



Recomendaciones

Ciudadanas

Al proceso electoral

2023

Este es un proyecto que cuenta con el apoyo de la Embajada de Suecia. Los contenidos de esta publicación son responsabilidad exclusiva de Transparencia por Colombia.

Con el apoyo de:





Este es un proyecto que cuenta con el apoyo de la Embajada de Suecia.
Los contenidos de esta publicación son responsabilidad exclusiva de
Transparencia por Colombia.



RECOMENDACIONES CIUDADANAS AL PROCESO ELECTORAL 2023

PRESENTACIÓN

El presente documento de recomendaciones ciudadanas al proceso electoral 2023 es parte de las acciones adelantadas por la Alianza para el Control Ciudadano al Financiamiento de Campañas liderada por Transparencia por Colombia con el apoyo financiero de la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ASDI) y en marco del proyecto “Hacia un ejercicio del poder más transparente y responsable”.

Esta Alianza está conformada por las siguientes ocho organizaciones sociales a nivel regional: Corporación Región (Antioquia), Foro Costa Atlántica (Atlántico), Fundación Cívico Social Pro Cartagena (Bolívar), Corporación Cívica de Caldas (Caldas), Corporación VIGÍA Cívica (Risaralda), Corporación Desarrollo y Paz de Córdoba y Urabá (Córdoba), Transparencia por Santander (Santander) y Unidad de Acción Vallecaucana (Valle del Cauca).

La Alianza es parte de una estrategia de trabajo articulado para hacer seguimiento permanente al financiamiento de las campañas legislativas y presidenciales desarrolladas en el año 2022, y que para el año 2023, concentrará acciones en el escenario de las elecciones territoriales en los ocho departamentos en donde se ubican las organizaciones que conforman la Alianza.

OBJETIVO DE LA ALIANZA

Promover la integridad política desde la sociedad civil para que el acceso al poder público a nivel local se realice con mejores niveles de transparencia, responsabilidad y equidad.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Generar recomendaciones a los diferentes actores que integran el proceso electoral: organizaciones políticas, candidaturas y equipos de campaña, grupos significativos de ciudadanos; organización electoral, Consejo Nacional Electoral y la Registraduría Nacional del Estado Civil; órganos de control como la Procuraduría General de la Nación; personas jurídicas y naturales que realizan aportes a las campañas políticas; entidades financieras y organismos de control financiero como la Superintendencia Financiera; medios de comunicación y demás actores involucrados como los funcionarios públicos en los niveles municipales y departamentales, para garantizar que las campañas se realicen bajo principios de transparencia, responsabilidad y equidad en la financiación política durante las elecciones territoriales de 2023.



RECOMENDACIONES

Se presentan una serie de recomendaciones ciudadanas al proceso electoral 2023, las cuales propenden por aumentar la transparencia y rendición de cuentas, con el fin de contribuir al desarrollo de elecciones territoriales con mejores niveles de integridad política y de voto informado para la ciudadanía.

Las recomendaciones se dividen en 4 bloques temáticos: (i) manejo adecuado de los ingresos de campaña; (ii) control efectivo sobre los gastos de campaña; (iii) rendición cuentas en tiempo real sobre los ingresos y gastos de campaña; y (iv) recomendaciones dirigidas a diferentes actores del proceso electoral. Adicionalmente, hemos incorporado un conjunto de recomendaciones generales dirigidas a los diferentes actores que convergen en el proceso electoral del 2023.

A continuación, se detallan cada una de las recomendaciones por cada bloque temático:

Manejo adecuado de los ingresos de campaña

- a. Asegúrese de recibir recursos provenientes de fuentes permitidas por la Ley 1475 de 2011. Incorpore dentro de su proceso de gestión y administración de los recursos de campaña estrategias que identifiquen el origen de los recursos.***

La gestión de recursos para la financiación de campañas debe ceñirse a las **fuentes permitidas** para la financiación de campañas, contempladas por el artículo 20 de La Ley 1475 de 2011, son:

1. Los recursos propios de origen privado que las organizaciones políticas destinen para el financiamiento de las campañas.
2. Los créditos o aportes que provengan del patrimonio de los y las candidatas, de sus cónyuges o de sus compañeros permanentes, o de sus parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad.
3. Las contribuciones, donaciones y créditos, en dinero o en especie, que realicen los particulares.
4. Los créditos obtenidos en entidades financieras legalmente autorizadas.
5. Los ingresos originados en actos públicos, publicaciones y/o cualquier otra actividad lucrativa del partido o movimiento.
6. La financiación estatal, de acuerdo con las reglas previstas en esta ley.

Para lo anterior, es importante promover al interior de las campañas que el desarrollo del proceso electoral se haga desde la ética, la legalidad y la transparencia, así como garantizar que se reporten absolutamente todos los aportes recibidos y los gastos realizados.

- b. Evite recurrir en todos los casos a las fuentes prohibidas para la financiación de campañas, contempladas por el artículo 27 de La Ley 1475 de 2011:***

1. Aquellas que provengan de gobiernos o personas extranjeras, a excepción de las que se realicen a título de cooperación técnica para el desarrollo de actividades distintas a las campañas electorales.



2. Las que se deriven de actividades ilícitas o tengan por objeto financiar fines antidemocráticos o atentatorios del orden público.
3. Las que provengan de contribuciones o donaciones de personas involucradas o presuntamente involucradas en procesos de extinción de dominio.
4. Las contribuciones anónimas. Las candidaturas deben asegurarse de que cada ingreso a su campaña detalle la fuente de donde proviene dicho recurso; para evitar así incurrir en esta prohibición.
5. Las contribuciones de personas naturales involucradas en delitos relacionados con la financiación, pertenencia o promoción de grupos armados ilegales, narcotráfico, delitos contra la administración pública, contra los mecanismos de participación democrática y de lesa humanidad.
6. Las que provengan de personas que desempeñan funciones públicas, excepto de los miembros de corporaciones públicas de elección popular; estos últimos deben regirse por los límites expuestos en el artículo 25 de la Ley 1475 de 2011.
7. Las que provengan de personas naturales o jurídicas cuyos ingresos en el año anterior se hayan originado en más de un cincuenta por ciento 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.

Recuerde que financiar campañas electorales con fuente de recursos prohibidas es un delito.

c. Verifique el origen de los recursos aportados a su campaña y/o partido, con el fin de garantizar la legalidad de los mismos.

Fomente en los equipos de campaña buenas prácticas que establezcan mecanismos para protegerse ante la posible entrada de recursos prohibidos para la financiación de sus campañas, verificando tanto la identidad de los aportantes, como que los recursos sean de origen lícito.

d. Reporte como donaciones los actos públicos organizados por particulares

La norma señala que los candidatos y candidatas tienen la obligación de reportar las contribuciones, donaciones y créditos, en dinero o especie, que realicen los particulares. Por tanto, los eventos o actos públicos en apoyo a las campañas organizados por terceros deben ser reportados a través de Cuentas Claras en los informes de ingresos y gastos de las candidaturas. Esto incluye la identificación de los organizadores, los recursos utilizados y el valor comercial de los aportes en especie, como la organización y promoción del evento. Al hacerlo, se garantiza la transparencia en el financiamiento de la campaña y se evita cualquier sospecha de ocultamiento de contribuciones o apoyos.

e. Tenga en cuenta el documento sobre el Estatuto Tributario que aporta la DIAN a la Comisión Nacional para la Coordinación y Seguimiento de los Procesos Electorales.

Este documento se refiere los aspectos tributarios tales como: requisitos de los documentos soporte de gastos de campaña (facturas, documentos equivalentes), tratamiento fiscal de las donaciones a partidos políticos y obligaciones formales de los partidos políticos. Puede acceder al documento aquí: <https://www.dian.gov.co/Documents/Documento-sobre-aspectos-tributarios-2023.pdf>



f. Administre los recursos de campaña según la normatividad. Asegúrese de dar un manejo contable transparente, idóneo y oportuno:

Tenga en cuenta que, de acuerdo con la Ley 1475 de 2011 en su artículo 25, los recursos de las campañas cuyo monto máximo de gastos sea superior a doscientos (200) salarios mínimos legales mensuales originados en fuentes de financiación privada deben ser administrados por los gerentes de campaña. Estos recursos se recibirán y administrarán por medio de una Cuenta Única de campaña, que dicho gerente está en la obligación de abrir en una entidad financiera legalmente constituida.

Todas las campañas sin excepción requieren de un contador (artículo 2, Resolución 8586 de 2021). Verifique que el profesional de la ciencia contable no se encuentre inmerso en sanciones disciplinarias que impidan su ejercicio profesional.

Control efectivo sobre los gastos de campaña

g. No supere los topes de gastos estipulados por la normatividad de acuerdo con la circunscripción en la que se está presentando:

Los topes de gastos en las campañas es una de las condiciones que promueve la equidad en materia de acceso al poder público. La violación de estos topes se sancionará con la pérdida del cargo (art.26 de la Ley 1475 de 2011). Recuerde también que el Código Penal contempla en el artículo 396b la sanción privativa de la libertad a quien incurra en el delito de violación de los topes o límites de gastos de campañas electorales.

La Resolución 0670 de 2023 del Consejo Nacional Electoral establece los límites al monto de gastos que se puede invertir en cada una de las campañas a alcaldías y gobernaciones que se inscriban para las elecciones, de la siguiente manera:

GOBERNACIONES	
TOTAL CENSO ELECTORAL DEPARTAMENTO	MONTO MÁXIMO DE GASTOS EN CAMPAÑAS
Igual o superior a 4.000.001	\$ 5.414.104.758
Entre 3.000.000 y 4.000.000 ciudadanos	\$ 5.268.036.560
Entre 1.500.001 y 3.000.000 de ciudadanos	\$ 5.231.370.405
Entre 885.001 y 1.500.000	\$ 2.669.942.415
Entre 690.001 y 885.000 ciudadanos	\$ 2.236.352.944
Entre 400.001 y 690.000 ciudadanos	\$ 2.234.154.359
Entre 200.001 y 400.000 ciudadanos	\$ 1.676.781.822
Igual o inferior a 200.000 ciudadanos	\$ 1.392.265.295



ALCALDÍAS	
Igual o superior a 5.000.001 de ciudadanos	\$ 5.257.463.395
Entre un 1.000.001 y 5.000.000 de ciudadanos	\$ 2.630.764.028
Entre 500.001 y 1.000.000 de ciudadanos	\$ 2.465.931.344
Entre 250.001 y 500.000 ciudadanos	\$ 1.862.410.015
Entre 100.001 y 250.000 ciudadanos	\$ 1.647.076.017
Entre 50.001 y 100.000 ciudadanos	\$ 824.683.400
Entre 25.001 y 50.000 de ciudadanos	\$ 274.894.466
Igual o inferior a 25.000 de ciudadanos	\$ 144.319.596

Elaboración propia con base en la Resolución 0670 de 2023 del CNE.

h. Manejo de los gastos de propaganda electoral con un enfoque en los gastos de publicidad en redes sociales:

Las campañas tienen la obligación de reportar la propaganda que contraten por medio de redes sociales, de la misma manera en la que se reporta la información de propaganda en medios de comunicación tradicional. La importancia de hacerle seguimiento a este asunto recae en que, durante las últimas contiendas electorales, la publicidad vía redes sociales ha aumentado considerablemente.

Al interior de los partidos y movimientos políticos y de las candidaturas se debe promover la reflexión sobre la desmedida y creciente necesidad de gastar en las campañas, en especial los gastos relacionados con publicidad. Por lo que se invita a considerar hacer un uso eficiente de los recursos en aras de aprovecharlos y hacer uso de otros medios y alternativas que permitan dar a conocer la candidatura sin necesidad de incurrir en altos gastos de dinero.

i. No supere los límites fijados para la propaganda electoral en medios de comunicación, vallas, radio, televisión de acuerdo con las resoluciones del CNE:

Teniendo en cuenta que la publicidad electoral es un elemento clave para el desarrollo de las campañas dada su capacidad masiva de divulgación de información, así como que es el principal gasto de campaña como se ha demostrado en anteriores contiendas, la Ley 130 de 1994 en su artículo 29 establece que en cada territorio son los Alcaldes y Registradores Municipales los responsables de regular la forma, característica, lugares y condiciones para la propaganda electoral en espacios públicos, garantizando el acceso equitativo de los partidos y movimientos así como el derecho de la comunidad de disfrutar el uso del espacio público y la preservación de la estética.

Las candidaturas y organizaciones políticas deben informarse de los espacios dispuestos a nivel distrital y municipal para la difusión de la propaganda política, asegurándose de cumplir con los lineamientos dispuestos para tal fin en la ciudad. En relación con ello, es necesario recordar que los alcaldes locales pueden desmontar la publicidad que no cumpla con la norma; el alcalde podrá exigir a los representantes de los partidos, movimientos y candidaturas que hubieren realizado



propaganda en espacios públicos no autorizados, que los restablezcan al estado en que se encontraban antes del uso indebido.

Rendir cuentas en tiempo real sobre los ingresos y gastos de campaña

j. Cumpla con la rendición de sus ingresos y gastos en campaña en tiempo real a través del aplicativo Cuentas Claras.

La Resolución 8586 de 2021¹ estipuló que los ingresos y gastos de campaña deben reportarse a más tardar 1 semana después de que se hayan recibido o ejecutado los recursos para financiar la campaña. Por esta razón, los candidatos y candidatas tienen el compromiso de informar por medio de Cuentas Claras y en tiempo real la forma en la que se están financiando sus campañas.

En este sentido, las candidaturas deben presentar ante el Consejo Nacional Electoral los informes consolidados de ingresos y gastos de las campañas electorales en las que hubiere participado dentro de los dos meses siguientes a la fecha de la votación. Los gerentes de campaña y los y las candidatas deberán presentar ante el respectivo partido, movimiento político o grupo significativo de ciudadanos los informes individuales de ingresos y gastos de sus campañas dentro del mes siguiente a la fecha de la votación (artículo 25 de la Ley 1475 de 2011).

La obligación de rendir cuentas de los ingresos y gastos de campaña, la deben cumplir todas las candidaturas sin excepción, bien sea que ganen las elecciones o no.

k. Si hace parte de un comité de recolección de apoyos o firmas ciudadanas, tenga en cuenta los plazos para reportar los ingresos y gastos de la campaña en el aplicativo Cuentas Claras.

El grupo significativo de ciudadanos, independientemente de si formaliza o no la inscripción de la candidatura o lista de candidatos y candidatas, debe presentar el informe de ingresos y gastos de la campaña de recolección de apoyos dentro de los 5 días siguientes a la fecha de inscripción de la candidatura o lista.

Los grupos significativos de ciudadanos, formalicen o no la inscripción de candidaturas o lista de candidatos y candidatas, deben presentar el informe final a más tardar el 29 de julio de 2023. (Resolución 5289 de 2022 del CNE)

l. Sea proactivo en la publicación de sus ingresos y gastos de campaña, esto ofrece garantías para un voto informado.

La importancia de que las candidaturas informen sobre la financiación de sus campañas en tiempo real es una oportunidad que se les presenta para diferenciarse de las demás y demostrar así un compromiso real con la transparencia en los procesos electorales. Además, contribuye al voto informado por parte de la ciudadanía, ya que pueden acceder al aplicativo Cuentas Claras y conocer

¹ Resolución 8586 de 2021 “Por medio de la cual se adopta el procedimiento para la presentación de informes de ingresos y gastos de campaña electorales de candidatos, partidos, movimientos políticos, y grupos significativos de ciudadanos, consultas populares de las agrupaciones políticas, y establece el uso obligatorio del software aplicativo “Cuentas Claras”.



quiénes son los financiadores de las campañas, en qué se están invirtiendo los recursos de las mismas, permite además identificar posibles riesgos de conflictos de interés.

Este llamado también va dirigido a los Grupos Significativo de Ciudadanos para los que está estipulado que:

La publicidad puede tener la foto de persona candidata, el logo o símbolo y el nombre del comité promotor solo con el fin de divulgar y promocionar el proceso de recolección de firmas.

Si durante la recolección de apoyos la publicidad del GSC pretende lograr el voto de la ciudadanía o divulgar una propuesta de gobierno o el proyecto político de una candidatura, se estaría frente a propaganda electoral. Esta propaganda sería de extemporánea pues se realizaría por fuera del período establecido por la normativa electoral para la propaganda política (tres (3) meses antes del día electoral). Recuerde que esta situación puede ser reportada a través de www.uriel.mininterior.gov.co

Al respecto, se hace un llamado especial porque se observa en muchos casos incumplimiento de las anteriores disposiciones ya que muchos mensajes no son específicos sobre recolección de firmas, lo cual ocasiona que puedan ser confundidos con propaganda electoral.

m. Propiciar un escenario de contienda electoral armonioso entre campañas electorales

En territorios del país donde la violencia se exagera durante el tiempo electoral, es recomendable realizar compromisos públicos y/o firmas de pactos de no agresividad, así como de no violencia entre los y las candidatas que aspiran a los diferentes cargos de elección popular. Es imperioso que se respete desde la propaganda electoral hasta los eventos masivos de las otras campañas.

n. Correcto uso del espacio público con fines electorales y mantenimiento del mismo.

Las campañas electorales deberán tener plena conciencia y respeto por el espacio público y deben comprometerse a no ubicar propaganda electoral en lugares de bienes materiales que las autoridades competentes han declarado como monumentos, edificios, esculturas, áreas de conservación histórica, arqueológica o arquitectónica, y/o conjuntos históricos.

Recomendaciones dirigidas a diferentes actores del proceso electoral

Ciudadanos, candidaturas y financiadores:

- a. Infórmese sobre los delitos electorales relacionados al financiamiento político.

Las candidaturas se encuentran en la obligación de informarse sobre los 16 delitos electorales definidos por la Ley 1864 de 2017, con el fin de no incurrir en alguno de ellos, informar sobre la posible ocurrencia de cualquiera de estos y promocionar en medio de sus campañas y con sus seguidores el respeto a esta norma electoral.

El Estado cuenta con la Unidad de Recepción Inmediata para la Transparencia Electoral (URIEL), plataforma en la que se puede informar sobre denuncias y quejas por delitos o irregularidades que afecten el normal desarrollo de los procesos electorales en cualquier momento del día; a través del #623, la línea 018000912055 o al correo electrónico: denunciasuriel@mininterior.gov.co



Los siguientes son los 16 delitos tipificados por la legislación colombiana:

1. Perturbación de certamen democrático
2. Constreñimiento al sufragante
3. Fraude al sufragante
4. Fraude en inscripción de cédulas
5. Elección ilícita de candidatos
6. Corrupción de sufragante
7. Tráfico de votos
8. Voto fraudulento
9. Favorecimiento de voto fraudulento
10. Mora en la entrega de documentos relacionados con una votación
11. Alteración de resultados electorales
12. Ocultamiento, retención y posesión ilícita de cédula
13. Denegación de inscripción
14. Financiación de campañas electorales con fuentes prohibidas
15. Violación de los topes o límites de gastos en las campañas electorales
16. Omisión de información del aportante

Más allá del cumplimiento normativo, se invita a los partidos y candidaturas a apelar a la ética con el objetivo de que la contienda electoral se desarrolle en condiciones de transparencia, responsabilidad y equidad, de tal manera que el acceso al poder se realice en los mejores niveles de integridad política, evitando que intereses particulares ajenos a las candidaturas logren cooptar a las próximas administraciones públicas.

Recuerde que el voto es un derecho individual que debe garantizarse promoviendo la libertad, el respeto y la consciencia. Por lo tanto, es responsabilidad de los candidatos y candidatas y de los partidos asegurar el voto informado de la ciudadanía a través de buenas prácticas en campaña y el acceso a la información sobre el financiamiento.

A las personas naturales y jurídicas, empresarios y sector privado:

En nuestro país, la contribución de privados a las campañas es una forma legítima de participar en democracia. Lo que genera riesgos de corrupción es que se haga de manera oculta, por eso, recomendamos:

- b. Someta a decisión de su junta directiva o socios la aprobación de la donación por mayoría simple.
- c. Fije lineamientos para su donación. Por ejemplo, puede a través de sus donaciones potenciar que se dirijan en un porcentaje importante a candidaturas de las mujeres. Las últimas elecciones han evidenciado una brecha de género importante en la financiación entre hombres y mujeres que constituye una barrera para el acceso a cargos de elección popular.
- d. Exija al candidato, candidata o partido el reporte de la donación de manera oportuna y en el aplicativo de Cuentas Claras.
- e. Las donaciones por valor superior a 50 SMLMV, que en 2023 corresponde a \$65.030.300, deben realizarse con el trámite de insinuación notarial.
- f. Tenga en cuenta que personas naturales o jurídicas extranjeras no pueden financiar campañas.
- g. Todos los recursos de aportes, donaciones, contribuciones y créditos deben consignarse a través de la Cuenta Única Bancaria.

***A las entidades bancarias y Superfinanciera:***

- h. Las entidades financieras deben contar con personal cualificado y con conocimientos suficientes para brindar apoyo a las candidaturas en la apertura de las cuentas únicas bancarias, requisito indispensable para administrar los recursos de campaña. Las entidades financieras deben acercarse al Consejo Nacional Electoral para solicitar capacitaciones al respecto.
- i. En los casos en los que se considere que las instituciones financieras están privando del acceso a sus servicios de forma injustificada a organizaciones políticas o imponga injustamente requisitos adicionales para acceder a sus servicios, deberá transmitir sus quejas a la Superintendencia Financiera.
- j. La Superintendencia Financiera debe proactivamente indicar a entidades financieras los principios, regulaciones que hacen parte del proceso electoral y servicios de apertura de cuentas bancarias para candidaturas. Es importante que la Superfinanciera fortalezca su vigilancia e inspección.

A la autoridad electoral:

- k. El proceso de verificación y validación de las firmas que recogen los Grupos Significativos de Ciudadanos para poder inscribir candidatos y candidatas implica una labor técnica concienzuda y laboriosa de parte del personal de la Registraduría. En los territorios donde se presenta un atípico número de GSC en la contienda electoral es necesario que se fortalezca la cantidad y calidad del recurso humano responsable de la rigurosidad de este proceso, de forma que no sean aprobados GSC sin cumplir con los requisitos mínimos de firmas.
- l. Fortalecer la cooperación interinstitucional que permita la toma de decisiones respecto a posibles irregularidades en el proceso electoral, por medio de la socialización de la información que conlleve al avance en torno a este propósito.

A los partidos y movimientos políticos:

- m. Si los partidos y movimientos políticos solicitan anticipos estatales, se recomienda implementar mecanismos de distribución equitativa de dichos recursos.
- n. Los partidos y movimientos políticos podrán crear todos los mecanismos necesarios para garantizar la transferencia de los recursos destinados para las campañas políticas, promoviendo la rendición de cuentas en tiempo real de las candidaturas que avalen.
- o. Los partidos y movimientos políticos deberán estar atentos a la rendición de cuentas de sus candidatos y candidatas en tiempo real y al finalizar el proceso electoral, con el fin de realizar las respectivas auditorías internas y presentar ante la autoridad electoral la información consolidada.

**A los medios de comunicación:**

- p. Los medios de comunicación privados que acepten emitir publicidad política pagada deben hacerlo en condición de igualdad para todas las organizaciones políticas y candidaturas que lo soliciten, garantizando el pluralismo, la imparcialidad y el equilibrio informativo.
- q. La publicidad gratuita total o parcial que hagan los medios de comunicación privados deberá quedar en constancia escrita y se tendrá en cuenta como donación. Ley 130 de 1994.
- r. Los medios de comunicación deberán reportar ante el aplicativo Cuentas Claras la publicidad que contraten con las campañas políticas y organizaciones políticas.

Funcionarios públicos en los niveles departamentales y municipales:

- s. Los funcionarios públicos deben evitar conductas relacionadas con la participación en política, que puedan influir en el desequilibrio de la contienda electoral, además de que se deben proteger los recursos y medios públicos, evitando que se utilicen para intereses particulares.

Al respecto la Ley 996 de 2005, en su Artículo 38, prohíbe a los servidores públicos:

1. Acosar, presionar, o determinar, en cualquier forma, a subalternos y contratistas para que respalden alguna causa, campaña o controversia política.
2. Difundir propaganda electoral a favor o en contra de cualquier partido, agrupación o movimiento político, a través de publicaciones, estaciones oficiales de televisión y de radio o imprenta pública, a excepción de lo autorizado en la presente Ley.
3. Favorecer con promociones, bonificaciones, o ascensos indebidos, a quienes dentro de la entidad a su cargo participan en su misma causa o campaña política, sin perjuicio de los concursos que en condiciones públicas de igualdad e imparcialidad ofrezcan tales posibilidades a los servidores públicos.

- t. Para no contravenir las disposiciones anteriores, es necesario que los servidores públicos, especialmente quienes ostentan cargos de elección popular, directivos o vocerías institucionales, tengan en cuenta las siguientes buenas prácticas:

- Fortalecer las oficinas de control interno y disciplinario o equivalentes en las instituciones públicas, así como los canales de denuncia correspondientes, en relación con la identificación y gestión de situaciones de participación indebida en política de servidores públicos.

- Evitar pronunciamientos públicos, en medios de comunicación o redes sociales, que den cuenta de posiciones a favor o en contra de precandidato(a)s, candidato(a)s, partidos, agrupaciones o movimientos políticos.

- Poner a disposición del Consejo Nacional Electoral y/o la Fiscalía, las pruebas sobre aquellos casos que se consideren delitos o irregularidades electorales, evitando con ello controversias políticas.



- Fortalecer las Comisiones Municipales de Seguimiento Electoral y los procesos de articulación interinstitucional como mecanismos para la gestión de las situaciones asociadas a la etapa previa al certamen electoral.
- Mantener un adecuado control de la gestión del talento humano, con el fin de que no se presenten dinámicas atípicas de contratación de personal y beneficios laborales que generen suspicacias de tipo político electoral.
 - u. Por último, y frente a la falta de desarrollo normativo que ofrezca lineamientos y conceptos claros y precisos sobre la amplia gama de situaciones que se pueden entender como participación política y si son indebidos o no, se recomienda que los servidores públicos obren de acuerdo con la ética pública. Por su parte, los órganos de control deberán ser ágiles en el desarrollo de las investigaciones y/o actuaciones disciplinarias (por posible contravención a la Ley 996 de 2005) y/o penales (de demostrarse la conducta punible de intervención indebida en política de conformidad con el Artículo 422 de la Ley 599 de 2000), que correspondan.

Procuraduría General de la Nación:

- v. Realice jornadas de pedagogía a los partidos, movimientos políticos y candidaturas en temas como la apertura de cuentas y administración de los ingresos y gastos de las campañas, normas electorales y riesgos en el proceso electoral; publicite estas jornadas en medios alternativos de comunicación como las redes sociales.
- w. Realice la vigilancia y control sobre los reportes presentados en URIEL en relación con participación indebida en política de los funcionarios públicos.

Garantía para la participación política de las mujeres:

- x. El Consejo Nacional Electoral debe velar por el cumplimiento de las normas electorales y la promoción de la participación política de las mujeres.
- y. Los partidos, movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos deben tener mecanismos de democracia interna que garanticen la participación equitativa de las mujeres y la distribución de los anticipos y los recursos de origen privado de las organizaciones políticas en igualdad de condiciones.
- z. Los movimientos y partidos deben garantizar la capacitación y asesoría, especialmente a las nuevas candidaturas, para que cumplan adecuada y oportunamente con la correcta administración y rendición de cuentas de las campañas.
- aa. El Consejo Nacional Electoral debe tomar acciones en prevención, seguimiento y sanción con casos de violencia contra las mujeres en la política que se puedan generar durante el proceso electoral.
- bb. Los partidos y movimientos políticos deben establecer medidas para prevenir y atender los posibles hechos de violencia contra las mujeres en política, especialmente los relacionados a hechos de violencia económica.