cuentas Claras corresponde al 100 % de la información (2.159 formatos 5B de candidatos/as).

Una de las novedades de las elecciones del 9 de marzo fue la plena aplicación de la cuota de participación por

género en las listas de acuerdo con lo estipulado en el artículo 28 de la Ley 1475 de 2011. Como resultado de la aplicación de esta ley, para las elecciones a Congreso se presentaron 720 mujeres; 468 para la Cámara y 252 para el Senado. El porcentaje de mujeres en estas elecciones fue de 33 %, lo que muestra un aumento en comparación con las elecciones de 2010 donde solo 551 mujeres, equivalentes al 19,8 %, participaron en los comicios.

¿Cuántas mujeres inscribieron las organizaciones políticas?

La siguiente tabla muestra el cumplimiento de las organizaciones políticas con el requisito de inscribir el porcentaje de mujeres requerido en las listas donde se aspiraba a 5 o más curules²⁹, como lo indica la ley 1475 de 2011:

Organizaciones políticas	Mujeres	Hombres	Total	Participación de mujeres
Centro Democrático Mano Firme Corazón Grande	68	119	187	36 %
Movimiento Autoridades Indígenas de Colombia - AICO	0	15	15	0 %
Movimiento de Inclusión y Oportunidades - MIO	1	8	9	11 %
Movimiento MIRA	98	131	229	43 %
Partido Alianza Social Independiente - ASI	14	21	35	40 %
Partido Alianza Verde	72	151	223	32 %
Partido Cambio Radical	75	148	223	34 %
Partido Conservador Colombiano	82	166	248	33 %
Partido Liberal Colombiano	85	185	270	31 %
Partido Opción Ciudadana	43	104	147	29 %
Partido Polo Democrático Alternativo	69	137	206	33 %
Partido Social de Unidad Nacional - Partido de la U	86	176	262	33 %
Partido Unión Patriótica - UP	23	43	66	35 %
Otros movimientos y organizaciones	13	47	60	22 %
TOTAL	729	1.451	2.180	33 %

Gráfica 8. Relación entre candidatos y candidatas por organización política

- El Movimiento MIRA, siguiendo con su tradición de adoptar un sistema cremallera en la conformación de sus listas, que además son cerradas, alternó hombres y mujeres asegurando la representación paritaria.
- El movimiento Centro Democrático a pesar de haber inscrito listas cerradas no incluyó un sistema cremallera para alternar hombres y mujeres. De haberlo hecho con los votos obtenidos, este grupo habría tenido mayor representación femenina.
- Las organizaciones que no tienen el porcentaje mínimo requerido es porque no estaban aspirando a circunscripciones donde se fueran a elegir cinco o más curules.

²⁹Los departamentos donde se eligen 5 o más curules son: Atlántico, Santander, Bogotá, Bolívar, Valle, Nariño, Caldas, Magdalena, Córdoba, Boyacá, Antioquia, Cundinamarca y Norte de Santander.

¿Cómo quedó conformada la representación femenina en el Congreso?

Para el Congreso de 2014, de las 720 candidaturas femeninas solamente se eligieron 56 mujeres, lo que significa el 21 %. La siguiente tabla muestra cómo se distribuyen las mujeres elegidas por corporación en comparación con los hombres:

Corporación	Femenino	Masculino	Total	% Mujeres
Cámara	33	134	167	20 %
Senado	23	79	102	23 %
Total	56	213	269	21 %

Tabla 10. Porcentaje mujeres elegidas por corporación

- En primera instancia es importante reconocer que en comparación con los dos últimos Congresos (2006 y 2010), la Ley 1475 en efecto ha favorecido el aumento de la participación de mujeres en el Congreso como se observa a continuación:



Ilustración 2. Porcentaje mujeres elegidas Congresos 2006, 2010 y 2014

- En la Cámara de Representantes las mujeres obtuvieron 33 curules, incluyendo una por la

circunscripción especial afrocolombiana. Sin embargo, al tener en cuenta que en la Cámara hay más curules a proveer que en el Senado, llama la atención que solo el 20 % haya quedado para mujeres.

- Las mujeres elegidas en el Senado solamente representan la cuarta parte del total. Si bien son menos curules a proveer es importante tener en cuenta que la representación en el Senado es de carácter nacional y que en Colombia el 51 % de la población es femenina³⁰, por lo que también se esperaría mayor paridad en la participación.

¿Cuántas mujeres elegidas tuvieron las organizaciones políticas?

En la gráfica 9 (ver en la siguiente página) muestra la distribución de mujeres elegidas por organización política.

- La organización política que más mujeres elegidas tiene es Centro Democrático con 13, seguido por el Partido Conservador con 10 y el Partido de la U con nueve. Es importante tener en cuenta que el Movimiento Centro Democrático presentó una lista cerrada en cada una de las circunscripciones.
- En términos porcentuales, las organizaciones políticas que más incluyeron mujeres en sus listas fueron MIRA con el 75 % del total de sus listas, el Partido Verde con el 45 % y el movimiento Centro Democrático con el 34 %.
- El Partido Cambio Radical tiene una proporción muy baja de mujeres elegidas; de sus 25 elegidos solo tres son mujeres. Por su parte, el Partido Polo Democrático no tuvo ni una mujer elegida para el Congreso 2014-2018.

³⁰Véase: https://www.dane.gov.co/files/censo2005/gene_15_03_07.pdf

Organizaciones políticas	Mujeres	Hombres	Total	Participación de mujeres
Centro Democrático Mano Firme Corazón Grande	13	25	38	34 %
Movimiento Autoridades Indígenas de Colombia - AICO	0	3	3	0 %
Movimiento MIRA	3	1	4	75 %
Partido Alianza Social Independiente - ASI	0	2	2	0 %
Partido Alianza Verde	5	6	11	45 %
Partido Cambio Radical	3	22	25	12 %
Partido Conservador Colombiano	10	36	46	22 %
Partido Liberal Colombiano	8	48	56	14 %
Partido Opción Ciudadana	3	8	11	27 %
Partido Polo Democrático Alternativo	0	8	8	0 %
Partido Social de Unidad Nacional - Partido de la U	9	49	58	16 %
Otros movimientos y organizaciones	2	5	7	29 %
TOTAL	56	213	269	

Gráfica 9. Mujeres elegidas por Corporación

¿Cómo es la distribución por regiones de las candidatas y elegidas a la Cámara 2014?

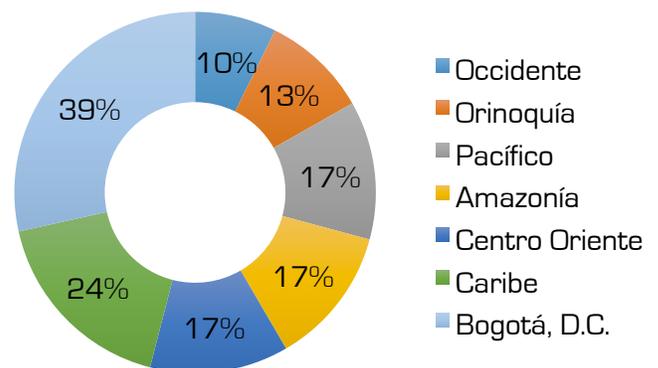
Las gráficas 10 y 11 muestran la distribución de las candidatas y las elegidas a la Cámara de Representantes por región.

Candidatas

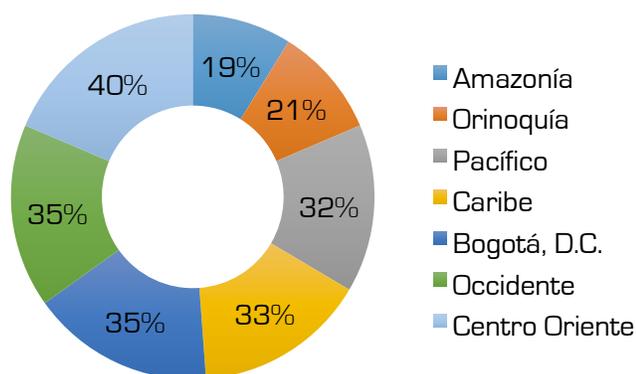
- 116 mujeres (40 % del total de candidatos) son de la región Centro Oriente que cubre los departamentos de Santander, Boyacá, Cundinamarca, Norte de Santander, Tolima y Huila.
- En segundo lugar, 62 mujeres (35 % del total de candidatos) buscaron una curul en la ciudad de Bogotá, D.C.
- En el tercer lugar está la región Caribe donde 98 mujeres (33 % del total de candidatos) participaron por las circunscripciones de los departamentos

de Atlántico, Córdoba, Magdalena, Bolívar, Sucre, San Andrés y Providencia, La Guajira y Cesar.

- Por el contrario, la menor representación en términos de candidaturas femeninas está en la región Amazonía que cubre los departamentos de Caquetá, Putumayo y Amazonas. En esta región sólo 11 mujeres (19 % del total de candidatos) participaron en las elecciones.



Gráfica 10. Distribución candidatas por región



Gráfica 11. Distribución elegidas por región

Elegidas

- En cuanto a las mujeres elegidas a la Cámara de Representantes, en Bogotá, D.C., 7 de las 18 curules las obtuvieron mujeres, lo que equivale al 39 % de las curules para la capital del país. Sin embargo, hay que tener en cuenta que tres de las mujeres elegidas pertenecen al grupo significativo de ciudadanos de Centro Democrático, las cuales estaban en una lista cerrada sin posibilidad de voto preferente.
- En segundo lugar se encuentra la región Caribe con el 24 % de mujeres elegidas, allí de 34 curules, ocho le correspondieron a mujeres. No obstante, frente al total de candidatas inscritas por la región Caribe, ocho mujeres solo equivalen al 3 %.
- En tercer lugar está la región de Centro Oriente con el 17 %. Allí, de 35 curules, seis le corresponden a mujeres. En este caso, en los departamentos de Tolima, Cundinamarca y Norte de Santander no se eligió a ninguna mujer.
- En la región de Amazonía salió elegida una mujer entre los seis elegidos. Es importante tener en cuenta que en ninguno de los departamentos que componen esta región (Amazonas, Putumayo y Caquetá) tenían que cumplir con la cuota de mujeres inscritas en las listas.

- En el último lugar de mujeres elegidas está la región occidental donde de 29 curules, sólo tres le corresponden a mujeres.

¿Cuántas mujeres candidatas y elegidas forman parte de listas de cuestionados al Congreso 2014?

Como se mencionó en la introducción de este informe, 131 candidatas al Congreso (83 en la Cámara de Representantes y 48 en el Senado) han sido cuestionadas por vínculos directos o indirectos con paramilitarismo y/o por supuestos apoyos de grupos ilegales, narcotráfico o cartel de la contratación³¹. De estos, 70 fueron elegidos para el Congreso 2014: 33 en el Senado y 37 en la Cámara. La siguiente tabla clasifica por corporación a las mujeres candidatas y elegidas que hacen parte de este grupo³²:

Corporación	Candidatas cuestionadas	Elegidas Cuestionadas	Total cuestionados elegidos
Senado	15	11	33
Cámara	11	6	37
Total	26	17	70

Tabla 11. Mujeres candidatas y elegidas - cuestionadas

- La tercera parte de las 56 mujeres elegidas para el Congreso 2014 están cuestionadas. Al revisar en distintas fuentes en línea la trayectoria política de estas candidatas y las elegidas³³, se encontró que entre ellas hay esposas, hermanas e hijas de políticos investigados o condenados por vínculos con paramilitares. También hay mujeres con vínculos familiares con congresistas investigados por celebración indebida de contratos.

³¹Véase: <http://www.elespectador.com/noticias/politica/mas-de-130-candidatos-al-congreso-cuestionados-sus-rela-articulo-477795>

³²El anexo n.º 1 contiene una lista de los elegidos al Senado y Cámara que están cuestionados. Para esta lista se toma como fuente la información reportada por la Fundación Paz y Reconciliación.

Conclusiones

- La aplicación de las cuotas de género en las listas se cumplió, pero esto aún no se traduce en un porcentaje proporcional de elegidas. De 33 % mujeres candidatas, 21 % fueron elegidas.
- En comparación con los Congresos de 2006 y de 2010, en el 2014 aumentó el número de mujeres elegidas. Sin embargo, esto no significa necesariamente que ellas estarán en representación de los intereses de este grupo minoritario. Sigue siendo una tarea pendiente para el Congreso trabajar por la construcción de una agenda de género que busque la reivindicación y garantía de derechos de las mujeres y que sea promovida por los congresistas, independientemente de si son hombres o mujeres.
- En cuanto a las regiones, la mayoría de las mujeres elegidas se concentran en el centro del país, principalmente en la ciudad de Bogotá. Así pues, las organizaciones políticas deben avanzar en el tema de la promoción de candidaturas femeninas con mayor liderazgo, exposición a medios, apoyo abierto de las organizaciones políticas que las avalan y oportunidades reales de ser elegidas.
- Finalmente, respecto a la lista de los cuestionados, algunas de las mujeres elegidas al Senado y a la Cámara de Representantes presentan un riesgo alto de que su ejercicio en el poder se vea cooptado por un proceso denominado “candidaturas en cuerpo ajeno” en el cual sus familiares, son vinculados a procesos judiciales e inhabilitados para ejercer la política, les cedieron su influencia electoral y sus plataformas políticas para llevarlas al Congreso. Es importante citar lo que la Fundación Paz y Reconciliación ha dicho al respecto: “Es claro que en términos jurídicos no existe lo que se llama ‘delitos de sangre’, que las responsabilidades son individuales y cada uno de los ex parlamentarios (sic) condenados o investigados llevan su propio proceso ante la justicia. Pero lo cierto es que en Colombia, la política es un ejercicio en el que el arraigo familiar es el común denominador y cuando un parlamentario da un paso al costado y deja su curul en el Congreso, por lo general uno de sus familiares se lanza a la arena electoral para relevarlo”³⁴.

³³La revisión de quienes son las mujeres que forman parte de la lista de cuestionados se hizo a través de artículos de prensa y en portales de información como el de La Silla Vacía y Congreso Visible.

³⁴Ibid.

Capítulo II

Financiación de campañas y rendición de cuentas en elecciones al Congreso 2014

Durante las elecciones al Congreso 2014 se destinaron importantes sumas de dinero para financiar las campañas políticas. En diversos medios se habló sobre enormes montos que se estaban invirtiendo en las campañas y cómo estas sumas podían provenir de “recursos ilegales o a través de finanzas legales que luego se retribuyen a través de contratos con el Estado”³⁵.

Aunque no es posible determinar con exactitud los costos reales de las campañas así como tampoco los recursos —legales e ilegales— que se gastaron en las elecciones de Congreso 2014 para financiarlas, sí es posible conocer el monto que oficialmente los candidatos y las organizaciones políticas reportaron en cumplimiento con los requerimientos de ley a través del aplicativo Cuentas Claras. Si bien no es suficiente, esto es un gran avance, no solo en el contexto colombiano sino en muchos otros países. Además, permite conocer el origen, el monto y la destinación de estos recursos y a partir de esto hacerles seguimiento y ejercer control social sobre los elegidos, sus partidos u organizaciones políticas y financiadores.

Con el fin de determinar los costos reales de las campañas, el CNE junto con el Ministerio de Hacienda y el Departamento Nacional de Estadística trabajaron en la elaboración de un Índice de Costos de Campañas Electorales (ICCE) que mide la variación anual de los costos de bienes y servicios que forman parte de la estructura de costos de las campañas y que para tal fin combina la información acopiada en Cuentas Claras con el Índice de Precios al Consumidor (IPC), el Índice de Costos de Construcción de Vivienda (ICCV), el Índice de Costos de Construcción Pesada (ICCP), el Índice de Costos de la Educación Superior

Privada (ICESP) y el Índice de Costos de Transporte de Carga (ICTC). De acuerdo con esto, se estipuló una variación del 12,07 entre los costos de las campañas al Congreso 2010 y los costos para las campañas 2014³⁶.

Es importante mencionar que la información contable que se presenta a través del aplicativo Cuentas Claras para las elecciones de Congreso 2014 pasa por varios niveles de verificación. En primer lugar, cada campaña debe tener un contador y un gerente de campaña encargados de hacer seguimiento a los movimientos financieros.

En segundo lugar, cuando las organizaciones políticas reciben los reportes de ingresos de sus candidatos los revisan y auditan y luego pasan a una tercera instancia de auditoría en el Fondo Nacional de Financiación de la Política, oficina adscrita al CNE. Al unir esta información con otras fuentes de datos o investigaciones en terreno como las que adelantan organizaciones como Paz y Reconciliación y la Misión

³⁵En algunos artículos se habló que por cuenta de la financiación ilegal y el incremento del clientelismo político, el valor de las campañas en estas elecciones se encareció de tal forma que en algunas zonas se llegó a hablar de 3.000 millones por candidato al Senado y de 900 millones a la Cámara. Como lo manifestó el analista León Valencia: “los candidatos tendrían dos formas de obtener el dinero para sus campañas: a través de cosas ilegales o a través de finanzas legales que luego retribuyen a través de contratos pero que son una manera de saquear el Estado”. Véase: <http://www.canalcapital.gov.co/blogs/el-mayor-riesgo-electoral-2014-en-colombia-financiacion-de-las-campanas/>

³⁶Es preciso mencionar que no hay claridad frente al cálculo hecho en este índice y se han presentado Derechos de Petición al DANE y al Ministerio de Hacienda para solicitar claridad sobre el cálculo hecho y las mediciones tomadas para tal fin. Véase: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ICCE/certificado_ICCE_13.pdf

Corporación	Ingresos	Gastos
Senado	\$ 99.836.057.935	\$ 99.719.730.090
Cámara	\$ 99.071.055.564	\$ 97.028.296.808
Parlamento Andino	\$ 3.966.524.783	\$ 4.123.491.616
Total	\$ 202.873.638.281	\$ 200.871.518.514

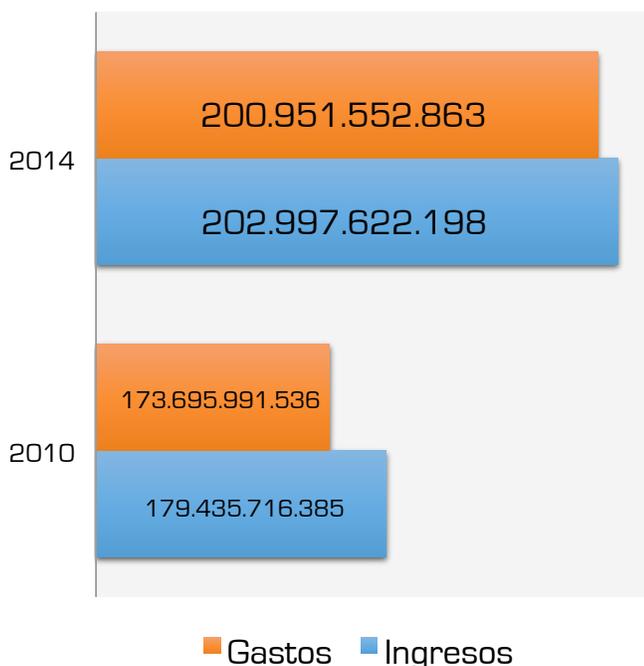
Tabla 12. Total ingresos y gastos elecciones candidatos elecciones legislativas 2014

de Observación Electoral con sus mapas de riesgos electorales, es posible tener mayor certeza sobre los gastos reales y el origen de los ingresos de las campañas. Esto es uno de los principales valores que tiene Cuentas Claras.

La cifra del total de los ingresos y los gastos en las elecciones al Congreso 2014 y Parlamento Andino reportados en Cuentas Claras por los candidatos se puede observar en la tabla 12.

En la gráfica 12 se compara el total de ingresos y gastos con los de las elecciones legislativas de 2010:

- Entre las elecciones legislativas de 2010 y las de 2014 los ingresos incrementaron en un 11.5 % y los gastos en un 13.5 %. Sin embargo, el número de candidatos entre las elecciones de 2010 y las de 2014 disminuyó, al pasar de 2.481 en 2010 a 2.347 en 2014.
- De acuerdo con el Índice de Costos de Campañas Electorales (ICCE), que estipuló una variación del 12,07 de los costos para las campañas entre el 2010 y el 2014, se observa que los ingresos fueron inferiores a dicha variación, pero los gastos sí fueron mayores.



Gráfica 12. Comparación ingresos y gastos elecciones 2010 y 2014

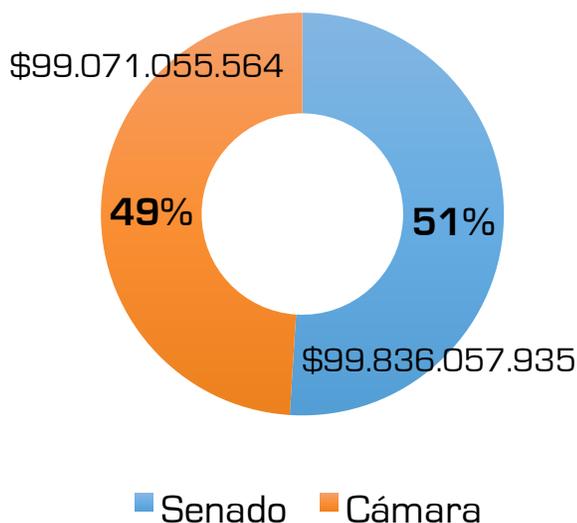
A. Descripción general de los ingresos para las campañas al Congreso 2014

El total de ingresos para las campañas al Congreso 2014, reportado por los 2.159 candidatos, fue de **\$198.907.113.498** millones. De este total, los 269 elegidos reportan ingresos por **\$89.843.272.755** millones **equivalentes al 51 % sobre el total.**

Las gráficas 134 y 14 muestran cómo se distribuyeron estos ingresos por corporación para candidatos y elegidos.

Candidatos

- En promedio cada candidato al Senado reportó ingresos por \$137.704 millones. Por su parte, cada candidato a Cámara reportó \$77.824 millones.

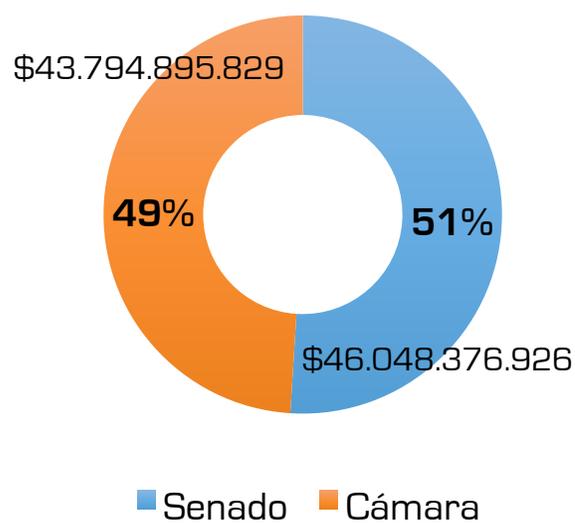


Gráfica 13. Ingresos de candidatos

Esta diferencia en los gastos promedio en cada corporación indican que para hacer una campaña a nivel nacional es necesario tener aproximadamente \$60 millones más de ingresos en comparación con una campaña a nivel territorial.

Elegidos

- El ingreso promedio de los 102 elegidos al Senado de la República fue de \$451.454 millones. Al comparar el ingreso promedio por candidato a esta corporación con el ingreso promedio por senador elegido se encuentra una diferencia de \$313.749 millones. En otras palabras, los candidatos que resultaron elegidos al Senado necesitaron aproximadamente \$313 millones más de ingresos para sus campañas.
- De la misma manera, el ingreso promedio de los 165 elegidos a la Cámara de Representantes fue de \$265.423 millones. La diferencia entre el ingreso promedio por candidato a esta corporación y el ingreso promedio por representante elegido es de \$187.600 millones, lo que indica que los candidatos que resultaron elegidos a la Cámara



Gráfica 14. Ingresos de elegidos

necesitaron aproximadamente \$187 millones más de ingresos para sus campañas.

¿Cuáles son las fuentes de ingresos para las campañas al Congreso?

De acuerdo con el formulario 5B el reporte de los ingresos para las campañas debe indicar la fuente de tales recursos. Bajo los códigos 101 al 106 los candidatos reportan los ingresos provenientes de fuentes privadas —incluyendo recursos propios—, del Estado —anticipos— y transferencias de las organizaciones políticas, entre otros. La gráfica 15 (ver en la siguiente página) muestra el total de ingresos distribuidos por cada uno de los códigos.

Candidatos

- Entre los recursos de los candidatos, de sus cónyuges, compañero permanente o parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad (101) y los aportes y/o donaciones y créditos en dinero o en especie de personas naturales y jurídicas (102) se concentra el 70 % del total de los ingresos.

- Las transferencias hechas por las organizaciones políticas a sus candidatos (106) equivalen al 13 % de los ingresos. Estos recursos provienen de fuentes privadas que aportan a las organizaciones políticas para que estas a su vez los reinviertan en sus campañas. Se observa que las organizaciones políticas trasladaron cerca de \$7 mil millones más de pesos para apoyar las campañas al Senado que a las de la Cámara de Representantes.
- En tercer lugar están los créditos con las entidades financieras, los cuales aportaron en total el 12 % de los ingresos. Estos créditos son pagados en parte con la reposición de gastos por votos válidos cuando el candidato tiene derecho a la reposición, es decir cuando obtiene el 50 % o más de los votos mínimos definidos para el umbral electoral (3 % del total de los votos).
- El monto reportado por los candidatos por concepto de anticipos es sólo el 5 % del total de ingresos. De estos ingresos, a los aspirantes al Senado de la República se les entregó cerca del doble de anticipos en comparación con lo entregado a los de la Cámara de Representantes.

Elegidos

- En cuanto a los elegidos al Congreso 2014, el origen de sus ingresos tiene un patrón similar al de los candidatos: la mayor fuente de recursos nuevamente es de origen privado, combinado entre recursos de los candidatos y de sus familias y los aportes de personas naturales y jurídicas (códigos 101 y 102), concentrando el 73 % de los ingresos.

Código	Senado de la República	Cámara de Representantes	Total	Porcentaje de ingreso por Código
101. Créditos o aportes que provengan del patrimonio de los candidatos, de sus cónyuges, compañeros permanentes, o parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad.	\$28.434.406.356	\$ 46.532.267.675	\$74.966.674.031	38 %
102. Contribuciones, donaciones y créditos en dinero o especie que realicen los particulares.	\$ 31.691.370.426	\$31.756.245.735	\$63.477.616.162	32 %
103. Créditos obtenidos en entidades financieras legalmente autorizados, indicando si existe pignoración.	\$16.064.939.769	\$6.916.554.108	\$22.981.493.878	12 %
104. Ingresos provenientes de actos públicos, publicaciones y/o cualquier otra actividad lucrativa del partido o movimiento.	\$1.075.932.491	\$873.771.287	\$1.949.703.778	1 %
105. Recursos recibidos por la campaña por concepto de financiación estatal - anticipos.	\$6.032.228.929	\$3.405.473.759	\$9.437.702.688	5 %
106. Recursos propios o de origen privado que las organizaciones políticas destinen para el financiamiento de las campañas en las que participen.	\$16.537.179.963	\$9.586.742.999	\$26.123.922.962	13 %
TOTAL	\$98.836.057.935	\$99.071.055.564	\$198.907.113.498	

Gráfica 15. Ingresos por códigos

- En segundo lugar, para los elegidos se encuentra que los recursos obtenidos a través de créditos con entidades financieras representan el 14 % de los ingresos. Estos créditos se pagan en parte con la financiación estatal mediante la reposición de gastos por votos —quienes tienen derecho a este beneficio—.

¿Cómo se distribuyen los ingresos por región?

Los ingresos por región para los candidatos a la Cámara de Representantes se pueden observar en la gráfica 16.

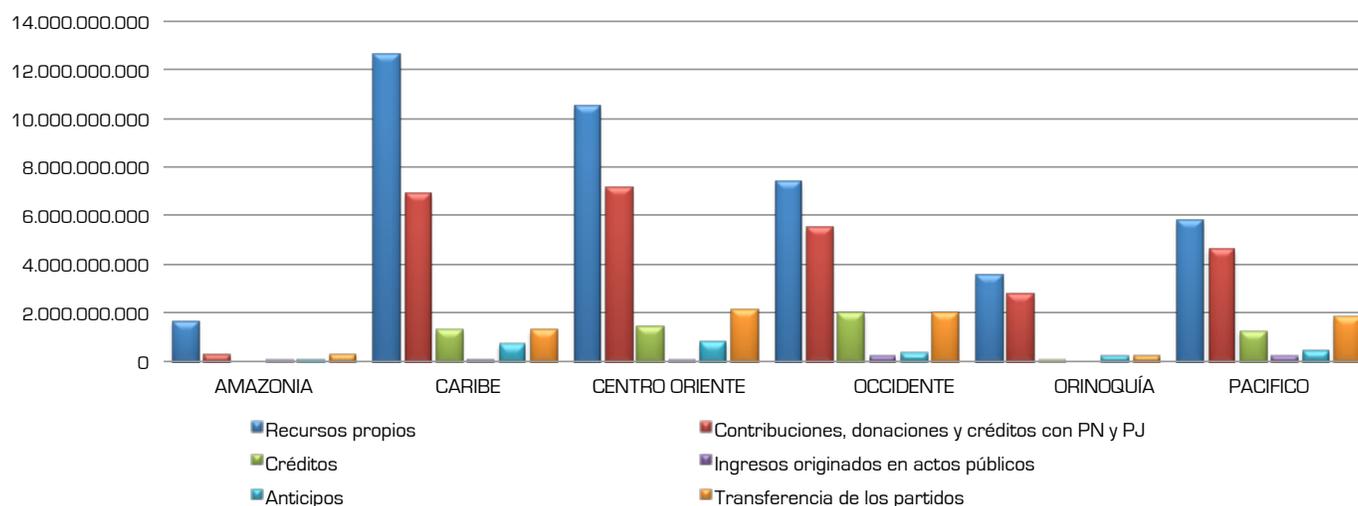
Además, para la identificación de patrones en el financiamiento de las campañas a nivel regional en los mapas de las gráficas 17 y 18 se visualiza la concentración de los ingresos de origen privado (códigos 101 y 102) en el país (ver en la siguiente página). Entre más fuerte es el color azul es mayor la concentración de los ingresos en esas regiones:

Candidatos

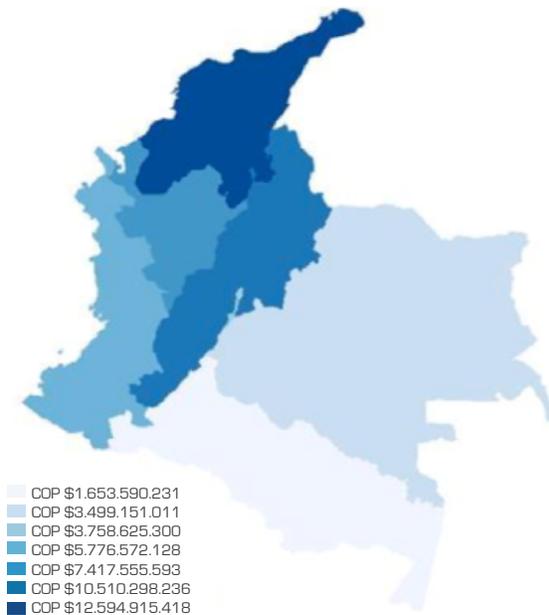
- En general, la región Caribe es la que mayores ingresos reporta. Además, como se observa en el segundo mapa, los siete departamentos que la conforman —Atlántico, Córdoba, Guajira,

Sucre, Bolívar, Magdalena, Cesar y San Andrés y Providencia— concentran el mayor porcentaje de ingresos originados en recursos propios de los candidatos o de sus familiares hasta el cuarto grado de consanguinidad. En segundo lugar, se encuentran los recursos recibidos por contribuciones de personas naturales y/o jurídicas. La segunda región con mayores ingresos es Centro-Occidente conformada por seis departamentos —Cundinamarca, Santander, Norte de Santander, Huila, Tolima y Boyacá—. El patrón de ingresos por códigos es similar a la de la región Caribe, pero con la diferencia que en esta región las organizaciones políticas hicieron más transferencias de recursos a sus candidatos. Además, como se observa en el mapa n.º 3, en Centro-Occidente se concentra la mayoría de los aportes de personas naturales y jurídicas.

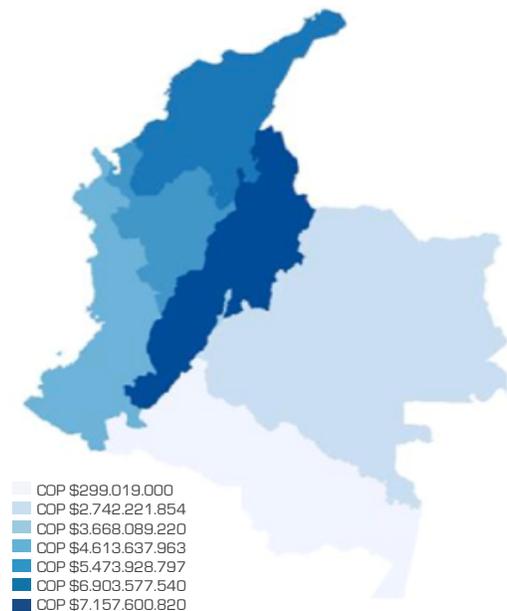
- La región con los menores ingresos es Amazonía, lo cual es congruente con los pocos candidatos inscritos por esta región (58). Así mismo, es importante mencionar que en esta región los subsidios para las campañas fueron casi nulos. Allí la ausencia de mayores recursos públicos para apalancar campañas sin duda afecta las posibilidades de que surjan nuevos liderazgos a menos de que tengan recursos propios o de origen privado para financiar sus campañas.



Gráfica 16. Distribución de ingresos por región, Cámara de Representantes



Mapa 2. Ingresos Código 101 por región



Mapa 3. Ingresos Código 102 por región

Elegidos

- En cuanto a los ingresos de los elegidos a la Cámara de Representantes, la distribución por regiones es similar a la de los candidatos. Así las cosas, el total de elegidos por región con mayores ingresos reportados provienen en orden descendente de las siguientes regiones: Caribe, Centro Oriente, Occidente, Pacífico, Bogotá, D.C., Orinoquía y Amazonía.

¿Cuáles Senadores reportaron mayores ingresos?

En la tabla 13 (siguiente página) se presentan los 20 senadores elegidos con mayores ingresos. Hay que aclarar que en su mayoría estos 20 elegidos fueron los candidatos con más ingresos.

- Los 20 senadores que más ingresos reportaron concentran cerca de la tercera parte del total de ingresos (31 %).

- Entre los senadores con mayores ingresos no aparece ninguno del Centro Democrático porque en su lista cerrada de 85 candidatos los ingresos fueron reportados en partes iguales por cada uno de ellos. Sin embargo, por el código 102, como se verá en el siguiente literal, los 85 candidatos de esta lista son los que más aportes de personas jurídicas y naturales recibieron.
- En cuanto a las regiones de origen de los 20 senadores con mayores ingresos, seis son de la región Caribe, cinco de la región Centro Oriente, cuatro de Bogotá, D.C., tres de la región Pacífica y dos de la región Occidente.
- Llama la atención que ocho de estos 20 elegidos forman parte del grupo de los 33 senadores cuestionados. Estos pertenecen al Partido Conservador (dos), Partido de la U (tres), Partido Liberal (uno), Partido Cambio Radical (uno) y Partido Opción Ciudadana (uno). Además, cuatro de estos senadores cuestionados provienen de la región Caribe.

Elegidos al Senado con mayores ingresos			
Elegidos	Partido	Departamento con mayor votación	Ingresos
Jorge Enrique Robledo Castillo	Polo Democrático	Bogotá, D.C.	\$1.015.314.284
Juan Diego Gómez Jiménez	Partido Conservador	Antioquia	\$818.688.045
Hernán Francisco Andrade Serrano	Partido Conservador	Huila	\$788.023.374
Roberto Víctor Gerlein Echeverría	Partido Conservador	Atlántico	\$746.638.068
Nerthink Mauricio Aguilar Hurtado	Partido Opción Ciudadana	Santander	\$746.089.300
Juan Manuel Galán Pachón	Partido Liberal	Bogotá, D.C.	\$718.026.668
Juan Carlos Restrepo Escobar	Partido Cambio Radical	Bogotá, D.C.	\$707.980.000
Laureano Augusto Acuña Díaz	Partido Conservador	Atlántico	\$707.000.000
Horacio Serpa Uribe	Partido Liberal	Santander	\$700.000.000
Carlos Fernando Galán Pachón	Partido Cambio Radical	Bogotá, D.C.	\$699.575.000
Myriam Alicia Paredes Aguirre	Partido Conservador	Nariño	\$686.767.500
Oscar Mauricio Lizcano Arango	Partido de la U	Caldas	\$682.060.488
Efraín José Cepeda Sarabia	Partido Conservador	Atlántico	\$677.039.891
Bernabé Celis Carrillo	Partido Cambio Radical	Santander	\$651.932.981
Musa Besaile Fayad	Partido de la U	Córdoba	\$651.500.000
Andrés Cristo Bustos	Partido Liberal	Norte de Santander	\$649.759.609
Roy Leonardo Barreras Montealegre	Partido de la U	Valle del Cauca	\$649.676.601
Andrés Felipe García Zuccardi	Partido de la U	Bolívar	\$649.400.000
Arleth Patricia Casado de López	Partido Liberal	Córdoba	\$645.615.000
Roosevelt Rodríguez Rengifo	Partido de la U	Valle del Cauca	\$645.115.600
TOTAL			\$ 14.444.812.885

Tabla 13. Lista elegidos al Senado con mayores ingresos

¿Cuáles Representantes a la Cámara reportaron mayores ingresos?

La tabla 14 (siguiente página) presenta el top 20 de los ingresos reportados por los Representantes a la

Cámara por organización política y departamento por el que salieron elegidos.

- En los 20 elegidos con mayores ingresos reportados se concentra el 26 % del total de

Elegidos a la Cámara de Representantes con mayores ingresos			
Elegidos	Partido	Departamento	Ingresos
Olga Lucía Velásquez Nieto	Partido Liberal	Bogotá, D.C.	\$692.740.674
Yahir Fernando Acuña Cardales	Movimiento Cien por Ciento por Colombia	Sucre	\$664.300.000
Mauricio Gómez Amín	Partido Liberal	Atlántico	\$633.550.000
Raymundo Elías Méndez Bechara	Partido de la U	Córdoba	\$625.000.000
Jorge Emilio Rey Ángel	Partido Cambio Radical	Cundinamarca	\$618.638.889
Miguel Ángel Pinto Hernández	Partido Liberal	Santander	\$586.855.960
Rodrigo Lara Restrepo	Partido Cambio Radical	Bogotá, D.C.	\$579.800.136
Ricardo Flórez Rueda	Partido Opción Ciudadana	Santander	\$545.300.000
David Alejandro Barguil Assis	Partido Conservador	Córdoba	\$536.304.094
Sara Elena Piedrahita Lyons	Partido de la U	Córdoba	\$532.807.012
Edgar Alfonso Gómez Román	Partido Liberal	Santander	\$518.172.882
María Eugenia Triana Vargas	Partido Opción Ciudadana	Santander	\$510.300.000
María Fernanda Cabal Molina	Centro Democrático	Bogotá, D.C.	\$494.577.883
Ángelo Antonio Villamil Benavides	Partido Liberal	Meta	\$486.000.000
Eduardo José Tous De La Ossa	Partido de la U	Córdoba	\$484.789.000
Lina María Barrera Rueda	Partido Conservador	Santander	\$481.579.040
Alfredo Ape Cuello Baute	Partido Conservador	Cesar	\$479.900.000
Mario Alberto Castaño Pérez	Partido Liberal	Caldas	\$465.201.334
Heriberto Sanabria Astudillo	Partido Conservador	Valle del Cauca	\$460.897.500
Hernando José Padai Álvarez	Partido Cambio Radical	Bolívar	\$454.065.380
Total			\$ 10.850.779.784

Tabla 14. Lista elegidos a la cámara con mayores ingresos

ingresos para las campañas a la Cámara de Representantes.

- Estos representantes ocuparán curules en las siguientes regiones: Caribe (ocho), Centro Oriente (seis), Bogotá D.C. (tres), Pacífica (uno), Orinoquía (uno), Occidente (uno).
- De los 20 elegidos a Cámara de Representantes con mayores ingresos, seis se encuentran en la lista de los cuestionados. Estos pertenecen al Partido Conservador (dos), Partido Liberal (dos), Partido Cambio Radical (uno), y al Movimiento Cien por Ciento Colombia (uno) y ganaron curules en las Cámaras de Bolívar (uno), Sucre (uno), Cesar (uno), Atlántico (uno) y Santander (dos).
- El anexo n.º 2 contiene la lista de cuestionados elaborada a partir del informe de la Fundación Paz y Reconciliación.

¿Cuántos ingresos reportaron las Organizaciones Políticas para las Campañas al Congreso 2014?

Cómo se mencionó en la introducción de este informe, las organizaciones políticas también pueden recaudar ingresos independientemente de los que recoge cada candidato para financiar su campaña institucional. De las 52 organizaciones políticas que inscribieron listas para las elecciones legislativas 2014, solo 10 recaudaron recursos para apalancar las campañas. Estos ingresos en su mayoría provienen de aportes de personas naturales o jurídicas, o de actos públicos, publicaciones y/u otra actividad lucrativa del partido o movimiento. Dichos ingresos deben registrarse en el formulario 7B. La gráfica 19 muestra el total de ingresos recaudado por las 10 organizaciones políticas.

- La organización que más recursos recaudó para el desarrollo de sus campañas institucionales en las circunscripciones en la que participaron fue el Movimiento MIRA. En segundo lugar está el Partido Liberal, seguido del Partido de la U.

Organización Política	Ingresos	Porcentaje de ingreso por Código
Movimiento Mira	\$ 13.269.724.980	23,9 %
Partido Liberal Colombiano	\$11.151.177.143	20,1 %
Partido Conservador Colombiano	\$ 9.718.864.040	17,5 %
Partido Social de Unidad Nacional - Partido de la U	\$8.086.120.909	14,6 %
Partido Alianza Verde	\$5.638.770.221	10,2 %
Partido Cambio Radical	\$4.813.763.722	8,7 %
Partido Polo Democrático Alternativo	\$1.011.590.200	1,8 %
Partido Opción Ciudadana	\$954.000.000	1,7 %
Centro Democrático Mano Firme Corazón Grande	\$405.276.666	0,7 %
Partido Alianza Social Independiente - ASI	\$399.674.817	0,7 %
TOTAL \$55.448.962.698		

Gráfica 17. Ingresos de las organizaciones políticas

Ingresos por códigos

- En los formularios 7B las organizaciones políticas reportan en una columna los ingresos consolidados de todos sus candidatos (información que obtienen de los formularios 5B) y en otra columna sus propios recursos. Es importante aclarar que aunque los códigos de los formularios 5B y 7B son iguales, las organizaciones políticas solo pueden reportar ingresos propios en los códigos 102, 103, 105 y 106. El origen de estos recursos por códigos se observa en la tabla 15 (ver en la siguiente página).
- El 70 % del total de ingresos corresponde al Senado de la República y el 30 % restante, a la Cámara de Representantes.
- Aproximadamente el 40 % de los ingresos de las organizaciones políticas se registraron en

Códigos	Senado de la República	Cámara de Representantes	Total
102	\$8.847.815.003	\$2.889.151.050	\$11.736.966.053
103	\$3.857.011.826	\$3.436.299.181	\$7.293.311.007
105	\$10.358.705.388	\$4.233.631.274	\$14.592.336.662
106	\$15.729.857.728	\$6.096.491.248	\$21.826.348.976
Total	\$38.793.389.945	\$16.655.572.753	\$55.448.962.698

Tabla 15. Ingresos por códigos de las organizaciones políticas

el código 106, en el que reportan los recursos de origen privado. En segundo lugar están los ingresos generados en actos públicos o cualquier otra actividad lucrativa de la organización política.

- En tercer lugar están los ingresos del código 102 correspondientes a las contribuciones, donaciones y créditos en dinero o especie de los particulares a las organizaciones políticas.
- Al revisar el formulario anexo 7.2B se observa que entre los aportantes privados a las organizaciones políticas se encuentran grandes empresas representantes de diversos sectores como: Grupo Éxito S.A., Bavaria, S.A., Claro, Pacific Rubiales, RCN, Caracol, Tecnoquímicas, Riopaila Castilla S.A y el Grupo ARGOS. Además, entre los donantes privados de las organizaciones políticas se encuentran instituciones educativas como, por ejemplo, Colegio Nuevo Cambridge S.A.S y el Colegio Santa Teresita de Soacha- el Trébol S.A.S. No es posible determinar, desde los formularios 7B y anexos, si las donaciones fueron hechas a la organización política para que esta a su vez la traslade a sus candidatos o si es un aporte exclusivo para la organización política para que ella decida cómo invertir estos recursos en sus campañas.

Conclusiones

- Al sumar los ingresos de las organizaciones políticas con el total de los ingresos reportados por los candidatos se observa que el total de

ingresos para financiar las campañas a Congreso 2014 fue de **\$254.356.076.196 millones**.



Ilustración 3. Ingresos campañas Congreso 2014

- En cuanto a las organizaciones políticas —al igual que los ingresos de los candidatos—, estas reportan mayores ingresos para sus campañas al Senado que para las de Cámara de Representantes.
- Al comparar los ingresos entre candidatos y elegidos por corporación se encontró una relación directa entre la cantidad de recursos de campaña y las posibilidades de ser elegido. Es decir, que a mayores ingresos, mayores posibilidades de salir elegido. De hecho, de los 20 candidatos con mayores ingresos al Senado,

solo cuatro no salieron elegidos. Por su parte, de los 20 candidatos a la Cámara de Representantes con mayores ingresos, solo uno no salió elegido. Este análisis muestra que las opciones para salir elegidos al Congreso de la República están directamente relacionadas con mayores ingresos por encima de las capacidades, trayectoria o propuestas de los candidatos.

- La principal fuente de los candidatos para financiar sus campañas al Congreso 2014 fueron los recursos propios (38 %), seguidos por los aportes —créditos y/o donaciones— de personas naturales y jurídicas (32 %).
- Si se suman los ingresos de los candidatos y sus familiares —código 101—, los de personas naturales y/o jurídicas —código 102— y los aportes de las organizaciones políticas que los avalaron —código 106—, se encuentra que el 83 % de los ingresos para las campañas al Congreso 2014 proviene de recursos de origen privado.
- La revisión de la financiación con recursos propios mostró que si bien el artículo 23 de la Ley 1475 impone un límite al monto de los aportes las personas naturales o jurídicas a las campañas, equivalente al 10 % del tope de gastos permitidos por campaña, este límite no existe para los recursos de origen propio o de los familiares. Esto abre varias puertas a riesgos en el proceso electoral. Por una parte, es difícil hacerle seguimiento al origen de los recursos que los candidatos reportan como propios puesto que casi nunca son depositados en las cuentas de las campañas y en la mayoría de los casos son aportes en especie. Por otra parte, la financiación excesiva con recursos privados, principalmente recursos propios, afecta la libre y sana competencia entre candidatos y limita las oportunidades a nuevos liderazgos para participar en las campañas si carecen de dichos recursos.
- La región que más recursos tuvo para financiar las campañas al Congreso fue la región Caribe. En esta zona la gran mayoría de los ingresos provinieron

de recursos propios de los candidatos. Aunado a lo anterior, en esta región se presenta una dinámica repetitiva en la que algunas familias con recursos económicos altos han permanecido en los cargos de elección popular, conformando unas élites políticas a las cuales cada vez es más difícil acceder³⁷.

B) Descripción de contribuciones y créditos que aportan las personas jurídicas y naturales - Código 102:

Como se observó en el literal anterior, a mayores ingresos mayores posibilidades de salir elegidos al Congreso. Más de un tercio de estos ingresos (32 %) provienen de recursos privados aportados por personas naturales y jurídicas. Si bien estos aportes son legítimos, también inciden en la competencia política y en los resultados. Si no son manejados de manera transparente y regulada, pueden terminar influyendo en la toma de decisiones públicas o desviando recursos del Estado para buscar la garantía de intereses privados por encima del bienestar general³⁸. Por esta razón, este informe busca profundizar en el análisis de la información reportada respecto a los aportes privados. En el formulario 5B, el código 102 —aportes privados— viene acompañado de un formato anexo —5.2B— en el cual cada aporte debe diferenciar si proviene de persona jurídica o natural, si es donación o crédito y el monto. El análisis que se presenta a continuación se basa en la revisión de dichos anexos buscando identificar el origen y los montos de las donaciones y los créditos entregados a las campañas a Congreso 2014 por parte de personas naturales y jurídicas.

³⁷El Espectador. "El poder electoral en la costa Caribe", marzo 13, 2014. En: <http://www.elespectador.com/noticias/politica/el-poder-electoral-de-costa-caribe-articulo-480512>

³⁸Transparencia Internacional. Control Ciudadano del Financiamiento Político. Una guía práctica sobre experiencias y desafíos. Páginas 14 y 15. Berlín, 2007.

¿Cuántos recursos aportaron las personas naturales a las Campañas al Congreso 2014?

Las donaciones y créditos de las personas naturales se describen en la siguiente ilustración:



Ilustración 4. Donaciones y créditos personas naturales

Donaciones

- De las 3.321 personas naturales que hicieron donaciones a las campañas, 400 concentran el 50 % de total de los recursos donados.
- El mayor aporte en total de una persona natural fue de \$238.968.787 millones de pesos, los cuales se dividen en aportes a siete candidatos diferentes.
- Si no están enmarcados en prácticas transparentes, estos aportes pueden conllevar al riesgo de que intereses privados incidan en las decisiones que puedan tomar los elegidos. Por esta razón, de manera exploratoria se trató de identificar entre las 3.321 personas jurídicas si había personas que podrían tener algún interés particular para aportar a las campañas. De esta revisión se encontró que entre los donantes hay

personas que son o han sido contratistas con el Estado. Por ejemplo, hay un donante que aparece registrado como contratista de servicios de viaje, alimentación, alojamiento y entretenimiento para la Gobernación de Santander en el año 2012. También se encontraron aportes de funcionarios públicos o exfuncionarios. Cabe anotar que la Ley 1475 de 2011 en su artículo 27 prohíbe los aportes de los funcionarios públicos, pero hace una excepción para los aportes que provengan de los miembros de las corporaciones públicas de elección popular.

Créditos

- Respecto a los créditos otorgados a las campañas por personas naturales, estos oscilaron entre \$65 millones y \$600 millones de pesos.
- Entre las personas naturales que hicieron préstamos aparecen representantes de empresas que han contratado con el Estado o han participado en concursos públicos y licitaciones. Por ejemplo, al revisar la base de datos de las personas que dieron créditos hay una que aparece en el portal de contratación como contratista del departamento de Santander en el año 2011³⁹.

¿Cuántos recursos aportaron las personas jurídicas a las campañas al Congreso 2014?

Las personas jurídicas son empresas de diversa índole y origen que hacen aportes a las campañas. Para poder hacer donaciones políticas estas empresas deben ser colombianas. Estos recursos se pueden entregar directamente a las campañas o a las organizaciones políticas. Cuando son donaciones y se elabora el acta correspondiente, se pueden tomar como un gasto deducible de impuestos hasta el 30 % de la renta

³⁹Información en: <https://www.contratos.gov.co/consultas/detalleProceso.do?numConstancia=11-1-64217>

líquida del donante⁴⁰. Esto se constituye en uno de los incentivos para que las empresas hagan aportes a las campañas.. A continuación, se describen los aportes, entre donaciones y créditos hechos por las personas jurídicas a las campañas:



Ilustración 5. Donaciones y créditos personas jurídicas

El anexo n.º 3 contiene una lista de las 30 empresas que hicieron más donaciones a las campañas diferenciando entre candidatos y elegidos al Congreso. El anexo n.º 4 presenta una lista de las mayores donaciones entregadas por una persona jurídica a un elegido al Congreso. La información sobre el total de aportes de estas empresas se confirmó a través de la revisión del número de NIT de cada una de ellas tal y como aparecía registrado en los anexos 5.2B. A partir de dicha revisión se encontró lo siguiente:

- De las 558 personas jurídicas que donaron recursos a las campañas, las primeras 30 concentran casi la mitad de las donaciones (45 %) equivalente a \$7.638.698.943 millones.
- Entre las empresas que hicieron donaciones a las campañas se encuentran las dos principales cadenas de radio y televisión en el país: RCN y Caracol.

- Los aportes totales de RCN Radio y RCN Televisión se ubican en el primer lugar de las donaciones a las campañas al Congreso 2014. Sus aportes cercanos a \$ 1500 millones se reparten en donaciones a 193 candidatos, 11 en la Cámara de Representantes y 182 en el Senado. De estos candidatos, cuatro salieron elegidos en la Cámara de Representantes y 42 en el Senado.
- En el caso de los aportes de Caracol, esta empresa le aportó a un solo candidato elegido al Senado de la República con \$91.595.057 millones.
- Entre los principales donantes también se encuentran varias empresas que se dedican al desarrollo inmobiliario y turístico y al desarrollo de proyectos de vivienda en la costa Caribe. Tal es el caso de BD Barranquilla SAS, BD Cartagena SAS, BD Outsourcing SAS, BD Promotores Colombia, Servicio Torrezar Ltda. y Promotora Turística del Caribe S.A. En este caso en particular, se observó que las tres primeras empresas, ubicadas en la región Caribe, le hicieron aportes a una candidata elegida a la Cámara de Representantes por Bogotá, D.C.
- Entre los principales donantes también se encuentran empresas del sector financiero como Davivienda y algunas fundaciones del mismo sector como la Fundación Bancolombia y la Fundación Suramericana. Asimismo, hay empresas aseguradoras e intermediarias entre aseguradoras y clientes como Seguros Bolívar, Seguros del Estado y ARRES Corredores de Seguros, S.A.

⁴⁰Véase el Estatuto Tributario, artículo 125-4. Además el artículo 16 de la Ley 1475 de 2011 indica lo siguiente en el párrafo: "De conformidad con el Artículo 125-4 del Estatuto Tributario, las donaciones a que se refiere el numeral 2 de esta disposición podrán ser deducidas hasta en un 30% de la renta líquida del donante, determinada antes de restar el valor de la donación, siempre que cumplan los requisitos y modalidades previstos en los artículos 125 y s.s. del mencionado Estatuto".

- También hay empresas que se dedican a la infraestructura urbana como, por ejemplo Aluminios, Vidrios y Aceros S.A.S y la empresa Luces de Santander S.A. Esta última, que se dedica al manejo, control y expansión del alumbrado público, según una nota de prensa del diario *Vanguardia*⁴¹, está siendo investigada por la Contraloría General de la Nación y recientemente cambió su nombre a Luces de Floridablanca. A su vez, la empresa Luces de Floridablanca, también aparece como aportante.
- Entre los principales donantes jurídicos se encuentra el Partido Conservador junto con el Fondo Nacional Económico del Partido Conservador. Estos recursos no corresponden a las transferencias que hacen las organizaciones políticas a las campañas puesto que esas deberían registrarse en el código 106 de los formularios 5B, sino que los recursos aportados se registraron por el código 102.

Este partido dio en total \$ 520 millones en aportes a 21 candidatos, 12 en la Cámara de Representantes y nueve en el Senado, de los cuales seis salieron elegidos en la Cámara y siete en el Senado. Por su parte, el Fondo Nacional Económico del Partido Conservador aportó \$320 millones divididos en 16 candidatos, de los cuales siete salieron elegidos en la Cámara y dos en el Senado.

- Finalmente entre los mayores donantes también se encuentra la empresa Corredor Empresarial S.A la cual agrupa a los principales empresarios de apuestas, incluyendo dentro de sus productos a Super Astro. Hay que tener en cuenta que la Ley 1475 en el art. 27 indica que: "...están prohibidos los aportes de personas naturales o jurídicas cuyos ingresos en el año anterior se hayan originado en más de un 50% (sic) de contratos o subsidios estatales, que administren recursos públicos o parafiscales o que tengan licencias o permisos para explotar monopolios estatales o juegos de suerte y azar"

Es muy importante que el Estado defina y establezca mecanismos de seguimiento al cumplimiento de esta norma y que se apliquen las sanciones correspondientes cuando se detecten irregularidades.

¿Cuáles personas jurídicas dieron mayores créditos a las campañas al Congreso 2014?

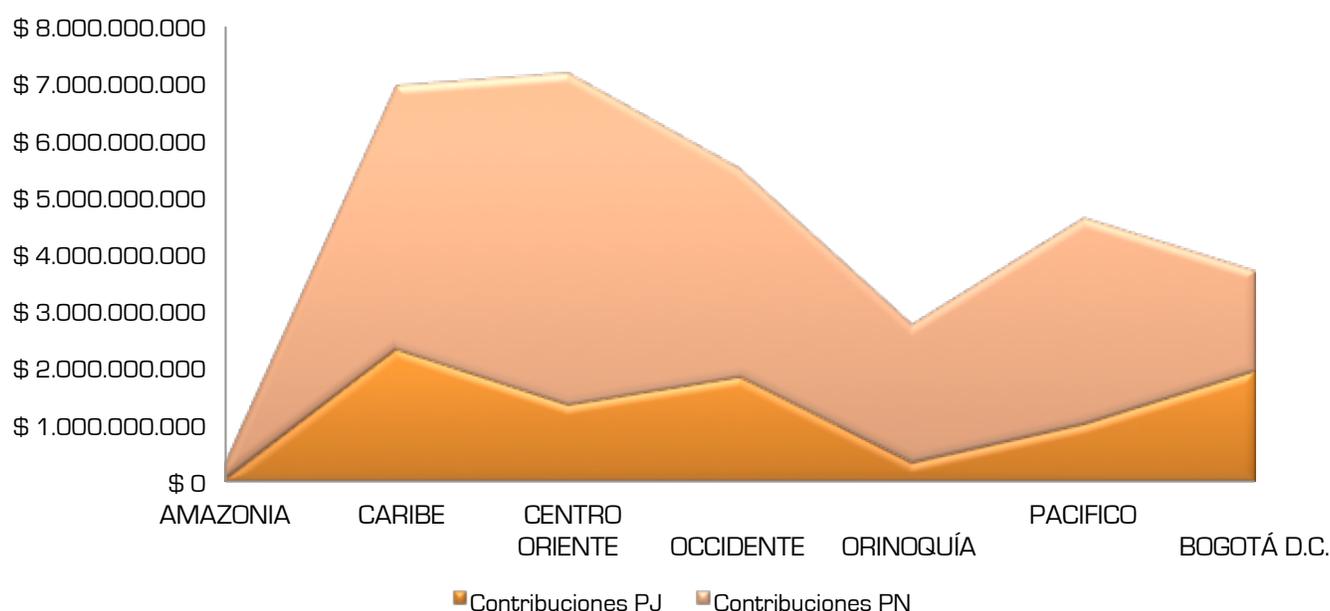
El anexo n.º5 presenta las 25 personas jurídicas que más créditos dieron para las campañas al Congreso 2014. De la revisión de esa información se encuentra lo siguiente:

- Estas 25 personas jurídicas representan el 91 % del total de los créditos, oscilando entre \$2.900 millones que dio el Partido Cambio Radical en préstamos a 11 de sus candidatos —todos salieron elegidos—, hasta \$70 millones que prestó la Unión Temporal Ortec a un candidato.
- Entre las 25 personas jurídicas que hicieron más préstamos a las campañas, también hay cuatro organizaciones políticas: Partido Cambio Radical, Partido de la U, Partido Conservador y Partido Liberal, las cuales concentran el 50 % de los créditos que estas organizaciones dieron en préstamo a algunos de sus candidatos.

¿Cómo se distribuyeron los ingresos de personas jurídicas y de personas naturales en las regiones?

La gráfica 20 (ver en la siguiente página) permite visualizar la distribución por regiones de los recursos aportados por las personas naturales y jurídicas para la Cámara de Representantes.

⁴¹Vanguardia. "Primera parte: Con cuestionado contrato se ejecuta el alumbrado público de Floridablanca". En: <http://www.vanguardia.com/actualidad/politica/195285-primera-parte-con-cuestionado-contrato-se-ejecuta-el-alumbrado-publico-de>



Gráfica 18. Distribución de aportes personas naturales y personas jurídicas por región, Cámara de Representantes

- Para la Cámara de Representantes, el monto total de recursos aportados por personas naturales es casi tres veces mayor al monto aportado por personas jurídicas.
- La menor diferencia entre aportes de personas naturales y de personas se encuentra en la ciudad de Bogotá.
- Esta gráfica corrobora que tanto la región Caribe como la Centro Occidente son las que mayores recursos de origen privado recibieron, ambas en proporciones similares. Sin embargo, los aportes de personas jurídicas en la región Caribe son aproximadamente \$250 millones de pesos superiores a los aportes en la región Centro Occidente.

¿Cuáles organizaciones políticas reúnen los candidatos con mayores ingresos por código 102?

Para identificar a los candidatos de las organizaciones políticas que recibieron mayores recursos de origen privado para sus campañas se tomaron todos los formularios 5B y se filtró

el código 102 por cada organización política. La tabla 18 (ver en la siguiente página) muestra las cinco primeras organizaciones en las que sus candidatos para la Cámara de Representantes y para el Senado recibieron mayores donaciones y/o créditos de personas naturales y/o jurídicas.

- Estas cinco organizaciones políticas no sólo recogen los mayores ingresos de aportes privados sino que además concentran el 63 % de las curules para el Senado: 21 para el Partido de la U, 19 para Centro Democrático, 19 para el Partido Conservador, 17 para el Partido Liberal y nueve para Cambio Radical.
- Igualmente en la Cámara de Representantes, estas cinco organizaciones políticas concentran el 60.3 % de las curules: 39 para el Partido Liberal, 36 Partido de la U, 27 Partido Conservador, 19 Centro Democrático y 16 para Cambio Radical.

Conclusiones

La revisión de aportes y créditos de personas naturales y jurídicas —código 102—, permite concluir:

N.º	Organización política	Senado	Cámara	Total
1	Partido Liberal Colombiano	\$ 4.721.192.385	\$ 8.044.809.362	\$ 12.766.001.747
2	Centro Democrático Mano Firme Corazón Grande	\$ 8.215.153.726	\$ 2.472.707.088	\$ 10.687.860.814
3	Partido Cambio Radical	\$ 5.448.691.345	\$ 4.117.016.389	\$ 9.565.707.734
4	Partido Social de Unidad Nacional - Partido de La U	\$ 2.927.266.262	\$ 6.685.467.592	\$ 9.612.733.854
5	Partido Conservador Colombiano	\$ 4.829.965.889	\$ 4.261.411.686	\$ 9.091.377.575

Tabla 16. Organizaciones políticas que reúnen candidatos con mayores aportes en Código 102

- Los ingresos reportados por este código representan la segunda mayor fuente de aportes para las campañas al Congreso 2014. Las donaciones entregadas por personas naturales y jurídicas suman en total \$44.312.089.858 millones y los créditos suman \$19.120.526.302 millones. Es importante hacerle el seguimiento a la gestión de los beneficiados de dichos recursos para identificar la eventual existencia de intereses privados que puedan cooptar a los elegidos e imponer intereses particulares.
- Llama la atención que grandes empresas, contratistas o ex contratistas públicos aparezcan como los principales donantes a estas campañas. Respecto a los aportes de medios o empresas de comunicación, estos recursos son particularmente sensibles puesto que ofrecen uno de los servicios más importantes y costosos para las campañas y las empresas a su vez reciben contratos por sumas muy significativas por prestar este servicio. Esto genera inequidades entre los candidatos en competencia.
- Igualmente, es importante prestar atención a los créditos obtenidos con personas naturales y jurídicas, incluyendo los préstamos que hicieron las organizaciones políticas a algunos de sus candidatos, puesto que pueden convertirse en una forma de “disfrazar” aportes a través de la figura de préstamos que finalmente no se pagan. Hay que recordar que no existe el límite del 10 % del tope máximo permitido por campaña para los préstamos de personas naturales y jurídicas.
- Se debe prestar atención a la declaración de los conflictos de intereses de los elegidos al Congreso 2014 de manera que hagan explícitas y públicas las eventuales situaciones resultantes de la financiación de sus campañas que podrían inhabilitarlos para actuar en determinados asuntos, por cuenta de los intereses o relaciones con los financiadores de sus campañas.
- Para evitar las sospechas respecto a la motivación y el origen de los recursos entregados por las personas naturales y jurídicas, estas deben hacer públicas de manera proactiva sus donaciones a las campañas.
- Además es importante que en aras de fomentar la responsabilidad política empresarial, las personas jurídicas que aportan a las campañas realicen una revisión y ajuste de sus estatutos y políticas internas para tener criterios claros y objetivos a la hora de decidir a quién van a apoyar con recursos y cuantos recursos van a aportar. Así mismo, deben promover prácticas conducentes a hacerle seguimiento a la gestión de los candidatos que financiaron.

C) Descripción general de los gastos de las campañas:

Como se mencionó en la introducción de este informe, para el financiamiento de la política en Colombia y la garantía de mayor equidad y control en las campañas se ha elevado a nivel constitucional la limitación de los gastos permitidos para las campañas políticas (artículo 109). La Ley 1475 y las resoluciones que expide el CNE para cada proceso electoral estipulan los gastos permitidos por campaña y reglamentan los límites.

Para las elecciones de Congreso los topes se definen por corporación: en el Senado cada lista inscrita tiene el mismo tope de gastos. Cuando la lista tiene voto preferente, el tope debe dividirse en partes iguales por cada uno de los candidatos inscritos en la misma. Por su parte, en la Cámara de Representantes, los topes de gastos se definen a partir del censo electoral de cada departamento e igualmente, si tienen voto preferente, se divide en partes iguales entre el número de candidatos inscritos en la lista⁴².

Para analizar los gastos de las campañas al Congreso 2014 a continuación se retoma la tabla 17 que recoge el total de ingresos y gastos por corporación reportados a través de Cuentas Claras el 9 de mayo.

- En esta tabla se puede observar que la diferencia entre el total de ingresos y el total de gastos reportados es muy pequeña. En el Senado la diferencia es menor del 1 % y en la Cámara es del 3 %. Esto indica que los candidatos, a nivel de sus reportes contables, gastaron en las campañas casi la totalidad de los recursos que gestionaron para tal fin.

- Los 102 elegidos al Senado suman gastos por \$45.840.028.492 millones y los 167 elegidos a la Cámara por \$43.345.466.233 millones, para un total de \$89.186.494.725 millones. Esto constituye el 45 % del total de los gastos concentrados en 269 elegidos.

La diferencia entre los gastos en promedio de los candidatos y de los elegidos por corporación se observa en gráfica 21 (ver en la siguiente página).

- La gráfica muestra que entre más gastos realice un candidato tiene más probabilidades de ser elegido. Por ejemplo, cada candidato elegido para el Senado, reportó aproximadamente \$317 millones más de gastos en comparación con los reportados en promedio por cada candidato a esta corporación. A su vez, un elegido en la Cámara de Representantes en promedio reportó \$190 millones más de gastos en comparación con los gastos en promedio por cada candidato a esta corporación.

¿Cómo se distribuyen los gastos por códigos?

Al igual que con los ingresos, los candidatos deben reportar en el formulario 5B los gastos clasificados por códigos. La gráfica 22 muestra el total de gastos por cada código (ver en la siguiente página)

- El mayor gasto de las elecciones de Congreso 2014 fue en propaganda electoral —código

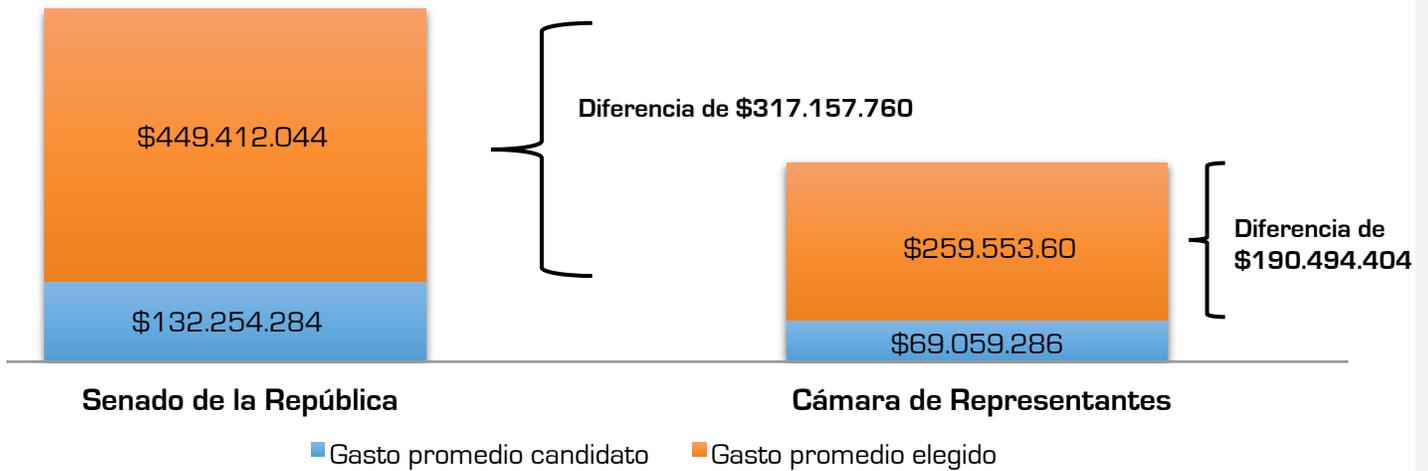
⁴²En la introducción de este informe se encuentra el marco normativo con sus regulaciones respectivas, incluyendo los topes para éstas elecciones.

Corporación	Ingresos	Gastos	Diferencia
Senado	\$ 99.836.057.935	\$ 99.719.730.090	\$ 116.327.845
Cámara	\$ 99.071.055.564	\$ 97.028.296.808	\$ 2.042.758.756
Total	\$ 198.907.113.49	\$ 196.748.026.899	\$ 2.159.086.599

Tabla 17. Total de ingresos y gastos Congreso 2014

208—, concentrando el 42 % del total de gastos. De acuerdo con el instructivo desarrollado por el CNE para la rendición de cuentas⁴³, en este código se deben reportar gastos de propaganda política

a través de los medios de comunicación social y espacios públicos, incluyendo gastos de pautas en radio, periódicos, revistas y televisión; vallas, pasacalles pendones y afiches, entre otros. Este



Gráfica 19. Diferencia entre gasto promedio candidato y elegido

Código	Senado de la República	Cámara de Representantes	Total	Porcentaje de ingreso por Código
202. Gastos administrativos	\$17.140.277.443	\$17.646.170.467	\$34.786.447.910	18 %
202. Gastos de oficina y adquisiciones	\$147.3746.568	\$2.290.099.609	\$3.763.846.177	2 %
203. Inversión en materiales y publicaciones	\$4.151.414.086	\$5.337.066.450	\$9.488.480.536	5 %
204. Actos públicos	\$1.356.7548.816	\$13.897.440.902	\$27.464.989.718	14 %
205. Servicio de transporte y correo	\$13.653.995.876	\$16.295.131.215	\$29.949.127.091	15 %
206. Gastos de capacitación e investigación política	\$1.260.729.007	\$1.550.178.750	\$2.810.907.757	1 %
207. Gastos judiciales y de rendición de cuentas	\$437.354.636	\$749.527.380	\$1.186.882.016	1 %
208. Gastos de propaganda electoral	\$45.491.189.073	\$36.727.864.849	\$82.219.053.922	42%
209. Gastos financieros	\$415.786.875	\$616.052.497	\$1.031.839.372	1 %
210. Gastos que sobrepasan la suma fijada por el CNE	\$4.700.000	\$1.083.457	\$5.783.457	0 %
211. Otros gastos	\$2.161.283.611	\$2.953.419.678	\$5.114.703.289	3 %
TOTAL	\$99.758.025.991	\$98.064.035.254	\$197.822.061.245	

Gráfica 20. Gastos de los candidatos por códigos

⁴³Véase: <http://www.cne.gov.co/CNE/media/file/INSTRUCTIVO%20ELECCIONES%20CONGRESO%202014.pdf>

código viene acompañado de un formato anexo que permite detallar los gastos incurridos.

- En segundo lugar se encuentran los gastos administrativos —código 201—, concentrando el 18 % del total. En este código se registran gastos por concepto de sueldos, honorarios, viáticos, arriendos, servicios públicos y similares; sin embargo, no hay un formato anexo para detallar estos gastos.
- El tercer mayor gasto en las campañas fue en servicios de transporte y correo —código 205—, el cual concentra el 15 % del total. En este código se reportan gastos por cualquier clase de transporte y correo, entre otras: servicio de taxis, buses, transporte aéreo, servicio de correo fax y transporte en el día de elecciones. Este código tampoco tienen un anexo que permita observar el detalle de dichos gastos.
- Por el contrario entre los menores gastos se encuentran los de capacitación e investigación política —código 206— el cual sólo asciende al 1 % del total. En este código se registran gastos como pago a capacitadores, encuestas, material de apoyo y alquiler de instalaciones para capacitaciones.
- En el código 210 se deben reportar los gastos que sobrepasan la suma fijada por el CNE. Al revisar en la base de Cuentas Claras se encontró que dos candidatos al Senado y dos a la Cámara incurrieron en más gastos de los permitidos, sumando en total \$5.783.457.

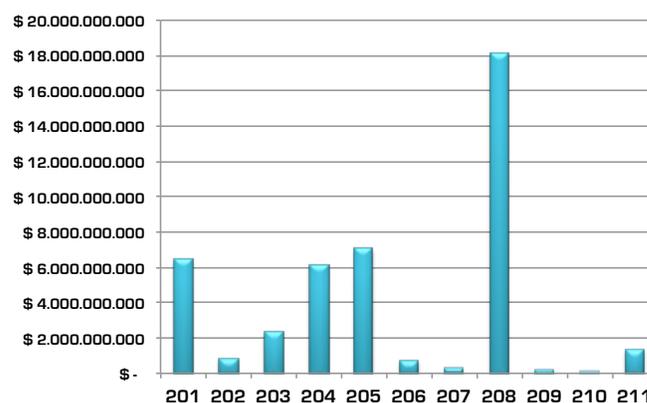
¿Cómo se distribuyen los gastos de los elegidos al Congreso 2014?

Las gráficas 23 y 24 permiten visualizar por cada código el total de gastos de los elegidos al Senado y a la Cámara de Representantes.

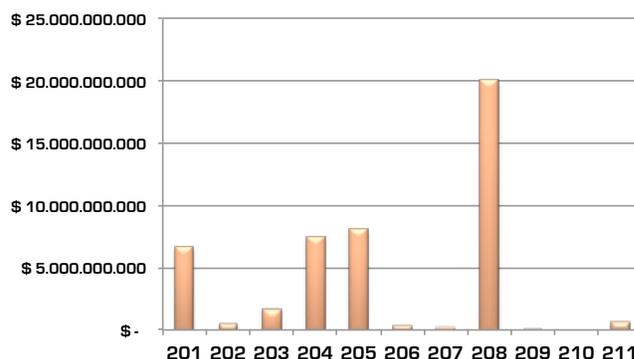
- La distribución de los gastos de los elegidos es similar a la de los candidatos. Tanto en la Cámara como en el Senado el principal gasto

fue el de publicidad electoral —código 208— concentrando en el caso de la Cámara el 42 % de los gastos y en el Senado el 44 % del total.

- Los gastos de administración —código 201—, actos públicos —código 204— y servicios de transporte y correo —código 205— fueron similares oscilando entre el 15 % y el 17 % en las dos corporaciones.
- Esta diferencia entre los gastos de publicidad y los gastos de actos públicos muestran un cambio en la forma actual de hacer campañas. Estas se han ido trasladando al escenario de las plataformas virtuales de información, quitándole el protagonismo que anteriormente tenían las tarimas y las plazas públicas.



Gráfica 21. Gasto por código elegidos Cámara



Gráfica 22. Gasto por código elegidos Senado

¿Cuál fue el gasto total de los candidatos en comparación con los topes permitidos?

Los topes de gastos permitidos para las campañas a las elecciones de Congreso 2014 quedaron definidos a partir de la revisión de Índice de Costos de Campañas Electorales (ICCE) por corporación, circunscripción y censo electoral, como ya se describió en este informe.

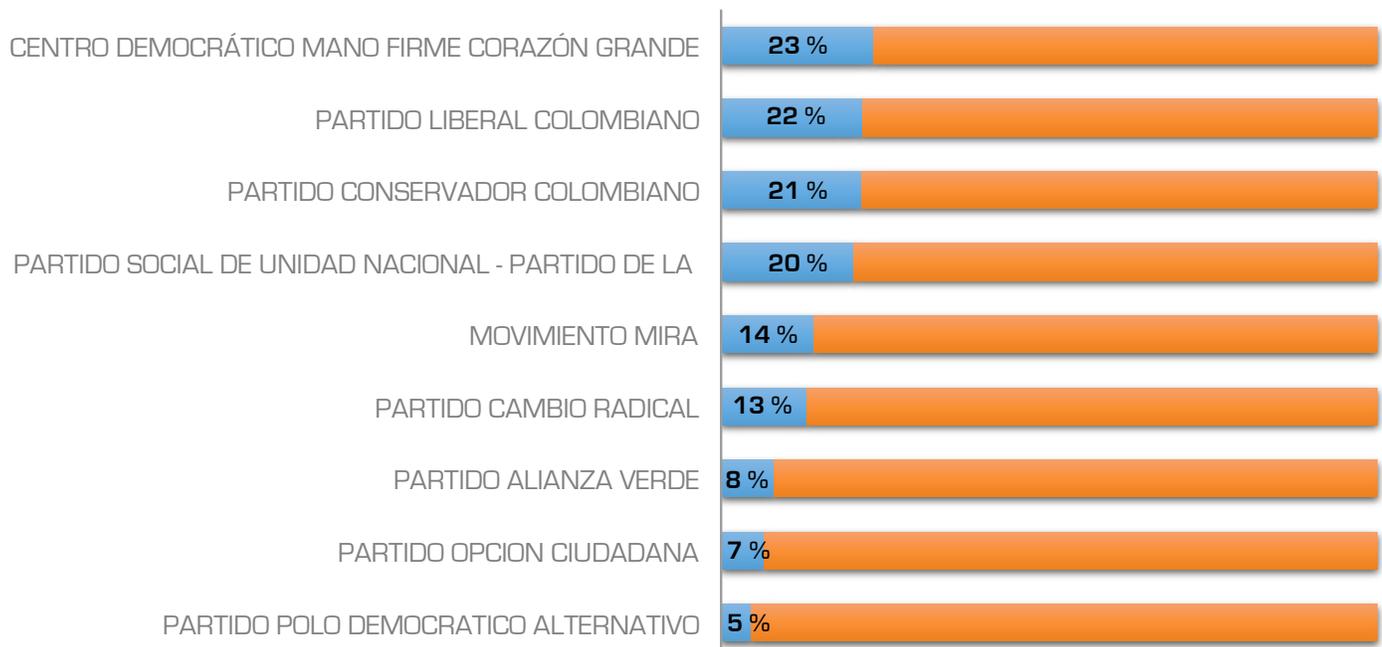
Si bien diversos candidatos y analistas afirman que en la práctica las campañas cuestan mucho más de lo que la autoridad electoral define como techo máximo de gastos, en la revisión de la información de gastos reportada en Cuentas Claras se observó que ninguna de las listas de candidatos al Senado o a la Cámara ni siquiera se acercó al 30 % del tope permitido.

Para confirmar este hallazgo se tomaron todas las listas de candidatos por circunscripción nacional al Senado de la República y se compararon los gastos totales con los topes establecidos. La gráfica 25 muestra el resultado de este ejercicio.

- Cada lista al Senado de la República 2014 podía gastar máximo \$74.053.868.791 millones, los

cuales deben distribuirse en partes iguales entre los candidatos inscritos en la lista. Como se observa en la gráfica, ninguna de las listas para la circunscripción nacional del Senado sobrepasó el 25 % del tope máximo permitido.

- Por otra parte, la ley permite un 20 % más del tope máximo por lista para los gastos de campaña institucional de cada organización política. Esto significa un tope adicional de \$14.810.773.758 millones para las organizaciones políticas que hicieron sus campañas institucionales en las circunscripciones en las que inscribieron sus listas. En la tabla 18 (ver en la siguiente página) se presenta la suma del gasto total por lista de candidatos al Senado y del gasto de cada organización política.
- Esta tabla muestra que ni siquiera al sumar los gastos de la organización política con los de su lista de candidatos se llega al 30 % del tope de la lista. La organización que más gastos reporta sumando los propios y los de sus candidatos es el Partido Liberal llegando al 31 % del tope de lista.



Gráfica 23. Gasto total de los candidatos por tope a lista de Senado

Gastos totales frente a montos permitidos - Senado						
Organización Política	N.º candidatos	Tope por lista	Gastos totales lista	Tope por organizaciones	Gasto total organización (7B)	Gasto lista + Gasto organización
Partido Polo Democrático Alternativo	65	\$74.053.868.791	\$3.422.441.874	\$14.810.773.758	\$1.193.058.697	\$4.615.500.571
Partido Opción Ciudadana	44	\$74.053.868.791	\$4.828.673.021	\$14.810.773.758	\$590.000.000	\$5.418.673.021
Partido Alianza Verde	95	\$74.053.868.791	\$5.938.149.925	\$14.810.773.758	\$2.896.274.736	\$8.834.424.661
Partido Cambio Radical	100	\$74.053.868.791	\$9.705.212.090	\$14.810.773.758	\$3.999.046.860	\$13.704.258.950
Movimiento MIRA	70	\$74.053.868.791	\$10.448.065.378	\$14.810.773.758	\$10.357.528.679	\$20.805.594.057
Partido Social de Unidad Nacional - Partido de la U	97	\$74.053.868.791	\$14.946.803.636	\$14.810.773.758	\$4.338.020.936	\$19.284.824.572
Partido Conservador Colombiano	89	\$74.053.868.791	\$15.807.199.098	\$14.810.773.758	\$6.750.236.356	\$22.557.435.454
Partido Liberal Colombiano	98	\$74.053.868.791	\$15.928.680.338	\$14.810.773.758	\$7.526.897.278	\$23.455.577.616
Centro Democrático Mano Firme Corazón Grande	85	\$74.053.868.791	\$17.162.062.030	\$14.810.773.758	\$0	\$17.162.062.030

Tabla 18. Gastos Vs. Montos permitidos

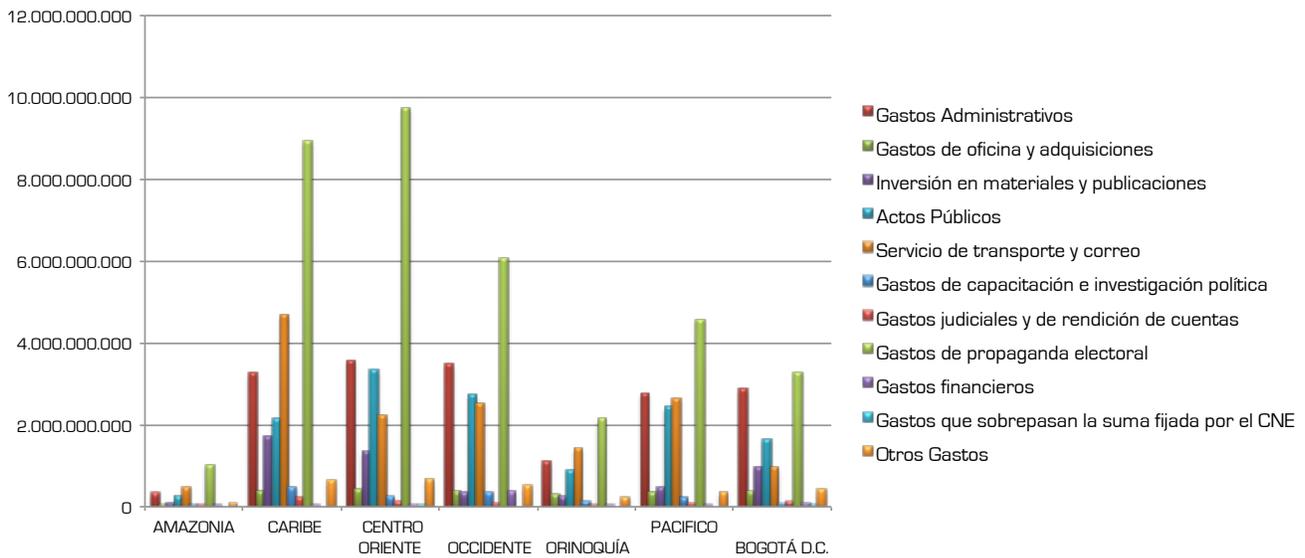
- Ante estos reportes tan bajos de los gastos de campañas es necesario preguntarse por qué las organizaciones políticas se quejaron de que los topes de gastos eran muy bajos y que no permitían reflejar el gasto real de las campañas. Cabe recordar que a tal punto llegaron las quejas frente a los topes que la resolución 0389 de 2014 que el CNE incluyó un incremento a lo que inicialmente se había estipulado para como gastos máximos permitidos.
- Al ser el reporte de gastos de las campañas tan bajo frente al tope permitido, se dificulta estimar con mayor certeza los gastos reales de las campañas y la definición de los topes permitidos para los próximos comicios.
- La mayoría de los gastos se centran en las regiones Caribe y Centro Occidente —igual cómo se observó en los ingresos—. En estas dos regiones los gastos reportados por concepto de propaganda electoral correspondieron al 40 % y al 45 % respectivamente, del total de los gastos.
- La región que menos gastos tuvo fue Amazonía, pero incluso en esta región la propaganda electoral concentró el 43 % de los gastos.
- La ciudad de Bogotá, D.C. es la que presenta menor diferencia en sus gastos de publicidad comparados con los otros gastos de campañas. En este caso los gastos de propaganda electoral concentran el 30 % del total de los gastos y el de administración el 26.7 %.

¿Cómo se distribuyen los gastos por región?

La gráfica 26 (ver en la siguiente página) permite visualizar la distribución de gastos por región y código de los candidatos a la Cámara de Representantes.

Conclusiones

- La descripción general de los gastos evidencia un patrón que ya se observó en las elecciones



Gráfica 24. Distribución de gastos por región

territoriales de 2011, en las que el principal gasto de las campañas en Colombia se dio en publicidad electoral. En todas las regiones —a excepción de la ciudad de Bogotá, D.C.— más del 40 % de los gastos reportados fueron por este concepto.

- Para determinar los costos reales de las campañas y la diferencia que se observa entre la norma y la práctica sería ideal que en los formularios de rendición de cuentas 5B se incluyeran anexos descriptivos de los beneficiarios de dichos gastos. De esta manera se podría saber, por ejemplo, cuál es la destinación de los gastos de administración —segundo mayor gasto de las campañas—, entre los cuales se incluyen honorarios, sueldos y viáticos.
- Igualmente, los gastos por actos públicos no tienen un formato anexo que permita conocer los beneficiarios de estos pagos. No es posible saber, por ejemplo, cuánto gastan los candidatos en los cierres de campañas.
- Finalmente, al observar que el mayor gasto de las campañas es en propaganda electoral y que entre los principales ingresos a las campañas de Congreso 2014 se han encontrado aportes de

medios de comunicación, es importante hacer una revisión más detallada sobre los riesgos que estos ingresos y gastos pueden tener. El gasto de publicidad electoral es uno de los más sensibles en toda campaña porque a través de pagos a medios privados algunos candidatos pueden asegurar mayor exposición mediática en comparación con otros candidatos.

D) Descripción de los gastos de publicidad - Código 208

Los formularios de rendición de cuentas incluyen un anexo para describir los gastos de publicidad. Para tener mayor claridad sobre los altos gastos en este código a través de la revisión del anexo 5.8B se hizo una clasificación general de los conceptos bajo los cuales se clasificaron los gastos de publicidad, los cuales se presentan en la tabla 19 (ver en la siguiente página).

- Entre los gastos no determinados que ascienden al 35 % del total de gastos se encuentran los pagos a empresas de mercadeo, asesoría y publicidad.

Descripción de gastos - Código 208				
N.º	Categoría	Descripción	Suma	Porcentaje
1	Publicidad no clasificada	Valor	\$28.766.800.264	35,0 %
2	Paura en medios impresos o audio visuales	Periodicos, perifoneo, radio y tv	\$23.848.377.469	29,0 %
3	Impresos: gran formato -exteriores	Vallas, pasacalles, pendones, murales, microperforados pub exterior, pantallas	\$15.014.312.648	18,3 %
4	Impresos: pequeño formato	Volantes, afiches, adhesivos, tarjetas, almanaques	\$8.444.800.734	10,3 %
5	Logística	Logística, transporte, voceadores o distribuidores, ops, asesorías, consultorías	\$3.112.724.980	3,8 %
6	Prendas de vestir	Manillas, cachuchas, llaveros, chaquetas, camisetas, chalecos, mochilas	\$2.171.274.130	2,6 %
7	TICs- redes sociales	Mensajes de texto, redes sociales, correo masivo	\$842.121.122	1,0 %

Tabla 19. Descripción de gastos de publicidad

- Los pagos relativos a pautas en medios impresos o audiovisuales son la segunda mayor categoría reuniendo el 29 % del total de gastos en este código.
- Las vallas, los pasacalles y los pendones se llevan el 18 % de los gastos por este código y los impresos en formato pequeño como volantes, afiches y adhesivos toman el 10 % de los gastos.
- En la descripción de estos gastos se encontró que aproximadamente el 1 % se destinó a la publicidad vía mensajes de texto y correos masivos.

¿Cuáles son las empresas que más fueron contratadas para servicios de publicidad electoral?

Con el fin de identificar si hay algunas empresas que son más contratadas durante las campañas para labores y productos relativos a la publicidad electoral,

se hizo una clasificación de los pagos hechos a las empresas, unificándolas por su número de NIT. El anexo n.º 6 presenta una tabla con las 50 empresas que más recursos recibieron durante las campañas al Congreso 2014 por concepto de publicidad electoral. La revisión de estos pagos indica lo siguiente:

- Por publicidad electoral hay pagos que oscilan entre \$1 millón y \$6.900 millones.
- La empresa de publicidad que más pagos recibió por concepto de propaganda electoral es MEDIACOM S.A.S.
- A su vez, entre los primeros lugares se encuentran las grandes cadenas de medios de comunicación en el país como beneficiarios de pagos, por ejemplo:

- RCN RADIO
- CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA S.A.

- CADENA RCN RADIO (NIT diferente a RCN Radio)
 - EL TIEMPO CASA EDITORIAL
 - OLIMPICA
 - VANGUARDIA LIBERAL
 - EL PAIS S.A
 - EDITORIAL LA PATRIA S.A
- Llama la atención que algunas de las empresas contratadas para publicidad electoral también aparecen en la lista de los donantes a las campañas —código 102—, por ejemplo:
 - RCN
 - CARACOL
 - PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO
 - DOLMEN S.A. E.P.S.
 - CORPORATION M&L SUPPLY COMPANY IN GENERAL SAS

Conclusiones

- El reporte tan bajo de los gastos por listas al Congreso en comparación con el tope permitido por ley y las quejas de que estos topes no se acercan a los gastos reales de las campañas, lleva a preguntarse por la veracidad de los gastos que tanto candidatos como organizaciones políticas reportan a través de Cuentas Claras. Una forma de interpretar este reporte tan bajo podría ser que solo esos gastos son los que pueden ser soportados con la documentación necesaria para su soporte —recibos, actas, etc.— y auditoría por el órgano electoral.
- Si bien se ha insistido en que el financiamiento de la política es una forma legítima de participar en la democracia, cuando se observan los aportes hechos por grandes empresas, que concentran el acceso a los medios de comunicación y que a su vez son contratadas para hacer publicidad electoral, es importante preguntarse si no hay alguna incidencia indebida de estos recursos en la contienda y si sería necesario regularlos más.
- Lo anterior también aplica para el aporte hecho por las organizaciones políticas a sus candidatos. Un caso concreto es el del Partido Conservador que aparece como uno de los principales donantes a las campañas de algunos de sus candidatos y a la vez forma parte de las personas jurídicas a las cuales los candidatos les hicieron pagos por concepto de publicidad electoral.

Conclusiones finales

A lo largo del desarrollo de este informe se han presentado algunas conclusiones específicas en torno a los temas desarrollados: descripción sociodemográfica de los candidatos, de los ingresos y de los gastos. Para cerrar este análisis sobre el proceso de financiación y rendición de cuentas de los candidatos y las organizaciones políticas que participaron en las elecciones al Congreso 2014, a continuación se recogen unos puntos finales que se deben enfatizar:

- El financiamiento de la política es fundamental para el funcionamiento del sistema democrático y la competencia electoral. A través de los años los gastos de las campañas se han ido incrementando debido al uso de nuevos escenarios para comunicar las propuestas de campañas de los candidatos y las organizaciones políticas. Igualmente, la asesoría a las campañas es cada vez más técnica al punto que se contratan empresas de publicidad especializadas en el tema para garantizar el posicionamiento de los candidatos, e incidir así en la intención de los votantes.
- La oportunidad que se ha abierto con el aplicativo Cuentas Claras, como el medio oficial para la rendición de cuentas de campañas, para asegurar el acceso ciudadano a esta información ha permitido corroborar que todavía hay mucho trabajo que recorrer con las organizaciones políticas y los candidatos respecto a la veracidad y calidad de la información que reportan sobre sus campañas y el cumplimiento con las normas estipuladas para la financiación de las campañas. Por ejemplo, no es posible determinar claramente las razones por las cuales se afirma que los costos de las campañas en Colombia son tan altos cuando a través de los reportes de gastos en Cuentas Claras se indica lo contrario.
- El análisis de los ingresos y los gastos mostró que se requieren muchos más ingresos para hacer una campaña para el Senado que para la Cámara. Además, al comparar los ingresos y los gastos entre candidatos y elegidos por corporación se encontró una relación directa entre mayores recursos y mayores posibilidades de ganar una curul en el Congreso, por encima de las capacidades, trayectoria o propuestas de los candidatos.
- El origen mixto de las fuentes de financiación de las campañas en Colombia permite la gestión de recursos de origen privado ya sea del patrimonio de los candidatos o de personas naturales o jurídicas. Razón por la cual, la principal fuente de los candidatos para financiar sus campañas al Congreso 2014 fueron los recursos propios de los candidatos y sus familiares (38 %), seguidos por los aportes (créditos y/o donaciones) de personas naturales y jurídicas (32 %). Estas fuentes privadas aportaron en estas elecciones el 70 % del total de los ingresos.
- Por el contrario, la financiación pública de las campañas al Congreso fue muy baja. El monto reportado por los candidatos por concepto de anticipos equivale solo al 5 % del total de ingresos. De estos ingresos, a los aspirantes al Senado de la República se les entregó cerca del doble de anticipos en comparación con lo entregado a los de la Cámara de Representantes.
- Llama la atención que grandes empresas, contratistas o excontratistas públicos aparecen como los principales donantes a estas campañas al Congreso 2014. Respecto a los aportes de medios o empresas de de comunicación, estos recursos son particularmente sensibles puesto que ofrecen uno de los servicios más importantes y costosos para las campañas, y las empresas a su

vez reciben contratos por sumas muy significativas por prestar este servicio. Esto genera inequidades entre los candidatos en competencia.

- Igualmente, es importante prestar atención a los créditos obtenidos con personas naturales y jurídicas, incluyendo los préstamos que hicieron las organizaciones políticas a algunos de sus candidatos, ya que pueden convertirse en una forma de “disfrazar” aportes a través de la figura de préstamos que finalmente no se pagan. Hay que recordar que no existe el límite del 10 % del tope máximo permitido por campaña para los préstamos de personas naturales y jurídicas.
- La revisión por regiones de los ingresos y gastos de las campañas muestra que la región que más recursos tuvo para financiar las campañas al Congreso fue la Caribe. En esta zona la gran mayoría de los ingresos provinieron de recursos propios de los candidatos. Aunado a lo anterior, en esta región se presenta una dinámica repetitiva en la que algunas familias con recursos económicos altos han permanecido en los cargos de elección popular, conformando unas élites políticas a las cuales cada vez es más difícil acceder⁴⁴.
- Al no tener un límite para los recursos propios que pueden aportar los candidatos a sus propias campañas, en estas elecciones varios candidatos —principalmente los candidatos de la región Caribe— financiaron la totalidad de sus campañas con su propio patrimonio. Esto limita la equidad en la competencia electoral y también dificulta la posibilidad de hacerle seguimiento y control a estos recursos, toda vez que la mayoría son dados en especie y no entran en las cuentas de las campañas. Es necesario incluir límites a la financiación con recursos propios de las campañas.
- Respecto a los aportes de personas naturales y jurídicas, en varias oportunidades en este informe se ha insistido en que esta es una forma legítima de participar en la democracia; un derecho que tienen los ciudadanos/personas naturales de

manifestar sus preferencias políticas. El riesgo en este caso se encuentra en que a través de los recursos entregados se tenga una expectativa de retribución de favores. Para evitar los riesgos de corrupción en la política por cuenta de estos aportes, es necesario trabajar en el fortalecimiento del régimen de declaración de conflicto de intereses —por parte de los Senadores y Congresistas una vez se posesionen— que incluya la publicación y actualización de los mismos, y desde la sociedad civil más seguimiento a las decisiones y las normas que promuevan los elegidos.

- Aunado a lo anterior es importante ahondar en la reflexión sobre el rol que cumplen los aportes de las personas jurídicas a las campañas puesto que las empresas tienen unos intereses específicos que no se pueden relacionar directamente con el derecho individual a participar en la democracia. En este caso el riesgo de que vía aportes a las campañas se llegue a una captura del Estado por intereses privados es mucho mayor. Los financiadores privados deben hacer públicos sus aportes de manera proactiva, tramitar las actas de donación respectivas y revisar las políticas internas de las empresas para dar aportes a candidatos y organizaciones políticas, de manera que se reduzcan las posibilidades de tomar decisiones discrecionales respecto a la financiación de campañas.
- El mayor gasto de las elecciones de Congreso 2014 fue en propaganda electoral —código 208—, concentrando el 42 % del total de gastos. Entre las empresas contratadas para la publicidad electoral se encuentran grandes medios de comunicación como RCN y Caracol igualmente, entre los principales ingresos a las campañas de Congreso 2014 se encuentran aportes de medios de comunicación. Aunque se insiste que

⁴⁴El Espectador. “El poder electoral en la costa Caribe”, marzo 13, 2014. En: <http://www.elespectador.com/noticias/politica/el-poder-electoral-de-costa-caribe-articulo-480512>.

el financiamiento de la política es una forma legítima de participar en la democracia, cuando se observan los aportes hechos por grandes empresas, que concentran el acceso a los medios de comunicación y que a su vez son contratadas para hacer publicidad electoral, es importante preguntarse si no hay alguna incidencia indebida de estos recursos en la contienda y si sería necesario que desde el CNE se expidieran mayores regulaciones para dichos aportes y gastos.

- Finalmente, a través de este informe se encontró que ninguna de las listas de candidatos al Senado o a la Cámara ni siquiera se acercó al 30 % del tope máximo permitido por lista. El reporte tan

bajo de los gastos de las campañas al Congreso en comparación con el tope permitido por ley y las quejas de que estos topes no se acercan a los gastos reales de las campañas, lleva a preguntarse por la veracidad de los gastos que tanto candidatos como organizaciones políticas reportan a través de Cuentas Claras. Al respecto es necesario preguntarse: ¿qué pasa con el resto de los gastos de campañas en Colombia y por qué no se reportan?

“En definitiva, debe quedar claro que en materia de financiamiento político el valor a defender es la integridad tanto del proceso electoral como de los representantes elegidos”⁴⁵.

⁴⁵Transparencia Internacional. Control Ciudadano del Financiamiento Político. Página 13. 2007

Anexos

Anexo n.º1

La siguiente tabla muestra las listas inscritas a la circunscripción departamental y distrito capital de la Cámara de Representantes.

Región	#	Departamento	Partido Alianza Verde	Movimiento Mira	Partido Cambio Radical	Partido Conservador	Partido Liberal	Partido de la U	Centro Democrático	Partido Opción Ciudadana	Partido Polo Democrático	Partido Unión Patriótica	Movimiento Integración Regional	Autoridades Indígenas de Colombia - AICO	Partido Alianza Social Independiente - ASI	Por Un Huila Mejor	Movimiento Cien por Ciento Colombia	Movimiento de Inclusión y Oportunidades - MIO	TOTAL
Amazonía	1	Caquetá	1	1	1	1	1	1											6
	2	Putumayo		1		1	1	1											4
	3	Amazonas	1	1	1		1		1	1									6
Caribe	4	Atlántico	1	1	1	1	1	1		1	1								8
	5	Córdoba	1	1		1	1	1	1		1								7
	6	Magdalena	1	1	1	1	1	1		1	1	1							9
	7	Bolívar	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1							10
	8	Sucre	1	1		1	1	1	1	1	1	1					1	1	11
	9	San Andrés y Providencia		1	1		1	1		1			1						6
	10	La Guajira		1	1		1	1			1			1					6
Centro Oriente	11	Cesar		1	1	1	1	1	1	1	1								8
	12	Santander	1	1	1	1	1	1	1	1	1								9
	13	Boyacá	1	1	1	1	1	1	1		1								8
	14	Cundinamarca	1	1	1	1	1	1	1		1				1				9
	15	Norte de Santander	1	1		1	1	1	1		1								7
	16	Tolima	1	1	1	1	1	1	1		1	1							9
Occidente	17	Huila	1	1		1		1	1	1	1					1			7
	18	Caldas	1	1		1	1	1	1		1								7
	19	Risaralda	1	1	1	1	1	1	1		1								8
	20	Quindío	1	1	1	1	1	1	1		1								8
	21	Antioquia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			1				11

Orinoquía	22	Arauca		1	1		1	1										4
	23	Meta		1		1	1	1	1		1	1						7
	24	Casanare		1	1		1	1		1	1					1		7
	25	Vichada	1		1		1	1		1			1					6
	26	Guanía	1		1		1	1		1	1				1			7
	27	Vaupés			1		1	1		1			1					5
	28	Guaviare		1		1	1	1				1			1			6
	29	Nariño		1		1	1	1		1								5
Pacífica	30	Valle del Cauca	1	1	1		1	1	1	1	1	1						9
	31	Cauca	1	1	1	1	1	1			1							7
	32	Chocó		1	1	1	1	1										5
Bogotá, D.C.	33	Bogotá, D.C.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1						10
TOTAL			21	30	24	24	32	32	18	17	23	9	1	3	4	1	2	1

Anexo n.º2

Esta lista de candidatos y elegidos cuestionados fue tomada del estudio hecho por la Fundación Paz y Reconciliación, publicado el 10 de marzo de 2014 en su portal web⁴⁶.

Cuestionados al Congreso 2014					
Reporte de la Fundación Paz y Reconciliación - Senado de la República					
Elegidos			No elegidos		
Nombre	Organización Política	Departamento Caudal electoral	Nombre	Organización Política	Departamento Caudal Electoral
Alfredo Ramos Maya	Centro Democrático	Antioquia	Luz Estela Cáceres	Partido Conservador	Bolívar
Juan Diego Gómez	Partido Conservador	Antioquia	Juan de Jesús Córdoba Suárez	Partido Conservador	Boyacá
Olga Suárez Mira	Partido Conservador	Antioquia	Adriana Franco Castaño	Partido Liberal	Caldas
José David Name Cardozo	Partido de la U	Atlántico	Alfonso Mattos	Cambio Radical	Cesar
Laureano Augusto Acuña Díaz	Partido Conservador	Atlántico	Pedro Muvdi	Partido Liberal	Cesar
Álvaro Ashton	Partido Liberal	Atlántico	Astrid Sánchez Montes de la Oca	Partido de la U	Chocó
Jaime Alejandro Amín Hernández	Centro Democrático	Atlántico	Jorge Eduardo Durán Galindo	Partido Liberal	Magdalena
Juan Carlos Restrepo Escobar	Cambio Radical	Bogotá	Leopoldo De la Rosa	Opción Ciudadana	Magdalena
Daira de Jesús Galvis Méndez	Cambio Radical	Bolívar	Raúl Vives Lacouture	Partido Conservador	Magdalena
Lidio García Turbay	Partido Liberal	Bolívar	Rube Aurora García Sánchez	Partido Liberal	Meta
Andrés Felipe García Zucardi	Partido de la U	Bolívar	Carlos Emiro Barriga Peñaranda	Partido Conservador	Norte de Santander
Nadia Blel Scaff	Partido Conservador	Bolívar	Luis Fernando Caicedo	Centro Democrático	Tolima
Sandra Villadiego	Partido de la U	Bolívar	Carlos Arturo Quintero	Opción Ciudadana	Valle del Cauca
Jorge Hernando Pedraza Gutiérrez	Partido Conservador	Boyacá	Heriberto Escobar González	Opción Ciudadana	Valle del Cauca
José Alfredo Gnecco Zuleta	Partido de la U	Cesar	William Alberto Rodríguez Cabal	Opción Ciudadana	Valle del Cauca
Bernardo Elias Vidal "Ñono"	Partido de la U	Córdoba			
Mussa Besaile Fayad	Partido de la U	Córdoba			
Nora María García Burgos	Partido Conservador	Córdoba			
Yamina Pestana	Partido Conservador	Córdoba			
Arleth Casado	Partido Liberal	Córdoba			
Maritza Martínez	Partido de la U	Meta			

⁴⁶Información tomada de la Fundación Paz y Reconciliación. Para conocer el informe véase: <http://www.pares.com.co/maffias-y-conflicto/un-congreso-cuestionado/>.

Cuestionados al Congreso 2014
Reporte de la Fundación Paz y Reconciliación - Senado de la República

Elegidos

Nombre	Organización Política	Departamento Caudal Electoral
Manuel Guillermo Mora Jaramillo	Partido de la U	Norte de Santander
Juan Samy Merheg	Partido Conservador	Risaralda
Doris Clemencia Vega Quiroz	Opción Ciudadana	Santander
Jaime Enrique Durán Barrera	Partido Liberal	Santander
Nerthik Mauricio Aguilar	Opción Ciudadana	Santander
Antonio José Correa Jiménez	Opción Ciudadana	Sucre
Julio Miguel Guerra Soto	Opción Ciudadana	Sucre
Teresita García	Opción Ciudadana	Sucre
Rosmery Martínez	Cambio Radical	Tolima
Carlos Enrique Soto	Partido de la U	Valle del Cauca
Edinson Delgado	Partido Liberal	Valle del Cauca
Roosevelt Rodríguez	Partido de la U	Valle del Cauca

Cuestionados al Congreso 2014
Reporte de la Fundación Paz y Reconciliación - Cámara de Representantes

Elegidos			No elegidos		
Nombre	Organización Política	Departamento Caudal electoral	Nombre	Organización Política	Departamento Caudal Electoral
Juan Felipe Lemos Uribe	Partido de la U	Antioquia	William Ospina Naranjo	Partido Conservador	Antioquia
José Ignacio Mesa Betancur	Cambio Radical	Antioquia	Evelio Pérez	Cambio Radical	Antioquia
Oscar Darío Pérez Pineda	Centro Democrático	Antioquia	Mauricio Parodi Díaz	Cambio Radical	Antioquia
Pedro Jesús Orjuela Gómez	Partido Liberal	Arauca	Carlos Alberto Zuluaga Díaz	Partido Conservador	Antioquia
Luis Eduardo Díaz Grandos Gómez	Cambio Radical	Atlántico	Hernando Posso Parales	Partido de la U	Arauca
Mauricio Gómez Amín	Partido Liberal	Atlántico	José Francisco Vargas Díaz	Partido de la U	Arauca
Inés Cecilia López Flórez	Partido Conservador	Atlántico	Marco Antonio Ataya Saray	Centro Democrático	Arauca
Alonso José del Río Cabarcas	Partido de la U	Bolívar	Modesto Enrique Aguilera	Cambio Radical	Atlántico
Hernando José Padaui Álvarez	Cambio Radical	Bolívar	Alfonso Anaya Lorduy	Cambio Radical	Bolívar
Karen Violette Cure Corcione	Cambio Radical	Bolívar	Elsi Sampayo Benavides	Partido Liberal	Bolívar
María del Socorro Bustamante	Fundación Ébano Colombia	Bolívar	Loher Díaz Díaz	Partido Conservador	Bolívar

Cuestionados al Congreso 2014
Reporte de la Fundación Paz y Reconciliación - Cámara de Representantes

Elegidos			No elegidos		
Nombre	Organización Política	Departamento Caudal electoral	Nombre	Organización Política	Departamento Caudal Electoral
Marta Celicia Curi Osorio	Partido de la U	Bolívar	Rafael Ricardo Soto	Partido Conservador	Bolívar
Ciro Alejandro Ramírez Cortés	Centro Democrático	Boyacá	Yhony José Hernández Aguas	Partido Liberal	Bolívar
Harry Giovanni González	Partido Liberal	Caquetá	Gustavo Hernán Puentes Díaz	Partido Conservador	Boyacá
Luis Fernando Urrego Carvajal	Partido Conservador	Caquetá	Oscar Raúl Rojas Peña	Cambio Radical	Caquetá
Jorge Camilo Abril	Partido Liberal	Casanare	Pablo Andrés Álvarez Vega	Partido Liberal	Caquetá
José Rodolfo Pérez Suárez	Movimiento Cien por Ciento Colombia	Casanare	Manuel Albarracín	Partido Liberal	Casanare
Alfredo Ape Cuello Baute	Partido Conservador	Cesar	Jhon Kennedy Wilchez C.	Partido Opción Ciudadana	Casanare
Christian José Moreno	Partido de la U	Cesar	Camilo Andrés Abril Jaimes	Cambio Radical	Casanare
Eloy "Chichi" Quintero Romero	Cambio Radical	Cesar	Ricardo Fidelio Quintero Baute	Partido Conservador	Cesar
Fernando De la Peña Márquez	Partido Opción Ciudadana	Cesar	Yalile Yaneth Pérez Oñate	Centro Democrático	Cesar
Fabio Raúl Amín Saleme	Partido Liberal	Córdoba	Jader Fonseca Jalkh	Partido Liberal	Cesar
Alfredo Rafael Deluque Zuleta	Partido de la U	La Guajira	Luis Dorian Quintero	Cambio Radical	Cesar
Antenor Durán Carrillo	AICO	La Guajira	Ana Lucía Madrid Hodeg	Partido de la U	Córdoba
Eduardo Agatón Diazgranados	Partido de la U	Magdalena	Nicolás Antonio Jiménez	Partido de la U	Córdoba
Fabian Gerardo Castillo Suárez	Cambio Radical	Magdalena	Ferney Adel Bertel Rojas	Partido Liberal	Córdoba
Franklin Del Cristo Lozano De la Ossa	Partido Opción Ciudadana	Magdalena	José de los Santos Negrete	Partido Conservador	Córdoba
Kelyn Johana González Duarte	Partido Liberal	Magdalena	Henry Castro	Cambio Radical	Bogotá
Wilmer Ramiro Carrillo	Partido de la U	Norte de Santander	Nicanor Valencia	Partido Conservador	Guaviare
Juan Carlos García Gómez	Partido Conservador	Norte de Santander	Jimmy Javier Sierra Palacio	Partido Liberal	La Guajira
Ciro Fernández Núñez	Cambio Radical	Santander	Carlos Enrique Ávila Durán	Partido Opción Ciudadana	Magdalena
Edgar Alfonso Gómez Román	Partido Liberal	Santander	Carlos Nery López Carbono	Partido Conservador	Magdalena
Lina María Barrera Rueda	Partido Conservador	Santander	David José Valencia Campo	Partido Conservador	Magdalena
Nicolás Daniel Guerrero	Partido de la U	Sucre	Efraín Lozano Medina	Partido Liberal	Magdalena
Yahir Fernando Acuña Cardales	Movimiento Cien por Ciento Colombia	Sucre	Jorge Castaño Caamaño	Partido de la U	Magdalena

Cuestionados al Congreso 2014
Reporte de la Fundación Paz y Reconciliación - Cámara de Representantes

Elegidos			No elegidos		
Nombre	Organización Política	Departamento Caudal electoral	Nombre	Organización Política	Departamento Caudal Electoral
Fabio Alonso Arroyave Botero	Partido Liberal	Valle del Cauca	José Luis Pinedo Campo	Cambio Radical	Magdalena
Moisés Orozco Vicuña	Fundación Ébano de Colombia	Valle del Cauca	Jaime Rodríguez Contreras	Partido de la U	Meta
			Juan Carlos Mendoza Rendón	Partido de la U	Meta
			Tania Jaramillo García	Partido Liberal	Meta
			Ana de Dios Tarazona	Partido Opción Ciudadana	Santander
			Freddy Antonio Anaya	Partido Opción Ciudadana	Santander
			Jorge Gómez Villamizar	Partido Liberal	Santander
			Antonio Gómez Martínez	Partido de la U	Sucre
			Eduardo Enrique Pérez Santos	Partido Opción Ciudadana	Sucre
			Juan Carlos Salazar	Partido Opción Ciudadana	Valle del Cauca

Anexo n.º3

Teniendo en cuenta que la información reportada en Cuentas Claras es de carácter público, las siguientes tablas presentan las 30 empresas que hicieron más donaciones a las campañas diferenciando entre candidatos y elegidos al Congreso.

Mayores Donantes - Personas Jurídicas								
#	Persona jurídica	Actividad Económica	#	Monto total donaciones	Candidatos		Elegidos	
					Senado	Cámara	Senado	Cámara
1	RCN RADIO + TV	Medio de Comunicación	193	\$ 1.499.798.390	182	11	42	4
2	CORPORATION M&L SUPPLY COMPANY IN GENERAL SAS	No hay registro	7	\$ 728.983.076	7	0	0	0
3	COMEXTUN LIMITADA	Pesca, procesamiento y comercialización de atún, sardinas y especies marinas	86	\$ 667.000.000	85	1		
4	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	Organización política	21	\$ 520.000.000	9	12	7	6
5	INVERPROGRESO SA	Inversión en bienes muebles e inmuebles	91	\$ 470.000.000	86	5	20	2
6	FONDO ECONOMICO NACIONAL DEL P.C.C.	Sostenimiento y funcionamiento del Partido, sus campañas y eventos	16	\$ 320.000.000	4	12	3	7
7	BAVARIA SA	Elaboración, envasado, venta y distribución de cervezas, aguas minerales y gaseosas	85	\$ 300.000.000	85	0	19	0
8	DAVIVIENDA SA	Banca	91	\$ 267.500.000	87	4	21	4
9	FUNDACION BANCOLOMBIA	Fundación empresarial	91	\$ 235.000.000	88	3	22	2
10	MARKETMEDIOS	Vallas exteriores de publicidad	10	\$ 218.825.880	6	4	0	0
11	TECNOQUIMICAS SA	Fabricante y comercializador de productos farmacéuticos, sustancias químicas y productos botánicos	85	\$ 200.000.000	85	0	19	0
12	GRUPO ARGOS SA	Producción y/o explotación de cemento y otros materiales a base de calcáreos y arcillas	93	\$ 190.000.000	89	4	21	1
13	FUNDACION SURAMERICANA	Fundación empresarial	99	\$ 187.750.000	88	11	21	2
14	FUNDACION COLOMBIA PARTICIPATIVA	Actividades de organizaciones políticas	12	\$ 182.000.000	0	12	0	4
15	SEGUROS BOLIVAR	Aseguradora	85	\$ 175.000.000	85	0	19	0
16	HOTELES DECAMERON COLOMBIA S.A	Hotelería	87	\$ 150.000.000	85	2	19	0

Mayores Donantes - Personas Jurídicas

#	Persona jurídica	Actividad Económica	#	Monto total donaciones	Candidatos		Elegidos	
					Senado	Cámara	Senado	Cámara
17	ARESS CORREDORES DE SEGUROS SA	Corredores de seguros	87	\$ 150.000.000	85	2	19	2
18	FUNDACION PROPUBLICA	No aparece para Colombia_ Agencia de noticias de Nueva York.	8	\$ 140.000.000	4	4	1	2
19	CORPORACIÓN SOCIAL LUIS GUILLERMO VÉLEZ TRUJILLO	Actividades de otras organizaciones ncp	9	\$ 122.500.000	3	6	3	2
20	OPP GRANELES SA	Ofrece servicios de descargue especializado, almacenamiento, despacho y transporte a importadores de gráneles sólidos en el Puerto de Buenaventura	87	\$ 116.008.000	87	0	21	0
21	ROSALES S.A.	Intermediación financiera e inversión inmobiliaria	6	\$ 110.000.000	5	1	4	0
22	FUNDACION CELSIA	Fundación empresarial	87	\$ 110.000.000	85	2	19	0
23	METRO VIA S.A.	Vallas exteriores de publicidad	7	\$ 105.680.000	2	5	2	4
24	SERVICIO TORREZAR LTDA	Actividades inmobiliarias	85	\$ 102.000.000	85	0	19	0
25	AGROINDUSTRIAS DEL SUR DEL CESAR LTDA Y CIA SCA	Extracción, procesamiento, fabricación y venta de aceites y grasas de origen vega tal	225	\$ 100.000.000	225	0	57	0
26	INDUSTRIA HACEB SA	Fabricantes y comercializadores de electrodomésticos	85	\$ 100.000.000	85	0	19	0
27	PROMOTORA TURISTICA DEL CARIBE S.A	Compra y venta de extensiones de tierra	85	\$ 100.000.000	85	0	19	0
28	SEGUROS DEL ESTADO S.A	Aseguradora	85	\$ 100.000.000	85	0	19	0
29	PROMOTORA DE NEGOCIOS DE CORDOBA S.A. PROCORD	Intermediadora financiera _ créditos de libre inversión, compra de títulos valores, pignoración de vehículos	1	\$ 100.000.000	1	0	1	0
30	COMPAÑIA DE SEGUROS BOLIVAR S.A	Aseguradora	6	\$ 92.500.000	2	4	2	4
TOTAL:				\$ 7.860.545.345				

Anexo n.º4

Se presentan en la siguiente lista de las mayores donaciones entregadas por una persona jurídica a un solo elegido al Congreso.

#	Persona jurídica	Actividad Económica	Elegido	Monto	Corporación
1	PROMOTORA DE NEGOCIOS DE CORDOBA S.A. PROCORD	Intermediadora financiera _ créditos de libre inversión, compra de títulos valores, pignoración de vehículos	BERNARDO MIGUEL ELIAS VIDAL	\$ 100.000.000	Senado
2	CARACOL S.A.	Medio de comunicación	ANDRES CRISTO BUSTOS	\$ 91.595.057	Senado
3	BD BARRANQUILLA SAS	Comercialización y desarrollo de proyecto inmobiliarios	OLGA LUCIA VELASQUEZ NIETO	\$ 85.000.000	Cámara
4	BD CARTAGENA SAS	Comercialización y desarrollo de proyecto inmobiliarios	OLGA LUCIA VELASQUEZ NIETO	\$ 85.000.000	Cámara
5	BD OUTSOURCING ADMINISTRATIVO SAS	Comercialización y desarrollo de proyecto inmobiliarios	OLGA LUCIA VELASQUEZ NIETO	\$ 85.000.000	Cámara
6	LUMAX ASSOCIATE CONSULTANTS SAS		OLGA LUCIA VELASQUEZ NIETO	\$ 85.000.000	Cámara
7	USB INGENIERIA SAS	Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico	OLGA LUCIA VELASQUEZ NIETO	\$ 83.570.000	Cámara
8	HOLDING CRC SAS	Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico	EFRAIN ANTONIO TORRES MONSALVO	\$ 80.000.000	Cámara
9	AZCA COLOMBIA SA	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	EFRAIN ANTONIO TORRES MONSALVO	\$ 75.000.000	Cámara
10	LUCES DE SANTANDER SA	Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico - Alumbrado Público	EFRAIN ANTONIO TORRES MONSALVO	\$ 75.000.000	Cámara
11	FONDO DE EMPLEADOS DEL CONGRESO	Empresa asociativa de derecho privado para el desarrollo integral de los empleados del Congreso	JUAN DIEGO GOMEZ JIMENEZ	\$ 73.500.000	Senado
12	ALUMINIOS , VIDRIOS Y ACEROS S.A.S.	Construcción y distribución de acabados arquitectónicos en vidrio, aluminio y acero.	MAURICIO GOMEZ AMIN	\$ 72.000.000	Senado
13	CORREDOR EMPRESARIAL S.A	Empresa que agrupa a las principales empresas de apuesta en Colombia.	ARMANDO ALBERTO BENEDETTI VILLANEDA	\$ 70.000.000	Cámara

#	Persona jurídica	Actividad Económica	Elegido	Monto	Corporación
14	D Y S S.A	Proveedores de productos y servicios relacionados con el sector energético	MAURICIO GOMEZ AMIN	\$ 70.000.000	Cámara
15	LUCES DE FLORIDABLANCA SA	Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico - Alumbrado Público	EFRAIN ANTONIO TORRES MONSALVO	\$ 70.000.000	Cámara
16	PROYMETAL S.A	Distribuidor e instalador de cubiertas	MAURICIO GOMEZ AMIN	\$ 70.000.000	Cámara
17	AEROEJECUTIVOS DE ANTIOQUIA	Compañía área especializada en vuelos ejecutivos	GERMAN ALCIDES BLANCO ALVAREZ	\$ 69.500.000	Cámara
18	LAVARAPID JEANS SAS	Lavandería y tintorería	WILMER RAMIRO CARRILLO MENDOZA	\$ 60.000.000	Cámara
19	GUIJARRO TOVAR Y CIA S. EN C.	Construcción de obras de ingeniería civil	ARMANDO ALBERTO BENEDETTI VILLANEDA	\$ 50.000.000	Senado
20	INSAGRO Y CIA LTDA	Comercio de maquinaria y equipo para agricultura, minería, construcción e industria	MARTA CECILIA CURI OSORIO	\$ 50.000.000	Cámara
21	PRODUCTOS NATURALES DE LA SABANA S.A.	Alquería _ Producción y comercialización de productos lácteos	CLAUDIA NAYIBE LOPEZ HERNANDEZ	\$ 50.000.000	Senado
22	SLOANE LOGISTICS S.A.S.	Construcción de obras de ingeniería civil	CLAUDIA NAYIBE LOPEZ HERNANDEZ	\$ 50.000.000	Senado
23	FORMAS IMPRESAS Y COMERCIALIZADORA ORIENTE S.A.S.	Fabricación de plásticos	NERTHINK MAURICIO AGUILAR HURTADO	\$ 44.274.300	Senado
24	BD PROMOTORES COLOMBIA	Comercialización y desarrollo de proyecto inmobiliarios	OLGA LUCIA VELASQUEZ NIETO	\$ 84.638.674	Cámara
25	MULTIDIOMAS LIMITADA	No aparece	EDUARDO ALFONSO CRISSIEN BORRERO	\$ 40.000.000	Cámara
26	OAT	Empresa de gestión turística	NADYA GEORGETTE BLEL SCAFF	\$ 40.000.000	Senado
27	ALMACEN NUMERO 5 / VICTOR JULIO GUTIERREZ JIMENEZ	No hay registros	JAIR ARANGO TORRES	\$ 39.916.000	Cámara
28	INTEGRACIÓN RADIAL INDEPENDIENTE LTDA	Empresa de publicidad	RODRIGO VILLALBA MOSQUERA	\$ 38.000.000	Senado
29	E&C INGENIEROS LTDA	Servicios de auditoría, consultoría y soporte tecnológico	OLGA LUCIA VELASQUEZ NIETO	\$ 35.000.000	Cámara
30	LA OPINION S.A.	Servicios de impresión y transmisión de datos a través de redes	ANDRES CRISTO BUSTOS	\$ 341.64.552	Senado

Anexo n.º5

Teniendo en cuenta que la información reportada en Cuentas Claras es de carácter público, la siguiente tablas presentan las 30 empresas que hicieron los mayores préstamos a las campañas diferenciando entre candidatos y elegidos al Congreso.

Mayores Créditos Personas Jurídicas - Candidatos			Mayores Créditos Personas Jurídicas - Elegidos		
#	Persona Jurídica	Monto Total Donaciones	#	Persona Jurídica	Monto Total Donaciones
1	PARTIDO CAMBIO RADICAL	\$ 2.919.045.000	1	PARTIDO CAMBIO RADICAL	\$ 2.829.045.000
2	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	\$ 1.588.675.000	2	PARTIDO LIBERAL COLOMBIANO	\$ 1.288.675.000
3	BANCOLOMBIA	\$ 733.732.634	3	BANCOLOMBIA	\$ 649.794.334
4	PARTIDO DE LA U	\$ 420.000.000	4	PARTIDO DE LA U	\$ 360.000.000
5	MICROMINERALES SAS	\$ 318.000.000	5	MICROMINERALES SAS	\$ 318.000.000
6	ACUARELAS SAS.	\$ 300.000.000	6	ACUARELAS SAS.	\$ 300.000.000
7	INVERSIONES Y NEGOCIOS COLOMBIA SA	\$ 250.000.000	7	INVERSIONES Y NEGOCIOS COLOMBIA SA	\$ 250.000.000
8	PROCONAM LTDA.	\$ 200.000.000	8	INVERSIONES J3M SCA	\$ 155.000.000
9	JESMARG & CIA. S. EN C.	\$ 175.873.000	9	SINDICATO DE CONDUCTORES DE TAXIS DE CARTAGENA	\$ 137.400.000
10	BANCO DE OCCIDENTE	\$ 160.980.000	10	DOLMEN S.A. E.S.P.	\$ 135.290.759
11	INVERSIONES J3M SCA	\$ 155.000.000	11	IMAGEN DIGITAL PRINT SAS	\$ 119.692.000
12	NGECASA INGENIERO SOCIEDAD ANÓNIMA	\$ 150.000.000	12	FONDO DE EMPLEADOS DEL CONGRESO FEASSEC	\$ 100.000.000
13	SINDICATO DE CONDUCTORES DE TAXIS DE CARTAGENA	\$ 137.400.000	13	INVERSIONES SOTAMAR SAS	\$ 100.000.000
14	DOLMEN S.A.	\$ 135.290.759	14	PACTEL SAS	\$ 100.000.000
15	IMAGEN DIGITAL PRINT SAS	\$ 119.692.000	15	PROMOTORA DE NEGOCIOS DE CORDOBA S.A. PROCORD	\$ 100.000.000
16	PROMOTORA DE NEGOCIOS DE CORDOBA S.A. PROCORD	\$ 100.000.000	16	GRAFIKAR LTDA	\$ 99.238.000
17	FONDO EDUCATIVO DE AHORRO Y SERVICIO SOCIAL DE LOS EMPLEADOS DEL CONGRESO FEASSEC	\$ 100.000.000	17	COOPERATIVA CREAMCOOP	\$ 80.000.000
18	PACTEL SAS	\$ 100.000.000		BANCO DE OCCIDENTE ARMENIA	\$ 50.000.000

Mayores Créditos Personas Jurídicas - Candidatos			Mayores Créditos Personas Jurídicas - Elegidos		
#	Persona Jurídica	Monto Total Donaciones	#	Persona Jurídica	Monto Total Donaciones
19	INVERSIONES SOTAMAR SAS	\$ 100.000.000	19	BANCO COOMEVA S.A.	\$ 50.000.000
20	GRAFIKAR LTDA	\$ 99.238.000	20	INVERSIONES TCP S.A.S.	\$ 50.000.000
21	COOPERATIVA CREARCOOP	\$ 80.000.000	21	JOSÉ FERNANDO MONTENEGRO LÓPEZ	\$ 50.000.000
22	INTRASOFT SA	\$ 80.000.000	22	DAVILA PYM S.A.S	\$ 46.952.949
23	AGENCIA LOGGO PUBLICIDAD S.A.	\$ 77.037.920	23	LITOGUIA S.A.S.	\$ 44.080.000
24	GRUPO ILUSTRACIÓN	\$ 70.000.000	24	SUPER AL COSTO/ CRISTOBAL FLÓREZ	\$ 41.890.000
25	UNION TEMPORAL ORTEC	\$ 70.000.000	25	LIGHT COLORS SERVICE	\$ 20.000.000
TOTAL			\$ 7.475.058.042		

Anexo n.º 6

Esta tabla se construyó a partir de los gastos reportados por los candidatos en los formularios 5B y la revisión de los anexos 5.8B en los que se describen los gastos incurridos por concepto de publicidad electoral. A través de la revisión por número de NIT de las empresas mencionadas se elaboró esta tabla con las 50 empresas que más pagos recibieron por concepto de publicidad.

N.º	Empresa	Pago Total	N.º	Empresa	Pago Total
1	MEDIACOM SAS	\$ 6.937.144.949	26	PUBLISEVIAL S.A.S.	\$ 262.740.001
2	PEREZ & VILLA ASOCIADA A LAS BUENAS IDEAS	\$ 4.004.440.955	27	MIN IMPRESOS SAS	\$ 254.711.286
3	MARKETMEDIOS COMUNICACIONES SA	\$ 1.707.322.502	28	GRAFIQ EDITORES SAS	\$ 249.367.342
4	RCN RADIO	\$ 1.705.952.733	29	EDITORIA DEL MAR S.A	\$ 242.149.024
5	J&M COMUNICACIONES SAS	\$ 1.260.523.598	30	PUBLICIDAD Y MEDIOS ASOCIADOS TELEVISION SA	\$ 232.328.386
6	CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA S.A.	\$ 1.167.790.011	31	MASSIVO LTDA	\$ 223.673.500
7	CADENA RCN RADIO	\$ 1.096.628.253	32	IMAGEN DIGITAL PRINT	\$ 205.094.400
8	GRUPO EDITADO S.A.S.	\$ 854.832.350	33	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	\$ 202.694.321
9	EL TIEMPO CASA EDITORIAL	\$ 730.409.770	34	UNION TEMPORAL PUBLICIDAD DE BARRANQUILLA	\$ 202.266.916
10	OLIMPICA	\$ 669.166.861	35	TRAZOS Y SEÑALES LTDA.	\$ 198.360.000
11	VANGUARDIA LIBERAL	\$ 577.760.063	36	CORPORATION M&L SUPPLY COMPANY IN GENERAL SAS	\$ 196.717.336
12	ORGANIZACION PUBLICIDAD EXTERIOR	\$ 516.197.403	37	EDITORIA DE MEDIOS S.A.S.	\$ 192.391.000
13	EL PAIS S.A	\$ 469.470.942	38	ADN GRAFICOS LTDA.	\$ 190.000.000
14	DOLMEN S.A. E.P.S.	\$ 455.905.950	39	LOUIS ANGEL & ASOCIADOS	\$ 184.603.000
15	PARTIDO CONSERVADOR COLOMBIANO	\$ 420.000.000	40	IMPRESOS RICHARD LDTA	\$ 178.607.541
16	FUNDACION EDITORIAL PUBLIMUNDO	\$ 371.941.168	41	MARKETING VALLAS S.A.S	\$ 173.246.681
17	METRO VIA S.A	\$ 356.780.000	42	TECNIGRAFICAS S.A.S	\$ 172.408.400
18	CASA EDITORIAL DE LAS SABANAS S.A	\$ 337.351.800	43	GRAFICAS DIAMANTES SAS	\$ 167.388.005
19	EDITORIAL LA PATRIA S.A	\$ 330.095.314	44	PLOT IMPRESIÓN DIGITAL S.A.S.	\$ 159.348.741
20	ARENA COMMUNICATIONS COLOMBIA S.A.S.	\$ 302.668.467	45	DIGITAL PRINTING LTDA	\$ 159.149.812
21	HERCAS PUBLICIDAD EXTERIOR S.A.S.	\$ 291.592.831	46	EDULFO ANTONIO MEJIA MENDOZA	\$ 157.000.000
22	FORMAS IMPRESA Y COMERCIALIZADORA DEL ORIENTE SAS	\$ 282.498.820	47	ASOCIACION MUTUAL DE TRABAJADORES DE COLOMBIA	\$ 154.592.910
23	GRAN COMUNICACIONES SAS	\$ 281.344.850	48	INGENIART LTDA	\$ 151.280.000
24	LANTERNA PICTURES SAS	\$ 27.4746.000	49	JAKE MATE PUBLICIDAD	\$ 146.460.004
25	EL HERALDO	\$ 265.375.685	50	FOLTEX LTDA	\$ 145.650.876

Gráficas, tablas e ilustraciones

Gráficas

Gráfica 1. Rendición de cuentas por organización política Senado en circunscripción nacional ordinaria	10
Gráfica 2. Rendición de Cuentas por organización política al Senado en circunscripción especial indígena	11
Gráfica 3. Rendición de Cuentas por organización política a la Cámara, circunscripción departamental y distrito capital	11
Gráfica 4. Rendición de Cuentas por organización política a la Cámara en circunscripción internacional colombianos en el exterior	12
Gráfica 5. Rendición de Cuentas por organización política a la Cámara en circunscripción nacional especial comunidades indígenas	12
Gráfica 6. Rendición de Cuentas por organización política a la Cámara en circunscripción nacional especial comunidades negras	13
Gráfica 7. Representación étnica, elegidos al Congreso	16
Gráfica 8. Relación entre candidatos y candidatas por organización política	20
Gráfica 9. Mujeres elegidas por Corporación	22
Gráfica 10 Distribución elegidas por región	22
Gráfica 11 Distribución candidatas por región	23
Gráfica 12. Comparación ingresos y gastos elecciones 2010 y 2014	26
Gráfica 13 Ingresos candidatos	27
Gráfica 14. Ingresos elegidos	27
Gráfica 15. Ingresos por códigos	28
Gráfica 16. Distribución de ingresos por región, Cámara de Representantes	29
Gráfica 17. Ingresos de las organizaciones políticas	33
Gráfica 18. Distribución de aportes personas naturales y personas jurídicas por región, Cámara de Representantes	39

Gráfica 19. Diferencia entre gasto promedio candidato y elegido	42
Gráfica 20. Gastos de los candidatos por códigos	42
Gráfica 21. Gasto por código elegidos Cámara	43
Gráfica 22. Gasto por código elegidos Senado	43
Gráfica 23. Gasto total de los candidatos por tope a lista de Senado	44
Gráfica 24. Distribución de gastos por región	46

Ilustraciones

Ilustración 1. Muestra total base de datos Cuentas Claras elecciones a Congreso 2014	10
Ilustración 2. Porcentaje mujeres elegidas Congresos 2006, 2010 y 2014	21
Ilustración 3. Ingresos campañas Congreso 2014	34
Ilustración 4. Donaciones y créditos personas naturales	36
Ilustración 5. Donaciones y créditos personas jurídicas	37

Tablas

Tabla 1. Envío de información a través de Cuentas Claras	9
Tabla 2. Composición de las regiones de estudio	13
Tabla 3. Marco Normativo y Reglamentaciones	14
Tabla 4. Tope gastos Senado	15
Tabla 5. Tope de gastos Cámara circunscripción especial	15
Tabla 6. Tope de gastos Cámara circunscripción departamental	15
Tabla 7. Distribución étnica de candidatos por corporación	16
Tabla 8. Rango de edades, candidatos al Congreso	19
Tabla 9. Rango de edades, elegidos al Congreso	19

Tabla 10. Porcentaje mujeres elegidas por corporación	21
Tabla 11. Mujeres candidatas y elegidas - cuestionadas	22
Tabla 12. Total ingresos y gastos elecciones candidatos elecciones legislativas 2014	26
Tabla 13. Lista elegidos al senado con mayores ingresos	31
Tabla 14. Lista elegidos a la cámara con mayores ingresos	32
Tabla 15. Ingresos por códigos de las organizaciones políticas	34
Tabla 16. Organizaciones políticas que reúnen candidatos con mayores aportes en código 102	40
Tabla 17. Total de ingresos y gastos Congreso 2014	41
Tabla 18. Gastos Vs. Montos permitidos	45
Tabla 19. Descripción gastos de publicidad	47

Mapas

Mapa 1. Regiones de candidatos identificados como minorías étnicas, Cámara de Representantes circunscripción departamental	17
Mapa 2. Ingresos código 101 por región	30
Mapa 3. Ingresos código 102 por región	30

