BALANCE DEL FINANCIAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA 2026



TRANSPARENCIA POR COLOMBIA
Capítulo Transparencia Internacional

Suecia
Sverige

Consejo Rector

Andrés Echavarría Olano
Eulalia María Arboleda de Montes Guillermo Carvajalino Sánchez José Alejandro Cortés Osorio
Juan Francisco Lozano Ramírez Rosa Inés Ospina Robledo Sylvia Escovar Gómez
Gustavo Bell Lemus
Jorge Mario Velásquez Jaramillo

Junta Directiva

Carolina Calderón Guillot
Daniel Ricardo Uribe Parra
Eduardo Wills Herrera
Gloria María Borrero Restrepo
Juan Francisco Lozano Ramírez
María Elisa Bernal Bueno
Néstor Ricardo Rodríguez Ardila Carolina Ferro Bernal
Juliana Velásquez Rodríguez

Dirección Ejecutiva

Gerardo Andrés Hernández Montes

Autores

Sandra Ximena Martínez Rosas
Directora programática

Juan Sebastián Botero Romero
Coordinador de Tecnologías e Información

Juan David Hincapié Gómez
Consultor

Stefany Xiomara Guevara Cifuentes
Consultora

Somos el Capítulo Nacional de Transparencia Internacional -TI-, la Organización de la Sociedad Civil líder en el mundo en la lucha contra la corrupción que trabaja en más de 100 países.

© Corporación Transparencia por Colombia
Noviembre, 2026

Calle 35 # 24-19, Barrio la Soledad, Bogotá. D.C.
transparencia@transparenciacolombia.org.co *www.transparenciacolombia.org.co*
Bogotá, D.C.; Colombia.

Este documento es financiado por la Embajada de Suecia a través de la Agencia Sueca de Desarrollo Internacional (ASDI). El contenido es responsabilidad exclusiva de Transparencia por Colombia y no refleja ni compromete el punto de vista de nuestros socios

BALANCE DEL FINANCIAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS AL CONGRESO DE LA REPÚBLICA 2026

PRESENTACIÓN

El financiamiento de la política y de las campañas electorales constituye un componente fundamental para garantizar condiciones de transparencia y equidad en la competencia democrática. El acceso a información sobre el origen, monto y destinación de los recursos permite fortalecer la rendición de cuentas de quienes participan en las elecciones y facilita el ejercicio del control por parte de las autoridades electorales, las organizaciones políticas, las organizaciones de la sociedad civil, los medios de comunicación y la ciudadanía en general.

Desde 2011, con la donación del aplicativo Cuentas Claras por parte de Transparencia por Colombia (TPC) y el Instituto Nacional Demócrata (NDI) al Consejo Nacional Electoral (CNE), TPC ha venido desarrollando un monitoreo continuo a los procesos electorales en Colombia, con especial énfasis en el seguimiento al financiamiento electoral. Este ejercicio ha contribuido al fortalecimiento de la transparencia y la rendición de cuentas de las campañas mediante el análisis basado en datos del origen y uso de estos recursos en campañas.

En el caso de las Elecciones Legislativas de 2026, TPC realizó desde el inicio del ciclo electoral un monitoreo a los ingresos y gastos de las candidaturas al Congreso de la República a partir de la información registrada en el aplicativo del Consejo Nacional Electoral Cuentas Claras. Como parte de este monitoreo, TPC también, desarrolló un tablero de datos agregados (disponible a través del Monitor Ciudadano de la Corrupción) el cual permite consultar y visualizar la información registrada en el aplicativo Cuentas Claras por las candidaturas, facilitando el cruce de variables en torno a los montos, aportantes, origen de los recursos y destinación, entre otras[1]. El análisis de la información registrada en este aplicativo y desagregada en el tablero de visualización de datos y la revisión del marco normativo que aplica en materia de financiamiento de campañas, fueron la base para la elaboración de reportes periódicos sobre la evolución del financiamiento de las campañas y para hacer dos informes de seguimiento durante el periodo electoral[2]. Este trabajo se ha llevado a cabo en el marco del proyecto "*Hacia un ejercicio del poder más transparente y responsable*", financiado por la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ASDI).

El presente documento recoge el balance final del financiamiento de las campañas al Congreso de la República 2026, y aborda los siguientes apartados: la **introducción**, que aclara una serie de conceptos necesarios para comprender el análisis presentado, unido con la referencia al marco normativo que rige el financiamiento de campañas legislativas y la presentación del universo de datos. El **primer capítulo**, presenta los datos generales del financiamiento de campañas y del proceso de rendición de cuentas. El **segundo capítulo**,

[1]Puede consultar el tablero financiación política – Congreso 2026, En el siguiente enlace: https://www.monitorciudadano.co/elecciones-contratos/financiacion-congreso-2026/

[2] Primer informe del financiamiento de campañas al Congreso de la República en 2026. Enlace: https://transparenciacolombia.org.co/primer-balance-del-financiamiento-de-campanas-2026/
Segundo informe del financiamiento de campañas al Congreso de la República en 2026. Enlace: https://transparenciacolombia.org.co/segundo-balance-del-financiamiento-de-campanas-2026/

que detalla las fuentes de ingresos a partir de las cuales se financiaron las candidaturas legislativas. El **tercer capítulo**, caracteriza la destinación de los recursos, haciendo énfasis en los principales conceptos en los que se invirtieron los recursos de campaña. El **cuarto capítulo**, aborda la financiación de las campañas en la práctica, incorporando información recolectada mediante cuestionarios realizados a candidaturas que participaron en las elecciones de 2026, con el fin de complementar la información registrada en Cuentas Claras con la experiencia de quienes participaron directamente en el proceso electoral.

Finalmente, el balance presenta una serie de **conclusiones** que integran los principales hallazgos del análisis y aportan elementos para la reflexión sobre las condiciones de transparencia, equidad y supervisión del financiamiento de las campañas al Congreso de la República.

INTRODUCCIÓN

Es importante mencionar que en Colombia existen dos obligaciones diferenciadas para el reporte de los ingresos y gastos de campañas:

- **Reporte durante el desarrollo de las campañas:** De acuerdo con el artículo 6 de la Resolución 10753 de 2025 del CNE[3], las candidaturas deben registrar en el aplicativo Cuentas Claras información sobre el origen, monto y destinación de los recursos utilizados para sus actividades electorales, dentro de un plazo máximo de una semana después de ocurrido cada evento económico.

Como ya se mencionó, durante el desarrollo de las campañas TPC hizo un monitoreo continuo a la información reportada por las candidaturas, con el propósito de verificar el cumplimiento oportuno del reporte en tiempo real de acuerdo a lo estipulado por el CNE y analizar la evolución de los ingresos y gastos reportados en desarrollo de las campañas que aspiraban a una curul en el Congreso 2026 -2030[4].

- **Informe consolidado final:** El artículo 25 de la Ley 1475 de 2011 establece la obligación de presentar los informes definitivos de ingresos y gastos de campaña, junto con sus respectivos soportes, dentro de los dos meses siguientes a la fecha de las elecciones. Para las elecciones al Congreso de la República de 2026, realizadas el 8 de marzo, este plazo venció el 8 de mayo de 2026.

El presente balance analiza exclusivamente la información contenida en los informes consolidados finales de ingresos y gastos reportados por las candidaturas ante el CNE, una vez culminado el periodo establecido legalmente para su presentación. Para ello se toma como fecha de corte los datos registrados hasta el 13 de mayo de 2026, fecha que incluso es 5 días posterior al vencimiento del plazo establecido por ley.

Para el análisis agregado de esta información, TPC desarrolló un proceso de recolección, depuración, validación, estructuración y sistematización de los datos. Este proceso incluyó la revisión de cada uno de los registros de ingresos y gastos, la homologación de variables, la organización de las categorías de ingresos y gastos y la consolidación de las diferentes bases de datos necesarias para el análisis. Como resultado de este proceso se construyeron bases de datos que reúnen más de 1,2 millones de registros. Esta información depurada y procesada es la base para los análisis agregados y desagregados por tipo de ingreso, fuente de financiación, conceptos de gastos, y demás variables contempladas en el este balance.

El análisis se complementa con información solicitada mediante derecho de petición al CNE con el propósito de conocer los montos desembolsados por la autoridad electoral por concepto de reposición de gastos por voto válido en las elecciones de 2018 y 2022 al

[3] Resolución 10753 de 2025 del Consejo Nacional Electoral. Fuente: cne-i-2025-007112-dgc-800 - Resoluciones cne 2025 - Consejo Nacional Electoral - CNE
[4] Estos informes, así como los resultados del seguimiento, se encuentran disponibles en la página web de Transparencia por Colombia. Enlace: https://transparenciacolombia.org.co/primer-balance-del-financiamiento-de-campanas-2026/

Congreso de la República. Esta información permite ampliar el análisis sobre el acceso a recursos públicos para el financiamiento de campañas políticas.

Adicionalmente, TPC envió un cuestionario anónimo a los congresistas elegidos para el periodo 2026-2030, mediante el cual se solicitó información cualitativa relacionada con el financiamiento de sus campañas. De los cuestionarios enviados en total 16 congresistas respondieron, lo que equivale al 6% del total de elegidos, sus respuestas ofrecen un parámetro de contraste con los datos agregados analizados. El Anexo 1 contiene las respuestas dadas por los congresistas a cada uno de los aspectos por los que se consultaron.

DEFINICIONES Y PRECISIONES CONCEPTUALES

Para mayor precisión sobre el balance final del financiamiento de las campañas al Congreso 2026, a continuación, se presenta una descripción de los principales conceptos que sustentan este análisis:

Financiación política

Se entiende como el conjunto de normas, mecanismos y prácticas que regulan el flujo de recursos económicos destinados a las organizaciones políticas. Esta definición recoge el enfoque de la Organización de Estados Americanos OEA, que entiende los sistemas de financiamiento político como el conjunto de normas y prácticas que regulan el flujo de recursos económicos hacia los partidos y organizaciones políticas, para el funcionamiento permanente de las mismas[5].

Financiación electoral

Para efectos de este balance, la financiación electoral comprende el conjunto de recursos económicos, públicos y privados, destinados a respaldar el desarrollo de una campaña electoral, desde su preparación hasta la culminación del proceso electoral. Incluye los recursos obtenidos por las candidaturas y organizaciones políticas mediante las diferentes fuentes permitidas por la legislación, así como los mecanismos de financiación pública establecidos por el Estado.

Financiación privada de campañas

Comprende los recursos de origen privado destinados al desarrollo de las campañas electorales, provenientes, entre otras fuentes, del patrimonio de las candidaturas, sus familiares, personas naturales, personas jurídicas y entidades financieras, de acuerdo con las categorías establecidas en la normativa electoral. Es importante mencionar que la Corte Constitucional ha señalado que “la financiación privada de las campañas es una forma legítima de participación y expresión de intereses políticos[6]”.

Financiación pública de campañas

[5] Organización de los Estados Americanos, Manual para las Misiones de Observación Electoral. Enlace: https://www.oas.org/es/sap/deco/pubs/manuales/moe_manual_s.pdf
[6] Sentencia C-302 de 2021. Fuente: https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2021/C-302-21.htm

Comprende los recursos de origen estatal destinados a apoyar el desarrollo de las campañas. En el caso colombiano, incluye mecanismos como los anticipos estatales y la reposición de gastos por votos válidos obtenidos, de acuerdo con las condiciones y procedimientos establecidos en la normativa electoral.

Organizaciones políticas

Para efectos de este documento, el término **organizaciones políticas** se utiliza como una categoría genérica que comprende los partidos y movimientos políticos, así como los grupos significativos de ciudadanos y otras formas de organización que inscriben candidaturas y listas conforme al ordenamiento electoral colombiano.

Partidos políticos

Se refiere específicamente a las organizaciones políticas que cuentan con personería jurídica reconocida por el CNE, de acuerdo con las disposiciones constitucionales y legales vigentes.

Candidaturas

En este documento, candidaturas se utiliza como término genérico para referirse a las personas inscritas para participar en las elecciones al Congreso de la República, sin distinción de sexo.

Cuando el análisis requiere una desagregación por sexo, se utilizarán los términos:

- **Candidatas:** para referirse exclusivamente a las personas de sexo femenino inscritas al Congreso.
- **Candidatos:** para referirse exclusivamente a las personas de sexo masculino inscritas como candidatas o candidatos al Congreso.

Esta precisión busca evitar que el uso del término “candidatos” como expresión genérica que puede invisibilizar o generar confusión en aquellos apartados en los que se analiza específicamente la distribución de los recursos entre hombres y mujeres.

MARCO NORMATIVO

En Colombia el marco normativo determina que el financiamiento de las actividades político-electorales se basa en un sistema mixto con la confluencia de recursos públicos y privados de acuerdo con los siguientes criterios:

- **La financiación pública** está contemplada como una forma de asegurar equidad en la competencia electoral mediante el aporte de recursos para apoyar el desarrollo de las campañas políticas. De acuerdo con los artículos 21 y 22 de la Ley 1475 de 2011, éstos se entregan mediante dos mecanismos específicos: anticipos estatales y reposición de gastos por votos válidos. Los anticipos son recursos que el CNE otorga, previa solicitud y justificación, hasta por el 80% de la financiación estatal de una campaña. Estos recursos se entregan antes de la elección una vez quienes los han solicitado ha constituido la póliza correspondiente como garantía del uso de estos recursos. La reposición de gastos por votos es el

mecanismo para calcular el monto total de recursos que se entregan a cada candidatura una vez finalizada la contienda electoral, siempre y cuando se haya cumplido con los requisitos para su obtención, que para el caso de las candidaturas al Congreso se requiere que la lista en la cual están inscritos, obtenga el 50% o más del umbral determinado para la respectiva corporación (Ley 1475 de 2011, artículo 21).

- **La financiación privada** puede darse mediante donaciones y créditos en efectivo o en especie y se puede originar en las siguientes fuentes: patrimonio propio del candidato o su familia o de personas naturales y jurídicas (Ley 1475 de 2011, artículo 20).

En cuanto a la inversión de estos recursos en el desarrollo de campañas electorales, la regulación colombiana determina que para cada proceso electoral el CNE fijará el tope máximo de gastos que pueden invertir las campañas. Este monto se define para cada proceso electoral a partir del censo electoral, la apropiación presupuestal para la financiación estatal y los registros de ingresos y gastos de campañas presentados en los procesos electorales anteriores. Para elecciones a corporaciones como es el caso de las legislativas, el monto máximo de gastos se fija por lista de acuerdo a las curules a asignar según sea el caso. Cuando se trata de listas abiertas 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 y cada candidatura se encarga de la inversión de los recursos y el reporte individual de sus ingresos y gastos según sea el caso (Ley 1475 de 2011, artículo 24). Cuando se trata de listas cerradas, el tope máximo también se divide por el número de candidatos inscritos, pero los gastos y reportes se hacen de manera unificada y en coordinación con la organización política que inscriba la lista.

Obligación de Rendición de Cuentas de Campañas

La normativa colombiana obliga que las candidaturas que aspiren a ocupar un cargo de elección popular deben rendir cuentas sobre los ingresos y gastos de los recursos utilizados para sus actividades electorales. En ese sentido, el artículo 109 de la Constitución Política establece que los partidos, movimientos, grupos significativos de ciudadanos y candidatos deberán rendir públicamente cuentas sobre el origen, monto y destinación de sus ingresos. Igualmente, la Ley 1475 de 2011 ordena que tanto las candidaturas como las organizaciones políticas tienen la responsabilidad de presentar, junto con los respectivos soportes, los informes de ingresos y gastos de las campañas ante el CNE, dentro de los dos meses siguientes a la fecha de la votación (artículo 25). Para el caso de las elecciones legislativas de 2026 este plazo se cumplió el 8 de mayo.

UNIVERSO DE DATOS

De acuerdo con la información reportada por la Registraduría Nacional del Estado Civil (RNE)[7], inicialmente se inscribieron 3.231 candidaturas al Congreso de la República, 1.124 al Senado de la República y 2.107 a la Cámara de Representantes[8]. Sin embargo, en total en el aplicativo Cuentas Claras del CNE se cargaron 3.147 candidaturas a las cuales se les asignó clave y usuario para que pudieran hacer sus registros de ingresos y gastos de campañas, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 1. Número de listas de organizaciones políticas y candidaturas inscritas a las elecciones al Congreso 2026

Corporación	Número de listas inscritas	Número de candidaturas inscritas
Senado	29	1.082
Cámara de Representantes	499	2.065
Total Congreso	528	3147

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- La diferencia en estos datos responde al proceso de investigación y revocatoria de candidaturas inscritas que realizó el CNE, donde finalmente se le otorgó usuario y contraseña en el aplicativo Cuentas Claras a 3.147 candidaturas.
- De este universo de candidaturas, en total se eligieron para el Congreso de la República:
    - 102 en Senado, que corresponden a 100 curules por circunscripción ordinaria y 2 por la circunscripción especial indígena;
    - 182 en Cámara, distribuidas en 161 curules por circunscripción ordinaria, 2 por circunscripción especial de comunidades afrodescendientes, 1 por la circunscripción especial indígena, 1 por la circunscripción especial de colombianos en el exterior, 1 por la circunscripción especial de la comunidad raizal y 16 por las Circunscripciones Transitorias Especiales de Paz (CITREP).

[7] Registraduría Nacional del Estado Civil, 2026. Fuente: https://www.registraduria.gov.co/3-231-candidatos-fueron-inscritos-para-las-elecciones-de-Congreso-de-2026.html
[8] Registraduría Nacional del Estado Civil. Fuente: https://www.registraduria.gov.co/3-231-candidatos-fueron-inscritos-para-las-elecciones-de-Congreso-de-2026.html

CAPÍTULO 1. DATOS GENERALES DEL FINANCIAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS AL CONGRESO 2026

Total de ingresos y gastos reportados en las Campañas al Congreso 2026

La siguiente tabla presenta el total de ingresos y gastos registrados por las candidaturas al Congreso de la República en el aplicativo Cuentas Claras, con fecha de corte al 13 de mayo de 2026 (dos meses y cinco días después de las elecciones):

Tabla 2. Total de ingresos y gastos candidaturas al Congreso 2026

Corporación	Total de Ingresos Reportados	Total de Gastos Reportados
Cámara de Representantes	$199.719.299.427	$204.504.693.065
Senado de la República	$178.298.494.042	$181.131.285.034
Total general	**$378.017.793.469**	**$385.635.978.098**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- Es importante resaltar que estos totales de ingresos y gastos son recursos significativos. Por ejemplo, el total de ingresos es comparable con el presupuesto total destinado del Departamento Nacional de Estadística - DANE para la vigencia 2026: $377.659.127.851[9]. y por su parte, el total de gastos es equivalente al recurso obtenido por la Gobernación de Cundinamarca para la intervención de más de 250 kilómetros de vías del departamento: $400.000.000.000[10].
- Se observa una diferencia entre los gastos que superan por 7.618 millones los ingresos reportados en Cuentas Claras. En teoría no deberían registrarse más ingresos que gastos, toda vez que la lógica del financiamiento de campañas indica que se hace un proceso de consecución de recursos, los cuales se invierten en la campaña. Así las cosas, es importante que esta diferencia sea verificada desde el CNE de manera que se pueda establecer el origen de estos recursos.

En este contexto, y considerando la obligación que tienen las candidaturas de reportar oportunamente sus ingresos y gastos de campaña en el aplicativo Cuentas Claras, la siguiente tabla presenta el nivel de cumplimiento de esta obligación por parte de las candidaturas inscritas al Congreso de la República 2026.

[9] Decreto 1477 de 2026 – Presupuesto General de la Nación 2026. Pág. 9. Fuente: https://www.minhacienda.gov.co/w/c%C3%A1mara-aprueba-presupuesto-general-de-la-naci%C3%B3n-2026-y-da-paso-a-la-recta-final-en-el-senado
[10] Cundinamarca, renueva su infraestructura vial. Fuente: https://www.cundinamarca.gov.co/noticias/cundinamarca-renueva-su-infraestructura-vial

Tabla 3. Porcentaje de rendición de cuentas final de las candidaturas inscritas al Congreso de la República 2026

Porcentaje de candidaturas que presentaron su informe final	85,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

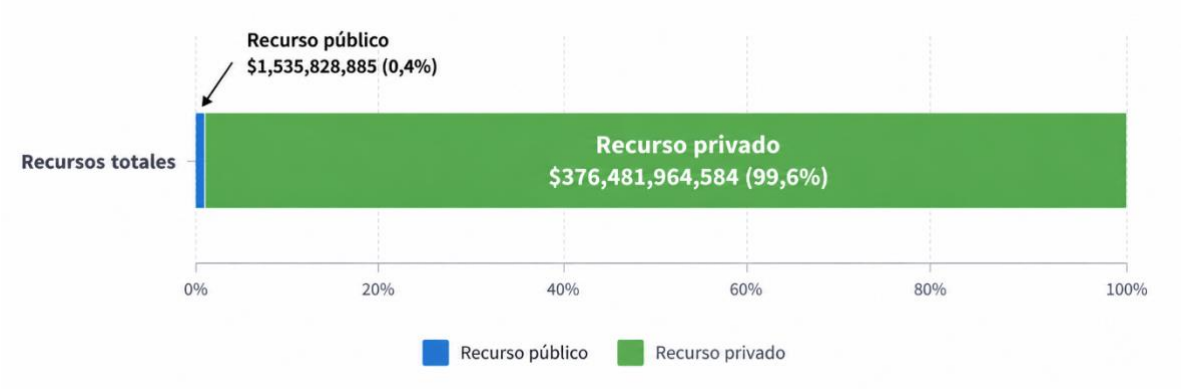
- Habiéndose cumplido los dos meses después de la elección, 2.684 candidaturas inscritas al Congreso (85,2%) cumplieron la obligación de presentar su informe consolidado final de ingresos y gastos ante el CNE a través del aplicativo Cuentas Claras.
    - Para el caso de las candidaturas al Senado, este este porcentaje fue del 91,4% y para las candidaturas a la Cámara de Representantes fue del 82,1%.
- De las candidaturas al Senado de la República, 93 no presentaron su informe consolidado final. Es importante mencionar que ninguna de las candidaturas que incumplió con esta obligación corresponde a congresistas electos.
- En la elección de Cámara de Representantes, 370 candidaturas no registraron el informe consolidado final de ingresos y gastos. Entre estas se encuentran 7 candidaturas que resultaron elegidas; no obstante, todas corresponden a curules de las CITREP. Al respecto, es importante señalar que, de conformidad con la Resolución 5881 de 2011 del CNE[11], el uso del aplicativo Cuentas Claras para estas candidaturas es de carácter opcional.
- Teniendo en cuenta lo anterior, se observa un nivel importante de reporte voluntario, dado que 9 de las 16 personas elegidas para estas curules especiales registraron información sobre sus ingresos y gastos de campaña en la plataforma.

[11] Resolución 5881 de 2021 del Consejo Nacional Electoral. Fuente: https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=117922&dt=S

CAPÍTULO 2. ANÁLISIS DE LOS INGRESOS DE CAMPAÑAS AL CONGRESO 2026

La siguiente gráfica presenta la distribución de los ingresos reportados por las campañas al Congreso de la República 2026, diferenciando las fuentes de financiación pública (anticipo estatal) y privada.

Gráfica 1. Recursos de origen público vs. origen privado candidaturas al Congreso 2026



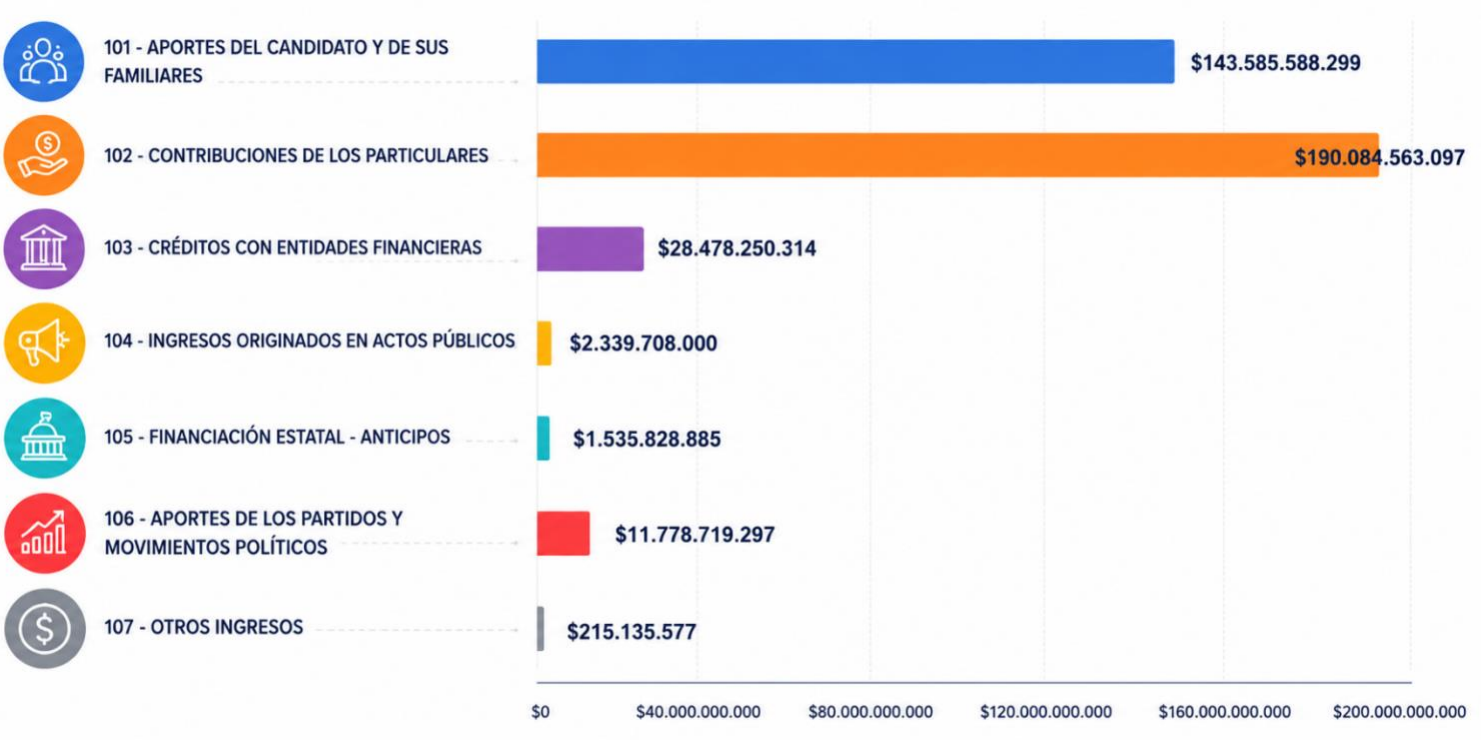
Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- El 99.6% de los recursos que financiaron las campañas al Congreso 2026 corresponde a fuentes privadas, mientras que el financiamiento público mediante anticipo estatal solo alcanza al 0.4% del total de ingresos, siendo una fuente prácticamente inexistente.
- Este financiamiento mediante anticipos corresponde a un candidato al Senado, Oscar Mauricio Giraldo Hernández del partido Conservador quien reporta en Cuentas Claras un anticipo por $200 millones y, a 34 candidaturas a CITREP las cuales reportaron en total $1.335.828.885.
    - Es importante resaltar que el modelo de financiación de las campañas a CITREP obedece a unas reglas específicas de financiamiento definidas en el Acto Legislativo 02 de 2021: (i) debe ser preponderantemente pública mediante el sistema de reposición de votos y el acceso de anticipos y (ii) los particulares que deseen contribuir a la financiación de estas campañas pueden hacerlo mediante donaciones directamente al Fondo Nacional de Partidos y Campañas Electorales, las cuales serán distribuidas por la autoridad electoral entre todas las campañas de las CITREP, por partes iguales[12].

El balance entre las fuentes públicas y privadas evidencian la dependencia casi absoluta de éstas últimas en el financiamiento de las actividades de campañas adelantadas por las candidaturas al Congreso de la República en 2026. La siguiente gráfica detalla el origen y monto de los estos recursos:

[12] Acto Legislativo 02 de 2021. Artículo 8. Financiación de las CITREP. Fuente: https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=170296

Gráfica 2. Desagregación de ingresos por código Congreso de la República 2026



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

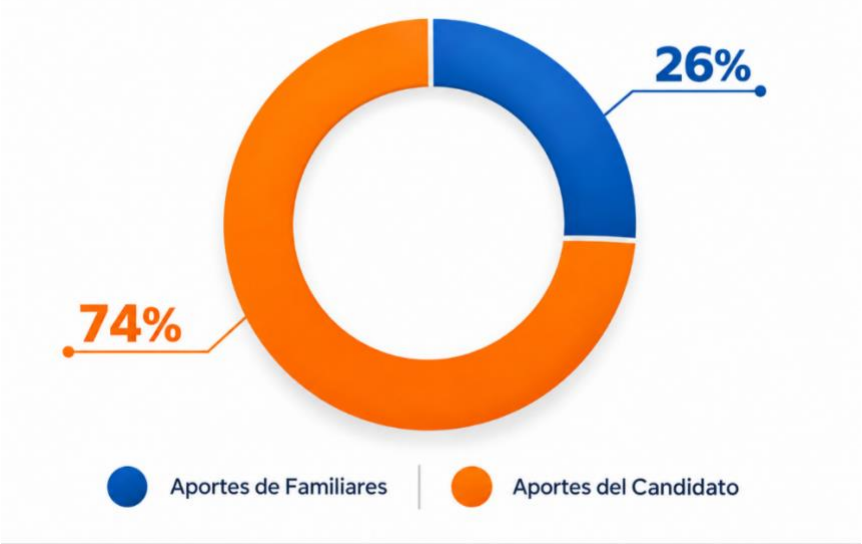
- La principal fuente de ingresos de las campañas al Congreso de la República corresponde a las contribuciones, donaciones y créditos, en dinero o especie, provenientes de particulares (código 102), las cuales, concentran el 48,9% del total reportado.
    - En Senado de la República, esta fuente concentra el 56% del total de ingresos reportados.
    - En la Cámara de Representantes, constituyen igualmente la principal fuente de financiación, con el 45,1% del total de ingresos reportados.
- La segunda mayor fuente de ingresos corresponde a los aportes y créditos provenientes del patrimonio de los candidatos, sus cónyuges o compañeros permanentes y sus parientes (código 101), que representan el 39% del total reportado.
    - En el Senado de la República, esta fuente representa el 32% del total de ingresos reportados.
    - En la Cámara de Representantes, corresponde al 43,2% del total de ingresos reportados.
- La tercera fuente de ingresos corresponde a los créditos obtenidos con entidades financieras (código 103), que representan el 7,7% del total de ingresos reportados por las candidaturas al Congreso de la República.
    - En el Senado de la República, los créditos con entidades financieras representan el 9% del total de ingresos reportados.

- Por su parte, en la Cámara de Representantes, los créditos con entidades financieras corresponde al 3% del total de ingresos reportados.

Detalle del reporte de ingresos originados en el patrimonio de los candidatos (código 101):

Bajo el código 101 se reportan los recursos provenientes del patrimonio del candidato y sus familiares, dentro de los que se incluyen aportes o créditos de los cónyuges del candidato, compañeros permanentes, o parientes hasta el 4º grado de consanguinidad (Ley 1474 de 2011, artículo 20). La siguiente gráfica muestra la composición de estos ingresos a las Campañas:

Gráfica 3. Contribuciones provenientes del patrimonio del candidato y sus familias



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

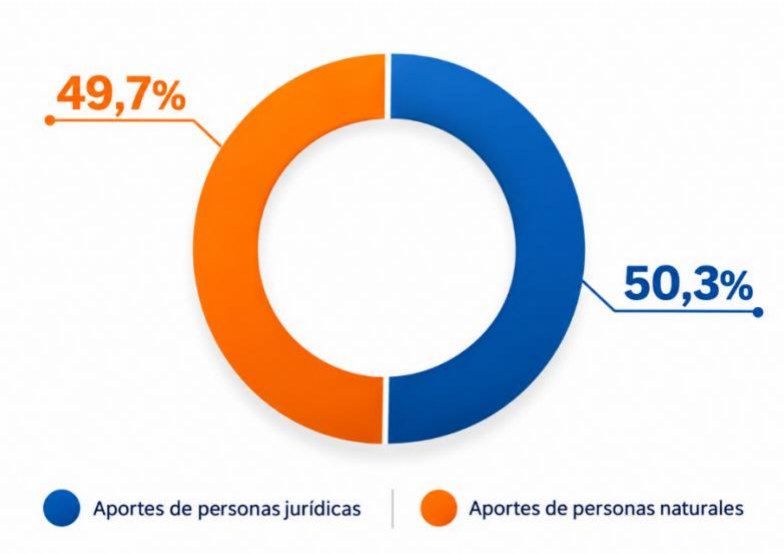
- Como ya se mencionó estos recursos representan la segunda fuente de ingresos de las candidaturas al Congreso de la República en 2026 con el 39% del total reportado.
  - En el Senado de la República, los recursos provenientes del patrimonio de los candidatos y sus familiares corresponden a aproximadamente la cuarta parte (24,5%) del total de ingresos, lo que equivale a $57.317 millones. La mayor parte de estos recursos ($43.745 millones) corresponden a recursos propios de los candidatos y el resto ($13.188 millones) a aportes de sus familiares. Hay en total $384 millones registrados bajo este código que no cuentan con información suficiente para poder discriminar entre ambos orígenes.
  - Para la Cámara de Representantes, los ingresos reportados bajo el código 101 equivalen al 31,1% del total de ingresos y suman $86.268 millones. Nuevamente en este caso, la mayor parte de estos recursos son del propio patrimonio del candidato; $62.129 millones corresponden a recursos propios de los candidatos y $23.854 millones a aportes de familiares, mientras que $285 millones no pueden ser discriminados entre ambos orígenes.

- Lo anterior, muestra el mayor peso que tuvieron los recursos provenientes del patrimonio propio de las y los candidatos en la financiación de las campañas al Congreso 2026, puesto que representaron; i) 1 de cada 4 pesos reportados bajo este código por las candidaturas al Senado, ii) 1 de cada 3 pesos reportados bajo este código por las candidaturas a la Cámara de Representantes.

- Se observa una diferencia en el al recurso propio invertido en las campañas de los elegidos frente a las candidaturas. Por ejemplo, en promedio, cada elegido al Senado reportó $559 millones en recursos propios, frente a $80 millones en promedio por cada candidatura no elegida. Esto significa que, una persona elegida invirtió aproximadamente 7 veces más recursos propios en su campaña que una no elegida.
- Igualmente, se observa una diferencia entre los recursos que reportan los candidatos en comparación con las candidatas. Por ejemplo, en promedio, cada candidato al Senado reportó $164,9 millones en recursos de su propio patrimonio en comparación, cada candidata reportó aproximadamente $84,0 millones de su propio patrimonio. Esto muestra una diferencia de casi dos veces más recursos (1.96) entre lo que invierte de sus recursos un candidato en comparación con lo que invierte una candidata.

Detalle del reporte de aportes de personas naturales y jurídicas (código 102):
Como ya se mencionó, los ingresos registrados bajo el código 102 fueron la mayor fuente de recursos para el financiamiento de las campañas al Congreso 2026. Bajo este código se registran aportes en efectivo y en especie, sean donaciones y/o créditos de personas naturales y jurídicas. Teniendo en cuenta todas estas categorías bajo las que se clasifican los aportes en este código, la siguiente gráfica desagrega mejor estos aportes:

Gráfica 4. Distribución de las contribuciones en dinero o en especie provenientes de particulares Congreso 2026



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- Los aportes, donaciones y créditos de particulares (código 102) presentan una distribución prácticamente equilibrada entre personas jurídicas y personas naturales: $95.648 millones (50,3%) corresponden a personas jurídicas y $94.430 millones (49,7%) a personas naturales.
    - Para el caso de las candidaturas al Senado, los aportes de personas jurídicas representan el 64,4% de los recursos reportados bajo este código, frente al 35,6% proveniente de personas naturales.
    - En la Cámara de Representantes, la distribución cambia puesto que, los aportes de personas naturales representan el 65,3%, mientras que los de personas jurídicas corresponden al 34,7%.

Detalle del reporte de aportes de las Organizaciones Políticas a las campañas (código 106:

Una fuente de recursos permitida para el financiamiento de las campañas legislativas corresponde a los aportes que pueden realizar las organizaciones políticas a sus candidatos y/o listas inscritas. Del total de los ingresos para las campañas al Congreso 2026, esta fuente representó el 3,1% del total ($11.778 millones).

A continuación, se presenta una gráfica que detalla la distribución de este aporte en las campañas al Senado de la República[13].

13 No se hace esta misma observación para las campañas a la Cámara de Representantes puesto que estas comprenden múltiples circunscripciones, cada una con sus respectivos topes de gastos, así como coaliciones y alianzas entre organizaciones políticas, factores que dificultan la agregación y comparación de los datos a escala nacional.

Tabla 4. Distribución de aportes por parte de organizaciones políticas Senado 2026

Organización política	Candidatas		Candidatos	
	Valor aporte	Número de candidatas	Valor aporte	Número de candidatos
Ahora Colombia	$ 259.277.900,00	7	$ 384.873.087,00	21
Alianza Por Colombia	$ 115.850.000,00	9	$ 182.261.000,00	4
Coalición Cambio Radical - Alma	$ 45.000.000,00	1	$ 5.000.000,00	1
Coalición Fuerza Ciudadana - Colombia	$ 10.000.000,00	1	$ 43.900.000,00	6
Frente Amplio Unitario	$ -	-	$ 25.000.000,00	1
Movimiento Alternativo Indígena Y Social "Mais"	$ 130.000.000,00	2	$ -	-
Movimiento Salvación Nacional	$ -	-	$ 384.500.000,00	10
Partido Conservador Colombiano	$ 355.670.000,00	5	$ 1.327.246.000,00	21
Total	$ 915.797.900,00	25	$ 2.352.780.087,00	64

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- De las 29 organizaciones políticas que presentaron listas para el Senado, 8 (27,6%) aportaron recursos para financiar estas campañas. Estas listas eran abiertas y con voto preferente.
- El total de estos aportes asciende a $3.268 millones, de los cuales, $2.352,8 millones se entregaron a 64 candidatos y $915,8 millones a 25 candidatas.
- Los recursos dados a las candidatas representan el 28% del total que aportaron las organizaciones políticas, frente al 72% destinado a los candidatos.
- Dos organizaciones aportaron más recursos a candidatas que a candidatos: el Movimiento Alternativo Indígena y Social – MAIS, con $130 millones exclusivamente a candidatas, y Coalición Cambio Radical – Alma, con $45 millones a candidatas frente a $5 millones a candidatos.
- En contraste, el Partido Conservador Colombiano destinó $1.327,2 millones a 21 candidatos y $355,7 millones a 5 candidatas, evidenciando una diferencia de 3,7 veces en favor de las candidaturas masculinas.
- Es importante hacer esta revisión ya que cuando se trata de listas, el aporte que pueden dar las organizaciones políticas que las inscriben, puede ser un elemento diferenciador en cuanto a la obtención de recursos y también, puede dar cuenta del grado de apoyo y compromiso de la organización con los candidatos inscritos en sus listas.

Sobre el Financiamiento Público de las Campañas al Congreso

Como se mencionó al inicio de este documento, Colombia cuenta con un sistema donde concurren recursos de origen público y privado para apoyar el desarrollo de las actividades

político electorales. El anticipo estatal consiste en el otorgamiento de recursos públicos destinados a financiar actividades propias de las campañas, previa solicitud de los partidos, movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos ante el CNE. Este mecanismo está regulado principalmente por el artículo 22 de la Ley 1475 de 2011 y permite solicitar, a las candidaturas a través de las organizaciones políticas, hasta el 80% del tope de gastos determinado para la circunscripción electoral en la que participan. La solicitud debe ser presentada y justificada por la organización política y, para su desembolso, debe contar con las pólizas o garantías requeridas que respalden la devolución de los recursos en caso de que esta sea procedente.

Por su parte, la reposición de gastos por votos válidos es un mecanismo posterior a la elección, mediante el cual se reconocen recursos de acuerdo con el número de votos obtenidos, siempre que se cumplan los requisitos establecidos en la normativa electoral. Para acceder a esta reposición, las candidaturas deben alcanzar los umbrales previstos y presentar sus informes de ingresos y gastos, los cuales son objeto de revisión y auditoría por parte del CNE. Este proceso implica que el desembolso de estos recursos no sea inmediato y que, en algunos casos, pueda tardar varios meses o incluso años.

En las elecciones al Congreso de 2026 el anticipo estatal no alcanzó a representar el 1% del total de los ingresos reportados por las candidaturas a través del aplicativo Cuentas Claras. Esta fuente de recursos ha venido disminuyendo su peso dentro del total de ingresos reportados en elecciones legislativas anteriores. La siguiente gráfica compara el comportamiento del anticipo estatal recibido por las candidaturas que participaron en las elecciones al Congreso de la República en los años 2018, 2022 y 2026.

Gráfica 5. Histórico anticipo estatal e ingresos totales reportados



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

Esta comparación muestra la disminución sostenida en la participación del anticipo estatal dentro de los ingresos reportados por las campañas al Congreso, pasando del 6%

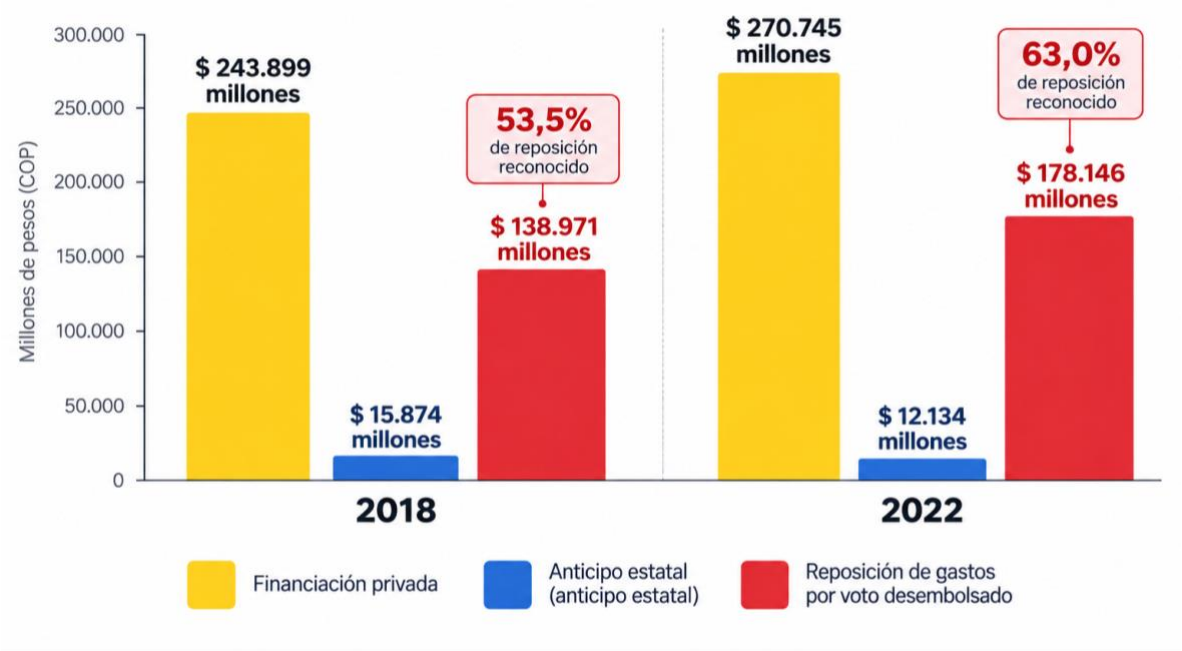
aproximadamente en las campañas de 2018 a menos del 1% en las de 2026. Lo anterior equivale a una disminución del 93,4%.

Ahora bien, la presencia mínima de estos recursos públicos en las campañas al Congreso no quiere decir que no ha habido financiamiento público, sino que la mayor parte del financiamiento público se dio de manera posterior bajo la figura de reposición de gastos por votos. Este mecanismo plantea un desafío para el propósito de equidad que persigue la financiación pública, en la medida en que el acceso efectivo a la reposición de gastos por voto válido ocurre únicamente después de superar varias etapas: (i) las candidaturas deben disponer inicialmente de recursos para financiar sus actividades durante la contienda; (ii) obtener una votación que supere el umbral requerido para acceder a la reposición; (iii) que la lista completa de la organización política que avaló su candidatura alcance el 50% del umbral determinado (Ley 1475 de 2011, artículo 21,); (iv) cumplir con los requisitos de rendición de cuentas de campaña establecidos en la normativa y esperar la revisión y auditoría de los informes de ingresos y gastos por parte del CNE. Este proceso puede demorar varios meses e incluso años, por lo que los recursos públicos no contribuyen a financiar las actividades de campaña en el momento en que estos recursos son necesarios.

En consecuencia, las candidaturas necesitan deben contar inicialmente con recursos de origen privado para financiar el desarrollo de sus campañas y posteriormente, cuando cumplen los requisitos establecidos en la normativa, pueden acceder a la reposición con recursos del Estado.

Dado que esta información no se registra en Cuentas Claras puesto que se da de amenra posterior el cierre del proceso electoral, para analizar cuál es su peso dentro del financiamiento público de campañas electorales, TPC realizó una solicitud de información al CNE solicitando el total de anticipos entregados a las candidaturas al Congreso en 2018 y 2022 (para las elecciones de 2026 aún no se cuenta con información sobre estos desembolsos, debido a que el CNE se encuentra en la etapa de revisión y certificación de las cuentas de campaña). La siguiente gráfica compara la financiación privada y la pública, incluyendo los anticipos estatales y la reposición de gastos por votos:

Gráfica 6. Histórico financiación privada y financiación estatal



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral y de respuesta dada por el CNE a solicitud de información elevada

- Una vez se tienen los recursos públicos compuestos entre anticipos y reposición de gastos por votos, es posible afirmar que esta fue la principal fuente de recursos para el financiamiento de las campañas al Congreso en los procesos de 2018 y 2022.
    - Para las elecciones al Congreso de 2018, la reposición de gastos por voto válido representó el 91,8% de los recursos de origen público desembolsados
    - Para las elecciones al Congreso de 2022, la reposición de gastos por voto válido representó el 91,9% de los aportes estatales a las campañas.
- No obstante, y como ya se ha mencionado, al recibir la mayor proporción de la financiación estatal una vez finalizado el proceso electoral, se hace necesario que las candidaturas cuenten con recursos originados en diversas fuentes privadas para financiar las actividades de campaña. Lo anterior lleva a preguntarse, ¿qué tanto este modelo es congruente con el principio del financiamiento público como forma de generar equidad en la contienda electoral, cuando llegan después de que esta haya finalizado?

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE LOS GASTOS DE LAS CAMPAÑAS AL CONGRESO 2026

Este apartado analiza el reporte de gastos de las candidaturas que participaron en la elección al Congreso de la República 2026, de acuerdo con la información suministrada por medio del aplicativo Cuentas Claras del CNE.

Gráfica 7. Desagregación de gastos por código Congreso de la República 2026



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- El principal gasto reportado corresponde a propaganda electoral (código 208), donde se registran inversiones de campaña en volantes, vallas, pasacalles, publicidad en medios de comunicación y redes sociales. Este concepto acumula el 43% del total de gastos reportados por todas las candidaturas al Congreso de la República.
    - En el caso del Senado el gasto en propaganda electoral equivale al 47% del total reportado por las y los aspirantes al Senado. Por su parte, para las candidaturas a la Cámara de Representantes equivale al 39%.
- Los gastos de administración (código 201) son el segundo mayor concepto de gasto reportado con el 19 % del total. Bajo este concepto las candidaturas registraron pagos de honorarios, arrendamiento de sedes, servicios públicos, vigilancia y aseo, entre otros.
    - Para el Senado este concepto de gastos equivale al 17% del total reportado y para la Cámara de Representantes el 20,4%.
- El tercer concepto de gastos reportados corresponde a actos públicos, representando el 10.6% del total.

- Para el Senado este concepto de gastos equivale al 9% del total reportado y para la Cámara de Representantes el 12%.
- En general, los gastos registrados bajo este concepto resultan llamativos al ser relativamente bajos frente a los múltiples eventos de campaña vistos durante el desarrollo de la contienda electoral, entre los que se encuentran los cierres de campaña celebrados por diferentes partidos políticos que tuvieron el despliegue de grandes eventos en plazas públicas o en centros de convenciones[14].
- Frente a este gasto en actos públicos también se observa una diferencia en la cantidad de recursos que invierten las candidaturas elegidas y las que no. Por ejemplo, cada elegido al Senado, en promedio reporta gastos por $87 millones, frente al promedio de $18 millones que reportan cada candidatura no elegida. Lo anterior representa una diferencia de 4.7 veces entre los elegidos y los no elegidos.
- El caso de la Cámara de Representantes es aún más grande esta diferencia ya que en promedio cada elegido reportó $71 millones de gastos en actos públicos frente a $6 millones que reportó en promedio cada candidatura no elegida a la Cámara, lo que representa una diferencia de 11,9 veces, entre unos y otros.

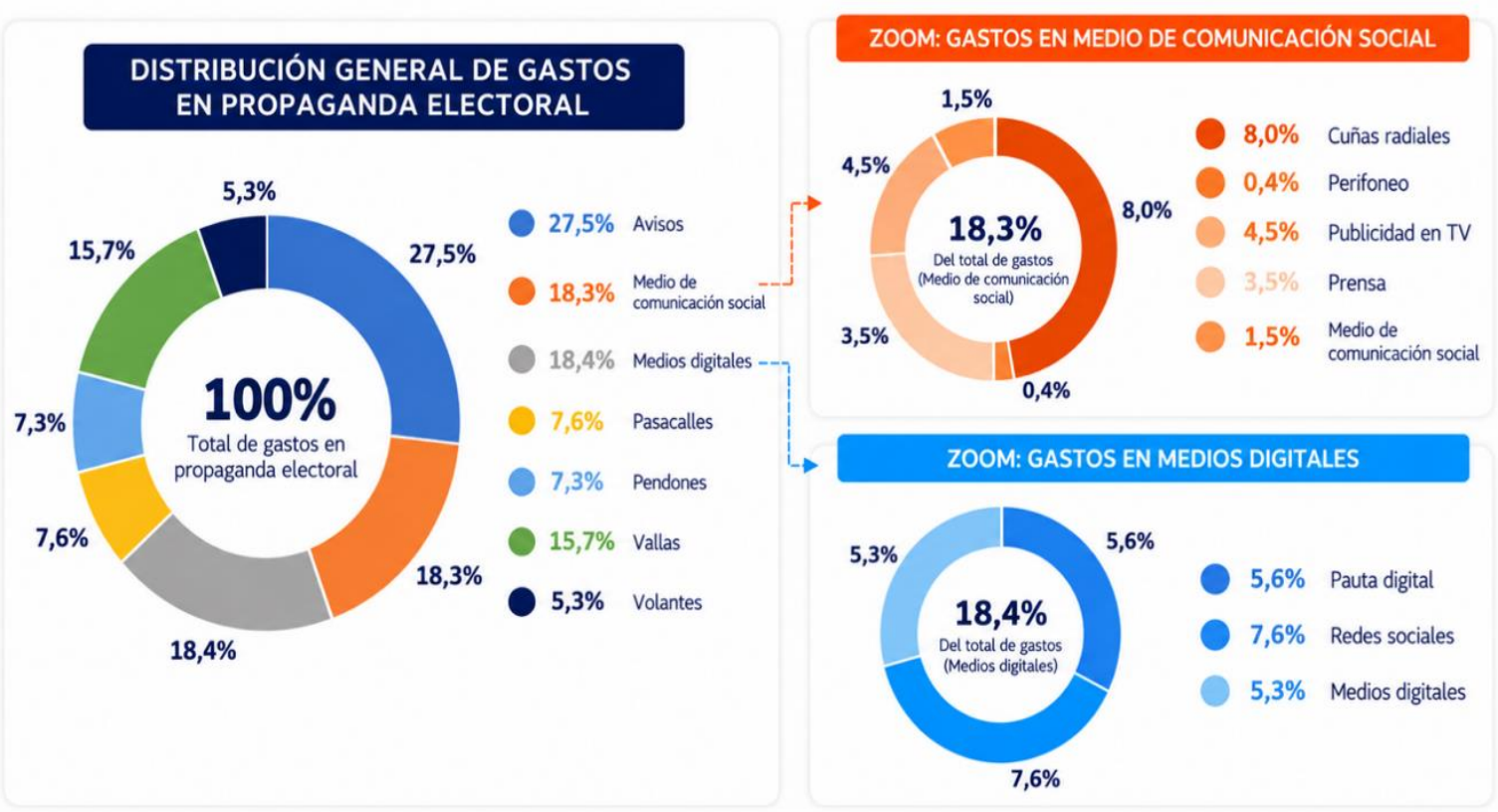
Detalle del reporte de gastos de propaganda electoral código 208:

La propaganda electoral es el mayor gasto reportado por las candidaturas, no solo en las campañas de 2026, sino en el análisis hecho desde Transparencia por Colombia a las elecciones legislativas desde el año 2014[15]. La siguiente gráfica muestra la distribución general de gastos de propaganda electoral de las Campañas al Congreso 2026 de acuerdo a los diferentes conceptos que se registran bajo el código 208. Además hace un zoom en particular a los gastos en medios de comunicación social y en medios digitales:

[14] Kienyke. Así serán los cierres de campaña al Congreso de los principales partidos. Fuente: https://www.kienyke.com/politica/asi-seran-los-cierres-de-campana-al-congreso-de-los-principales-pa…

[15] Análisis de la financiación de las campañas legislativas de Colombia en 2014. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/analisis-financiacion-2014/
Análisis Cuentas Claras – Elecciones Presidenciales 2014. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/analisis-cuentas-claras-elecciones-presidenciales-2014/
Informe de financiación de campañas y rendición de cuentas en elecciones 2015. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/informe-cuentas-claras-2015/
Hoja de datos elecciones legislativas y presidenciales 2018. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/wp-content/uploads/financiacion-campanas-2018.pdf
Seguimiento financiación de campañas y rendición de cuentas elecciones territoriales 2019: Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/wp-content/uploads/informe-no-2-elecciones-2019-1.pdf
Balance Electoral 2022 – Informe Nacional. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/balance-electoral-2022-informe-nacional/
Balance de la financiación electoral 2023. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/balance-financiacion-electoral-2023/

Gráfica 8. Desagregación de gastos propaganda electoral Senado 2026



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

A continuación, se detallan los principales conceptos de gastos clasificados como Propaganda Electoral:

- La mayor inversión de recursos corresponde al pago de avisos los cuales incluyen desde avisos para viviendas y oficinas hasta indumentaria de campañas como gorras, camisetas, manillas, etc. Los gastos clasificados como avisos son aproximadamente el 30% ($45 mil millones) del total registrado bajo este concepto.
- La inversión de recursos en medios digitales constituye el segundo concepto de gastos con el 18,4% ($30.256 millones). Dentro de este rubro, la publicidad en redes sociales es la más costosa con $12.423 millones, seguida de la pauta digital con $9.150 millones.
    - El gasto en redes sociales incluye el registra de pagos por publicidad difundida en plataformas digitales como Facebook, Instagram, X, YouTube, TikTok, entre otras, los cuales acumulan el 7,6% del total registrado como pago en medios digitales.
- El gasto en medios de comunicación social, representa el 18,3% de los gastos en propaganda electoral, con $29.828 millones. Dentro de este rubro, la mayor inversión corresponde al pago de cuñas radiales con $13.181 millones.

- Es importante destacar que los gastos en redes sociales superaron los recursos destinados a publicidad en televisión. Esta distribución muestra un desplazamiento de la inversión en propaganda electoral hacia las redes sociales, por encima de los medios tradicionales. No obstante, sigue siendo necesario preguntarse si bajo este concepto se está reportando la totalidad de gastos en redes sociales, toda vez que resulta bajo frente a los otros gastos clasificados como propaganda electoral al ser solo del 7,6%.

Mayores proveedores de Gastos de Propaganda Electoral

Teniendo en cuenta que la mayor inversión de recursos en las campañas al Congreso 2026 corresponde a propaganda electoral, resulta relevante revisar quienes son las personas naturales y jurídicas que más son contratadas para proveer estos bienes o servicios de campaña. En total por concepto de propaganda electoral se registran pagos a 2.470 proveedores de bienes y servicios: 1.681 personas naturales y 789 personas jurídicas.

Dado que 10 empresas concentran el 19% del total de recursos reportados por las campañas por concepto de propaganda electoral, es importante dar una mirada más detallada a estas empresas.

Tabla 5. Mayores empresas proveedoras de bienes y servicios de campaña por concepto de propaganda electoral - Congreso de la República 2026

Razón social del proveedor	Gastos registrados a su favor
P73 GROUP SAS	$11.062.682.983
CENTRAL DE MEDIOS ALTERNATIVOS CULTURA POPULAR S.A.S	$3.104.178.169
CONFIAR COOPERATIVA FINANCIERA	$2.629.836.424
ESTRATEGIA & PODER S.A.S	$2.310.704.393
RED EMPRESARIAL DE SERVICIOS SAS	$2.175.976.735
VALTEC OUTDOOR SAS	$2.147.081.306
META PLATFORMS IRELAND LIMITED	$2.124.649.140
DIGITAL ADVERTISEMENT GROUP S.A.S	$2.087.809.211
CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA SA	$1.649.452.384
CASA EDITORIAL EL TIEMPO	$1.506.743.059

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

A continuación se presenta una revisión más detallada de las dos empresas que concentran la mayor parte de los recursos pagados por propaganda electoral:

P73 Group S.A.S.

Según los reportes de gastos registrados en Cuentas Claras por las candidaturas al Congreso 20026, P73 Group S.A.S. es el principal proveedor de bienes y servicios de

propaganda electoral concentrando el 7% de los recursos pagados ($11.062.682.983). De acuerdo con los reportes de gastos en Cuentas Claras, 64 candidaturas al Senado de la República, todas pertenecientes a la lista del Centro Democrático, contrataron a esta empresa.

P73 Group S.A.S. corresponde a un grupo económico que reúne las empresas DU Brands[16], y cuenta con un patrimonio en sus registros de Cámara y Comercio que asciende a los 20 mil millones de pesos[17]. Varias de las empresas de P73 Group S.A.S. han sido contratadas en otros procesos electorales. Por ejemplo:

- En las elecciones territoriales de 2015, se observa en los registros de Cuentas Claras, pagos por aproximadamente $948,8 millones a DU Brands S.A.S. por concepto de publicidad electoral[18].
- Igualmente, para el Plebiscito por la paz de 2016. DU Brands S.A.S. aparece como financiador de la campaña por el NO, a través de un crédito de $330 millones otorgado al Partido Centro Democrático[19].
- En las elecciones al Congreso de 2018. DU Brands S.A.S. fue proveedor del Centro Democrático para las campañas mediante un contrato por aproximadamente $1.845 millones para servicios relacionados con publicidad, medios y comunicaciones electorales.
- Para las elecciones presidenciales de 2018. DU Brands S.A.S. fue nuevamente proveedor de servicios de publicidad y medios para la campaña presidencial de Iván Duque del Centro Democrático. Los registros de Cuentas Claras muestran diversos pagos asociados a pauta en televisión, radio y otros medios durante la campaña[20].
- En las elecciones territoriales de 2023, se identifica a la empresa DU Brands S.A.S. en los registros de financiación electoral, esta vez como financiador mediante créditos a la campaña de Jorge Luis Vargas Valencia a la alcaldía de Bogotá y Erasmo Elias Zuleta Bechara a la gobernación de Córdoba, por un valor conjunto de aproximadamente $350 millones[21].

Participación en procesos de contratatación pública:

[16] Du Brands Villavicencio, Du Brands Cali, Du Brands Medellín, Du Brands Tunja, Du Brands Cartagena. Fuente: https://www.rues.org.co/detalle

[17] P73 Group SAS, de acuerdo con el portal Informa, "cuenta con un patrimonio neto de $28.126.050.026 y en el ejercicio del año 2025 generó un rango de ventas entre $20.000.000.000 y $100.000.000.000 obteniendo un resultado del ejercicio entre $1.000.000.000 y $2.000.000.000" Fuente: https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/du-brands-sas

[18] Transparencia por Colombia. (2016). Informe sobre financiación de campañas electorales y análisis de Cuentas Claras correspondiente a las elecciones territoriales de 2015. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/informe-cuentas-claras-2015/

[19] Grandes sorpresas detrás de la financiación del plebiscito (II). Fuente: https://colombiacheck.com/investigaciones/grandes-sorpresas-detras-de-la-financiacion-del-plebiscit…

[20] El Espectador, redacción Colombia 2020. (2020, 4 de mayo). *Con dineros de la paz, Duque contrata firma que financió el No en el plebiscito*. Fuente: https://www.elespectador.com/colombia-20/paz-y-memoria/con-dineros-de-la-paz-duque-contrata-firma-q…

[21] Balance del financiamiento de las campañas territoriales de 2023. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/balance-financiacion-electoral-2023/
Datos de financiación electoral, elecciones territoriales de 2023– Monitor Ciudadano de la Corrupción de Transparencia por Colombia. Fuente: https://www.monitorciudadano.co/elecciones-contratos/financiacion-politica-territoriales-2023/#

- Esta empresa, P73 Group S.A.S., ha celebrado múltiples contratos con entidades estatales. Durante el gobierno de Iván Duque, se adelantaron varios procesos de contratación, entre ellos el de la elaboración e implementación de estrategias digitales de su gobierno por valor de $3.550 millones[22] y los 11 procesos de contratación de Telecafé con DU Brands, por un valor superior a $43.200 millones entre 2018 y 2022. Justamente, en relación con estos últimos 11 contratos relacionados, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), ha formulado en 2026, pliego de cargos por presuntas irregularidades en 11 procesos de contratación[23].
- Es importante mencionar que esta coincidencia en prestar bienes y servicios a las campañas y celebrar contratos con el Estado, en sí misma no representan una irregularidad, no obstante, pueden dar cuenta de una relación directa entre quienes son proveedores de servicios de campañas y la posterior celebración de contratos estatales, aspecto que desde TPC se ha analizado con mayor detalle en ocasiones anteriores[24].

Central de Medios Alternativos Cultura Popular S.A.S.

Central de Medios Alternativos Cultura Popular S.A.S. es la segunda empresa que acumula más pagos por concepto de propaganda electoral en las campañas al Congreso 2026. Esta empresa concentra pagos por aproximadamente el 2% del total de gastos en este concepto ($3.104 millones). En total 14 candidaturas del Pacto Histórico al Senado de la República, reportan pagos a Central Medios Alternativos Cultura Popular S.A.S. por servicios de pauta publicitaria y propaganda electoral.

Esta sociedad fue constituida en diciembre de 2023[25], en revisión mas detallada de esta empresa se encuentra lo siguiente:

- De acuerdo a la información reportada en Cuentas Claras, las elecciones legislativas de 2026 es la primera oportunidad en la que esta empresa participa como proveedora de bienes y servicios de campañas.
- En 2025, la empresa reportó ingresos cercanos a $419 millones y un patrimonio aproximado de $90 millones, cifras que resultan muy inferior al volumen de recursos contratados durante la campaña de 2026[26].

---

[22] El Espectador, redacción Colombia 2020. (2020, 18 de agosto). *No se pueden usar recursos del Fondo de Paz para estrategia digital de Duque: Contraloría*. Fuente: https://www.elespectador.com/politica/no-se-pueden-usar-recursos-del-fondo-paz-para-estrategia-digital-de-duque-contraloria-article/

[23] Superintendencia de Industria y Comercio. 19 de mayo de 2026. La Superintendencia de Industria y Comercio formula pliego de cargos por un presunto direccionamiento de la contratación pública en 11 invitaciones para apoyo logístico en Telecafé. Fuente: https://sedeelectronica.sic.gov.co/comunicado/la-superintendencia-de-industria-y-comercio-formula-pliego-de-cargos-por-un-presunto-direccionamiento-de-la-contratacion-publica-en-11?utm_source=chatgpt.com

[24] Transparencia por Colombia. Informes Elecciones & Contrato. Fuente: https://www.monitorciudadano.co/publicaciones/elecciones-cont-pub/

[25] Registro Único Empresarial y Social (RUES), consulta realizada bajo el NIT 901514076-4 que corresponde a la empresa, Central de Medios Alternativos Cultura Popular S.A.S.

[26] Revista Semana, 2026. Cerca de $3.000 millones del Pacto Histórico para publicidad fueron entregados a una pequeña empresa del mánager de Doctor Krápula. Fuente: https://www.semana.com/politica/articulo/cerca-de-3000-millones-del-pacto-historico-para-publicidad-fueron-entregados-a-pequena-empresa-del-manager-de-doctor-krapula/202646/?utm_source=chatgpt.com

- En particular, los pagos registrados por aproximadamente $2.900 millones equivalen a cerca de 32 veces el patrimonio neto reportado por esta sociedad ($90,8 millones) y a casi 7 veces sus ingresos por actividad ordinaria de 2025 ($419,3 millones).
- Es preciso mencionar que esta diferencia no establece la existencia de una irregularidad; sin embargo, constituye un elemento relevante para examinar la capacidad económica y operativa de esta empresa para ejecutar el volumen de actividades contratadas durante campañas, así como la correspondencia entre los recursos pagados y los bienes y servicios efectivamente entregados.

Registro Único Empresarial y Social (RUES), consulta realizada bajo el NIT 901514076-4 que corresponde a la empresa, Central de Medios Alternativos Cultura Popular S.A.S.. Se pudo constatar un reporte de ingresos por actividad ordinaria ante Cámara de Comercio de Bogotá por un total de $419.333.395 millones y un patrimonio neto reportado por valor de $90.750.828.

CAPÍTULO 4. EL FINANCIAMIENTO ELECTORAL EN LA PRÁCTICA: ACCESO A RECURSOS, BARRERAS Y RIESGOS

Para comprender las condiciones en las que se desarrolla la competencia electoral, es importante no sólo analizar la información sobre los ingresos y gastos de campañas registrados en Cuentas Claras, sino también examinar las experiencias reales de las candidaturas y los desafíos que enfrentaron para obtener financiación.

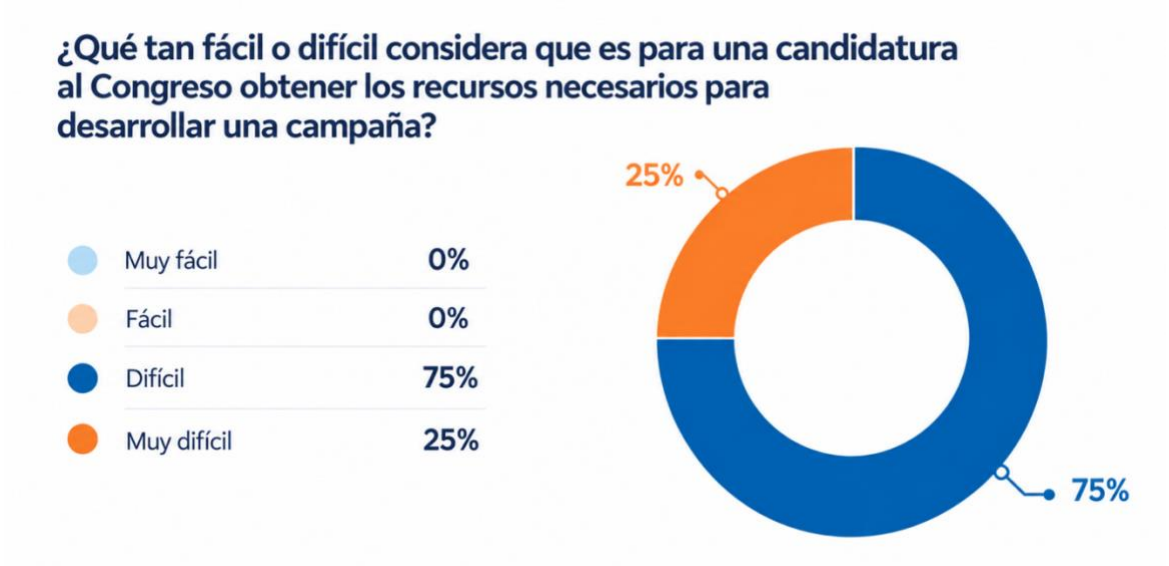
Con este propósito, TPC hizo un cuestionario que indagaba sobre las dificultades para conseguir recursos, los mecanismos utilizados para financiar sus campañas y los riesgos asociados al financiamiento de las campañas. El cuestionario se envió a todos los congresistas elegidos para el 2026 y fue respondido por un total de 16 congresistas (6% del total de congresistas electos). En el formato de cuestionario todas las respuestas fueron anonimizadas y se presentan solamente como datos agregados para identificar tendencias en las respuestas (el Anexo 1, contiene el cuestionario y las respuestas anonimizadas).

A continuación, se presentan las principales tendencias en las respuestas.

- **El acceso a recursos constituye una de las principales dificultades para competir electoralmente:**

De las 16 respuestas válidas a la pregunta sobre qué tan fácil o difícil resulta conseguir los recursos necesarios para desarrollar una campaña, 12 señalaron que es difícil y cuatro[27] que es muy difícil. Ningún congresista respondió que esta tarea fuera fácil o muy fácil.

Gráfica 9. Consolidado respuestas sobre la dificultad de obtener recursos para campaña



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario anónimo realizado a congresistas elegidos para el periodo 2026 -2030

Este resultado muestra que las dificultades para conseguir financiación no se limitan a una fuente específica de recursos, sino que constituyen un desafío en general para el desarrollo

[27] Un congresista no respondió a esta pregunta.

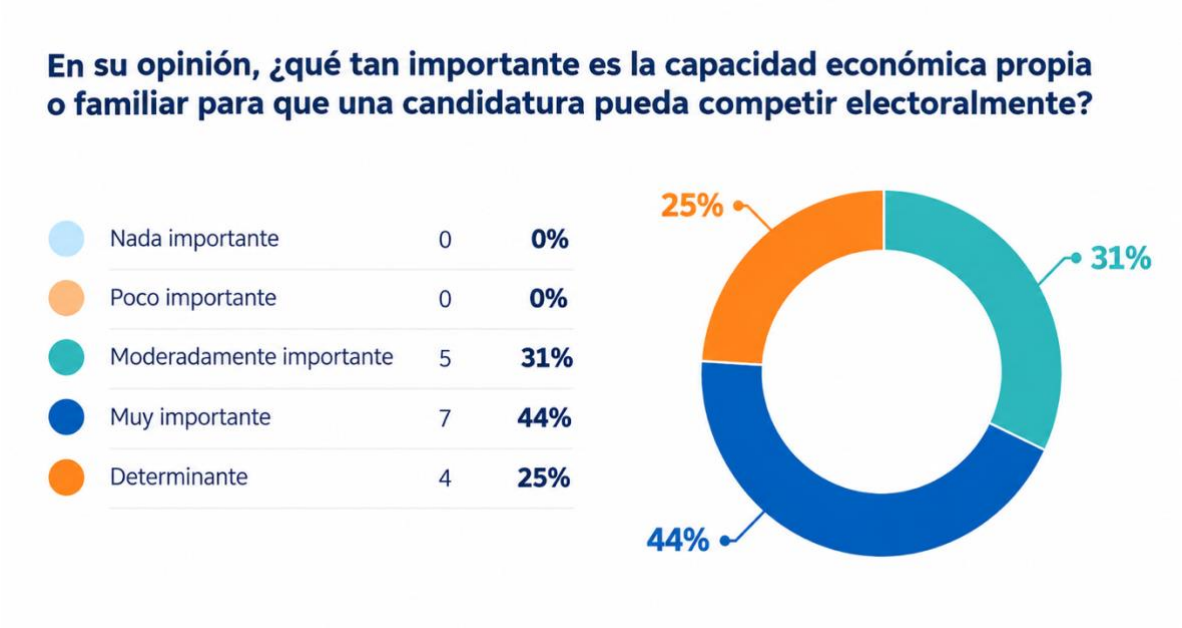
de las campañas electorales, incluyendo la movilización de recursos privados como el acceso a los mecanismos institucionales de financiación.

Este resultado adquiere especial relevancia al contrastarlo con los resultados de Cuentas Claras analizados en los capítulos anteriores, ya que las candidaturas elegidas reportan, en promedio, alrededor de 6,6 veces más recursos que las no elegidas, en este sentido, se puede inferir que las dificultades para acceder a recursos de campaña para el caso de los no elegidos es todavía mayor.

- **La capacidad económica propia y familiar es un factor relevante para la competencia electoral**

Ante la pregunta sobre la importancia de la capacidad económica propia o familiar para competir electoralmente, de las 16 respuestas, siete indicaron que es muy importante y cuatro que es determinante.

Gráfica 10. Consolidado respuestas sobre la capacidad económica para una campaña



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario anónimo realizado a congresistas elegidos para el periodo 2026 -2030

Esta tendencia coincide con los registros de ingresos en Cuentas Claras de las candidaturas al Congreso 2026, en los que los aportes y créditos provenientes del patrimonio de las candidaturas, sus cónyuges o compañeros permanentes y sus familiares son una de las principales fuentes de recursos con aproximadamente el 39% del total de ingresos.

Más aun, las respuestas a esta pregunta en el cuestionario permiten inferir que los recursos propios y familiares no solo representan una fuente importante de financiación, sino que su disponibilidad es percibida como un factor que incide en las posibilidades iniciales para que una persona decida hacer parte de un proceso electoral.

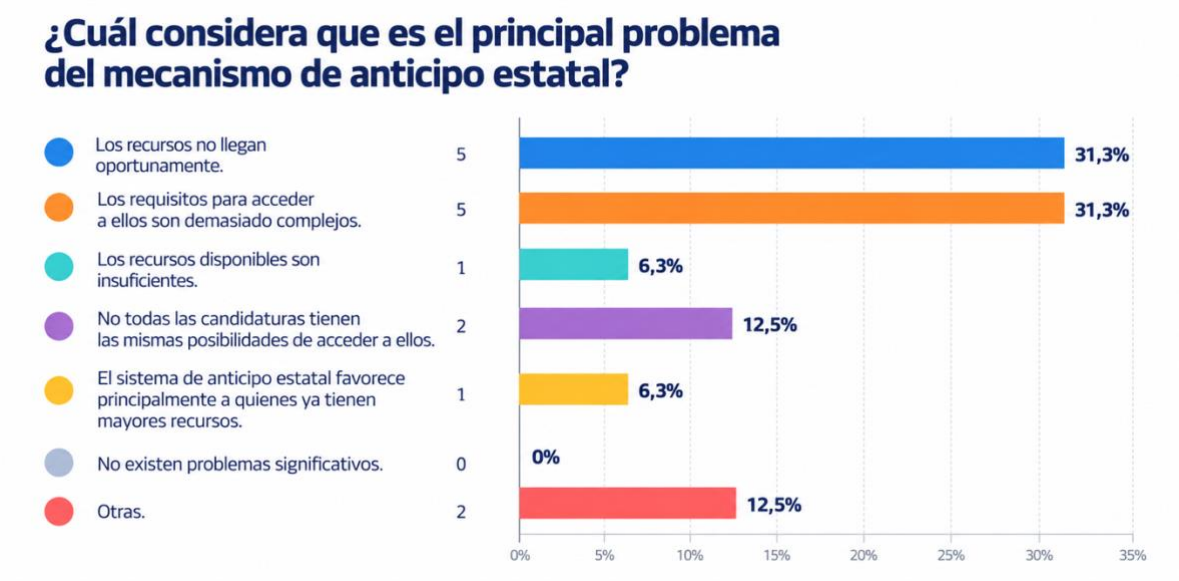
Desde la perspectiva de la equidad electoral, esta situación plantea un desafío importante, puesto que, cuando la capacidad económica propia adquiere un peso considerable en la financiación de las campañas, las personas que cuentan con mayor patrimonio o redes familiares con capacidad de aportar recursos terminan teniendo una ventaja sobre otras candidaturas y liderazgos políticos que podrían ser más adecuados pero que no cuentan con estos recursos propios para invertir en sus campañas.

- **La financiación pública vía anticipo estatal, enfrenta barreras de oportunidad y acceso**

Como ya se ha indicado el financiamiento público en principio busca que la competencia electoral sea más equitativa. Sin embargo, las respuestas recibidas en el cuestionario frente a las dificultades en el acceso a estos recursos muestran que hay varios problemas en el procedimiento y la oportunidad de acceso.

Al preguntar por el principal problema del mecanismo de anticipo estatal, la mayor parte de las respuestas se concentran en que los recursos no llegan oportunamente y que los requisitos para acceder a ellos son demasiado complejos y ninguna respondió que el mecanismo careciera de problemas significativos.

Gráfica 11. Consolidado respuestas principal problema anticipo estatal



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario anónimo realizado a congresistas elegidos para el periodo 2026 -2030

De acuerdo con estas respuestas, es evidente que para que la financiación pública contribuya efectivamente al desarrollo de las campañas y a generar condiciones de equidad, no basta con que exista formalmente un mecanismo de asignación de recursos, también es importante que los requisitos para su asignación sean factibles para todas las candidaturas y que su desembolso se haga de manera oportuna, es decir al inicio de la contienda electoral.

Al comparar estas respuestas con las diferentes fuentes de ingresos para las campañas al Congreso 2026, se comprende porque los anticipos estatales representaron apenas el 0,4% de los ingresos.

- **Los aportes privados son fundamentales para financiar las campañas, pero pueden generar riesgos de condicionamiento**

Frente a las preguntas sobre los posibles riesgos asociados a la financiación privada de las campañas, las respuestas muestran una coincidencia en que las contribuciones de particulares puedan incidir en las decisiones de las campañas o en las prioridades de quienes resultan elegidos.

Ante la pregunta sobre la frecuencia con la que los aportes privados condicionan directa o indirectamente las decisiones o prioridades de una campaña, el 50% de las respuestas corresponden a que esto ocurre algunas veces. En conjunto, el 81% considera que los aportes privados pueden generar algún grado de condicionamiento, al menos algunas veces.

El cuestionario también indagó por los principales riesgos asociados a la financiación privada. Los posibles conflictos de interés fueron la opción más seleccionada, con once respuestas, seguidos de la influencia de los financiadores sobre las decisiones políticas, con ocho respuestas. También se mencionaron las dificultades para verificar el origen de los recursos y la concentración de recursos en determinadas candidaturas, con cuatro respuestas cada una, así como la dependencia de un número reducido de aportantes, con dos.

Gráfica 12. Consolidado respuestas riesgos sobre la incidencia de los aportes privados en campaña



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario anónimo realizado a congresistas elegidos para el periodo 2026 -2030

Estas respuestas sugieren que los posibles efectos de las contribuciones privadas sobre la autonomía de las decisiones políticas y la relación entre quienes financian las campañas y quienes ejercen cargos de elección popular, es bastante posible.

La relevancia de estos riesgos aumenta en un contexto en el que los recursos privados representan la mayor parte de la financiación reportada por las candidaturas al Congreso. Sin embargo, es importante precisar que las respuestas expresan percepciones sobre riesgos potenciales y no constituyen evidencia de que se hayan presentado conflictos de interés o condicionamientos efectivos en casos específicos.

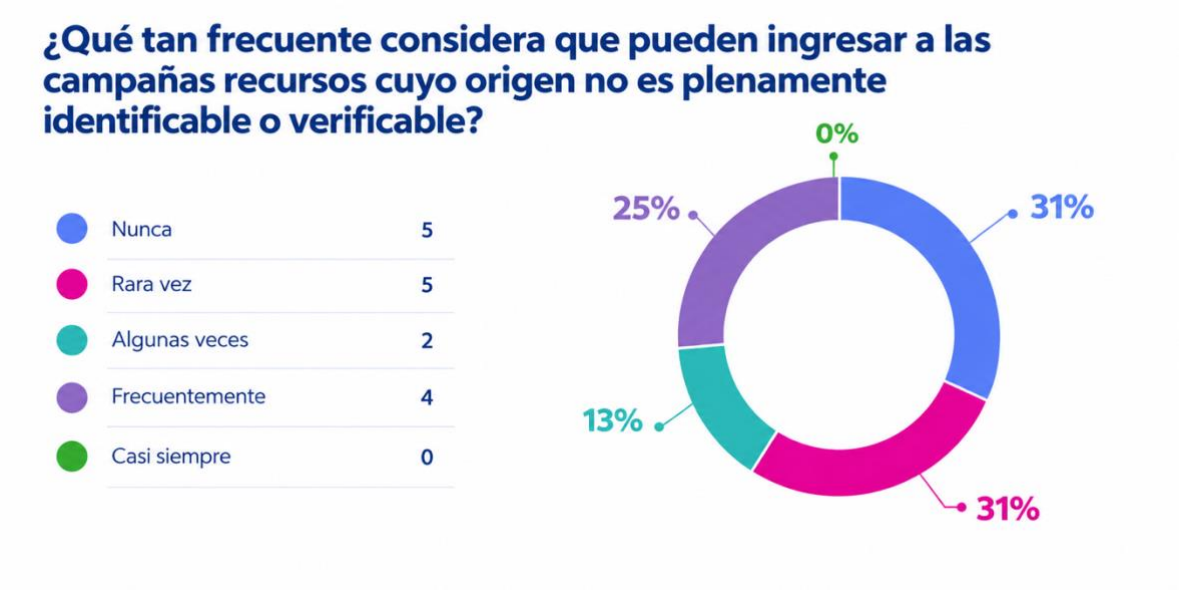
Desde la perspectiva de la transparencia electoral, estos resultados refuerzan la importancia de contar con mecanismos que permitan conocer quiénes financian las campañas, verificar el origen de los recursos y examinar posibles conflictos de interés, tanto durante la competencia electoral como en el ejercicio posterior del cargo.

- **La financiación privada plantea desafíos de trazabilidad y prevención de recursos ilícitos**

El cuestionario también indagó por las posibilidades de que ingresen a las campañas recursos cuyo origen no pueda establecerse plenamente y sobre las fuentes de financiación prohibidas que representan mayores riesgos de ingresar a las campañas.

Frente a la frecuencia con la que pueden ingresar a las campañas recursos cuyo origen no es plenamente identificable o verificable, el 50% de las respuestas se ubican entre que esto nunca ocurre, o que sucede rara vez. Sin embargo, el 25% de las respuestas indica que esto ocurre frecuentemente.

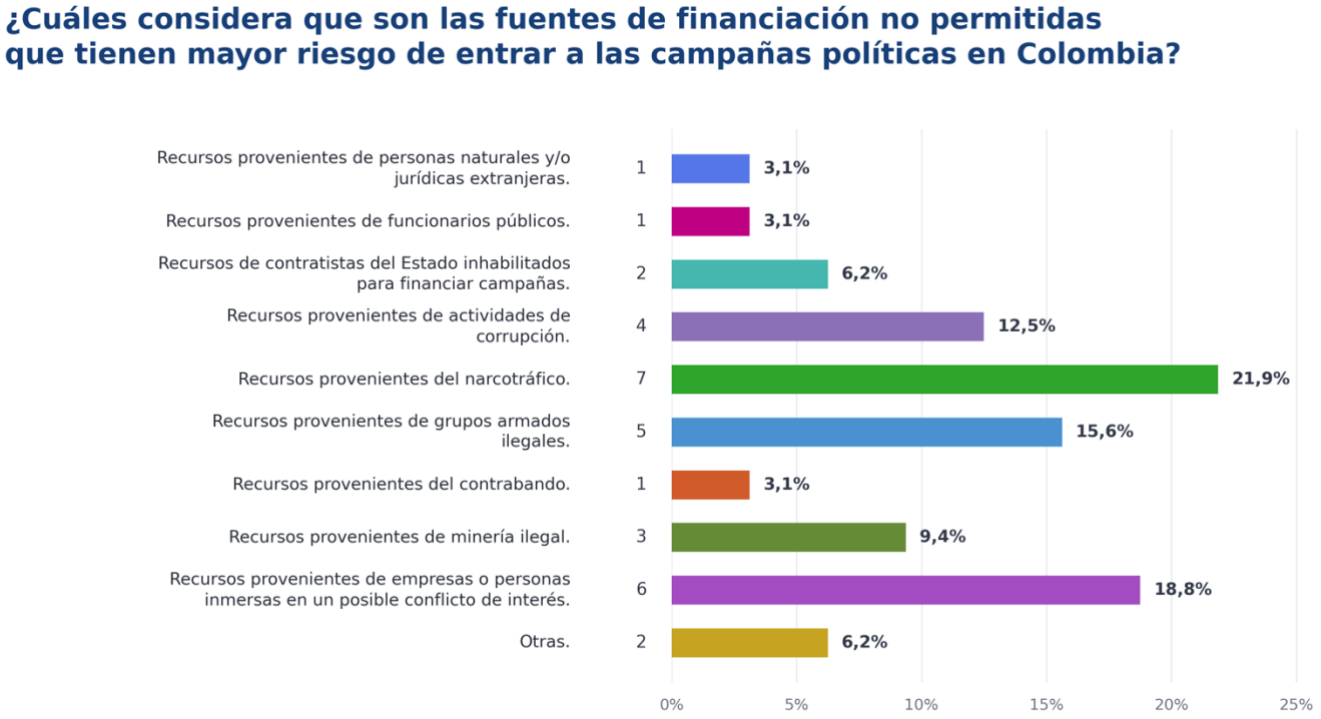
Gráfica 13. Consolidado respuestas riesgos ingresos prohibidos en las campañas



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario anónimo realizado a congresistas elegidos para el periodo 2026 -2030

Aunque las respuestas no muestran una percepción unánime sobre la frecuencia de esta situación, sí evidencian que una cuarta parte de las personas que respondieron el cuestionario considera que el ingreso de recursos de origen no plenamente verificable puede ocurrir en las campañas electorales.

Gráfica 14. Consolidado respuestas fuentes de financiación no permitidas que tiene mayores riesgos de ingresar a las campañas



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario anónimo realizado a congresistas elegidos para el periodo 2026 -2030

De otra parte, al preguntar por las fuentes de financiación no permitidas que representan mayores riesgos para las campañas en Colombia, las opciones más seleccionadas fueron los recursos provenientes del narcotráfico, con siete respuestas; los recursos provenientes de empresas o personas inmersas en un posible conflicto de interés, con seis; los recursos provenientes de actividades de corrupción y de grupos armados ilegales, con cuatro y respuestas cada una.

También se mencionaron los recursos provenientes de contratistas del Estado inhabilitados para financiar campañas con una respuesta y de la minería ilegal, con tres respuestas, además de otras fuentes.

Estos resultados muestran que los posibles riesgos de financiamiento ilícito se encuentran no solo en el ingreso de fuentes prohibidas sino también en la eventual configuración de conflictos de interés.

En este sentido, la transparencia del financiamiento electoral requiere no solo registrar los aportes, sino también contar con capacidades efectivas por parte de las entidades públicas encargadas de la vigilancia, control y sanción del financiamiento electoral para verificar su

origen, identificar a los aportantes y detectar posibles restricciones o riesgos asociados a su participación.

CONCLUSIONES

Para concluir este informe final del financiamiento de las campañas al Congreso 2026, se toma como guía los Estándares de Integridad en el Financiamiento Político: Una Posición Política Global, publicados por Transparencia Internacional en diciembre de 2024[28]. Estos estándares contemplan, entre otros, los principios de transparencia, rendición de cuentas, igualdad de condiciones en la competencia política, dinero limpio en las elecciones, igualdad de género y neutralidad del Estado. A continuación, se presentan los principales hallazgos del análisis de la financiación de las campañas al Congreso de la República de Colombia en 2026, según su relación con estos principios.

Rendición de cuentas

- **Se destaca el cumplimiento de la obligación de rendición de cuentas por parte de las candidaturas elegidas al Congreso de la República.** Para las elecciones legislativas de 2026, el 85,2% de las candidaturas inscritas presentó su informe consolidado final de ingresos y gastos ante el Consejo Nacional Electoral (CNE), a través de Cuentas Claras. En el caso de las candidaturas elegidas, este porcentaje fue del 100%. Es importante destacar que el Reglamente del Congreso (Ley 5ta de 1992) ha incluido como requisito para la posesión de los congresistas electos la presentación de una copia del informe final de ingresos y gastos de campañas. Esto contribuye al cumplimiento de los compromisos de transparencia y declaración de conflictos de interés previstos en la normativa aplicable al ejercicio de la función pública de los congresistas[29].

Igualdad de condiciones en la competencia política

- **La financiación pública via anticipos estatales tiene una participación marginal en el financiamiento de las campañas, mientras que la reposición de gastos por votos válidos constituye el principal mecanismo de financiación pública de las campañas.** En las elecciones al Congreso de 2026, los anticipos estatales representaron apenas el 0,4% de los ingresos reportados, frente al 99,6% proveniente de fuentes privadas. A esta situación se suman las dificultades señaladas por los congresistas que respondieron el cuestionario respecto al acceso a los anticipos estatales, entre ellas la complejidad de los requisitos y la entrega inoportuna de los anticipos.

  Sin embargo, esta situación no significa que las campañas carezcan de financiación pública, puesto que también existe el mecanismo de reposición de gastos por votos

[28] Transparencia Internacional (2024). Estándares de Integridad en el Financiamiento Político: Una Posición Política Global. Fuente: https://www.transparency.org/es/publications/standards-for-integrity-in-political-finance-global-policy-position-spanish

[29] Artículo 287, literal e), de la Ley 5.ª de 1992, modificado por el artículo 2 de la Ley 2003 de 2019. Esta disposición establece que el registro de intereses privados de cada congresista debe incluir: “Copia del informe de ingresos y gastos consignado en el aplicativo ‘cuentas claras’ de la campaña a la que fue elegido”

válidos. El cual representó el 63% de las contribuciones a las campañas en 2018 y el 53,5% en 2022. El principal problema está en que este recurso se reconoce meses e incluso años después de concluidas las elecciones y está sujeto al cumplimiento de requisitos legales. En consecuencia, el desafío no consiste únicamente en garantizar la existencia de mecanismos de financiación pública, sino en asegurar que estos sean accesibles y oportunos para cumplir con el propósito de que el financiamiento público contribuya a reducir las desigualdades en la competencia electoral.

- **Las elecciones al Congreso de 2026 evidencian una marcada desigualdad en la disponibilidad de recursos entre las candidaturas elegidas y las no elegidas.** Los datos analizados por TPC muestran que las candidaturas elegidas recibieron, en promedio, $263 millones en aportes, donaciones y créditos de particulares, frente a $40 millones entre las no elegidas, una diferencia de 6,6 veces.

  A esto se suma la brecha en el acceso a recursos propios: en el Senado, cada candidatura elegida reportó, en promedio, $559 millones provenientes de su patrimonio, frente a $80 millones entre las candidaturas no elegidas. Estas diferencias evidencian que la capacidad económica propia, familiar y de acceso a aportantes privados constituye un factor relevante en las condiciones de competencia electoral.

Transparencia

- **La financiación privada constituye la fuente fundamental de recursos de las campañas, sin embargo, plantea riesgos para la autonomía de las decisiones políticas.** Las contribuciones, donaciones y créditos de particulares representan el 48,9% de los ingresos reportados por las candidaturas al Congreso, mientras que los recursos provenientes del patrimonio de las candidaturas y sus familiares corresponden al 39%. Esta dependencia de fuentes privadas adquiere especial relevancia a la luz de las percepciones recogidas en el cuestionario donde el 82,4% de las respuestas coincide en que los aportes privados pueden condicionar, al menos algunas veces, las decisiones o prioridades de una campaña. Asimismo, los posibles conflictos de interés fueron identificados como el principal riesgo de esta modalidad de financiación, seguidos de la influencia de los financiadores sobre las decisiones políticas de quienes resultan elegidos.

  Si bien estas respuestas reflejan percepciones sobre riesgos potenciales y no prueban la existencia de condicionamientos efectivos en casos particulares, sí permiten evidenciar la importancia de fortalecer la trazabilidad de los aportes, la identificación de los financiadores y los mecanismos para prevenir y gestionar posibles conflictos de interés durante las campañas y en el ejercicio posterior del cargo en el caso de los elegidos.

- **La propaganda electoral es el mayor gasto de las campañas, con una creciente relevancia de los medios digitales.** En las elecciones al Congreso de 2026, este concepto concentró el 43% de los gastos reportados por las candidaturas. Dentro de este rubro, los medios digitales representaron el 18,4% del gasto en propaganda electoral, con inversiones por $30.256 millones, mientras que la publicidad en redes sociales alcanzó los $12.423 millones. Este último monto superó los recursos destinados a publicidad en televisión, lo que evidencia una transformación en las estrategias de comunicación y posicionamiento electoral. Estos cambios plantean nuevos desafíos para la transparencia del financiamiento electoral, particularmente en relación con la

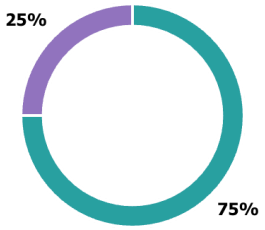
identificación de los proveedores, la trazabilidad de los pagos, la publicidad difundida en plataformas digitales y la verificación de los recursos destinados a estas actividades.

En este contexto, resulta fundamental avanzar en la adopción de mecanismos de reporte y control electoral que puedan responder a las nuevas dinámicas de la propaganda y permitan cruces de información con los reportes de pagos de propaganda electoral en plataformas como Meta, Tik Tok, Youtube, etc.

ANEXO 1: RESULTADOS CUESTIONARIO ANÓNIMO REALIZADO A CONGRESISTAS DE LA REPÚBLICA, SOBRE EL FINANCIAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS AL CONGRESO 2026

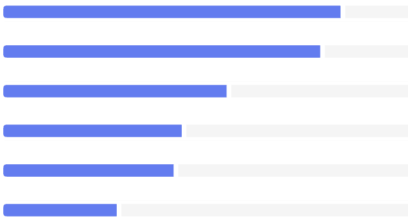
1. **¿Qué tan fácil o difícil considera que es para una candidatura al Congreso obtener los recursos necesarios para desarrollar una ca mpaña?**

• Muy fácil	0
• Fácil	0
• Difícil	12
• Muy difícil	4



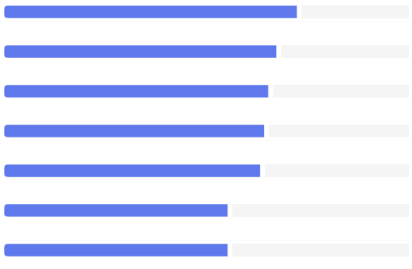
2. **¿Cuáles son los principales mecanismos utilizados para obtener recursos para la financiación de su campaña?**

1	Recursos propios de su patrimonio.
2	Redes personales y familiares.
3	Eventos de recaudación.
4	Apoyo de líderes políticos regionales.
5	Apoyo de sectores empresariales.
6	Plataformas digitales de recaudo.



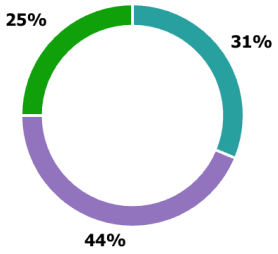
3. **De las siguientes opciones ¿cuáles considera que fueron los principales desafíos que enfrentó en desarrollo de su campaña para c onseguir recursos de financiamiento?**

1	Conseguir aportes de personas naturales.
2	Conseguir aportes de empresas u organizaciones.
3	Conseguir recursos propios o de familiares.
4	Obtener recursos de la organización política que avala la candidatura....
5	Competir con candidaturas con mayor capacidad económica.
6	Acceder a anticipos de financiación estatal.
7	Obtener créditos del sector financiero.



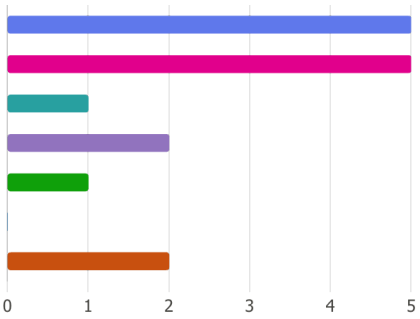
4. **En su opinión, ¿qué tan importante es la capacidad económica propia o familiar para que una candidatura pueda competir electo ralmente?**

• Nada importante	0
• Poco importante	0
• Moderadamente importante	5
• Muy importante	7
• Determinante	4



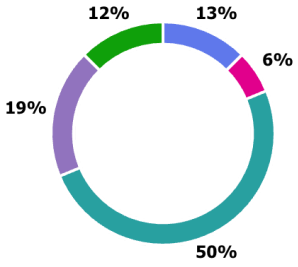
5. **¿Cuál considera que es el principal problema del mecanismo de anticipo estatal?**

Los recursos no llegan oportunamente.	5
Los requisitos para acceder a ellos son demasiado complejos.	5
Los recursos disponibles son insuficientes.	1
No todas las candidaturas tienen las mismas posibilidades de acceder a ellos.	2
El sistema de anticipo estatal favorece principalmente a quienes ya tienen mayores...	1
No existen problemas significativos.	0
Otras	2



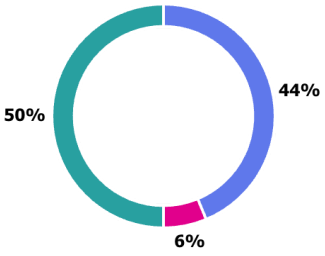
6. **¿Qué tan frecuente considera que los aportes privados condicionan, directa o indirectamente, las decisiones o prioridades de una campaña?**

Nunca	2
Rara vez	1
Algunas veces	8
Frecuentemente	3
Casi siempre	2



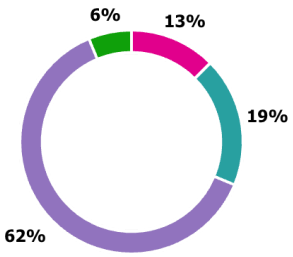
7. **¿La organización política que avaló su candidatura le informó que podría solicitarle a esta, recursos en donación o crédito para su campaña y además le indicó cual era el proceso para acceder a esta financiación?**

Si me Informó y me indicó el proceso.	7
Si me Informó, pero no me indicó el proceso.	1
No me informó, ni me indicó el proceso.	8



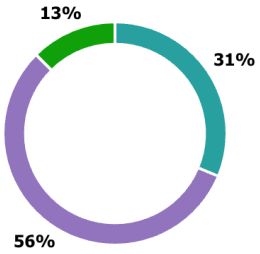
8. **Desde su experiencia en el desarrollo de su campaña, obtener financiación o apoyo económico de las organizaciones políticas es:**

Muy fácil.	0
Fácil.	2
Ni fácil, ni difícil.	3
Difícil.	10
Muy difícil	1



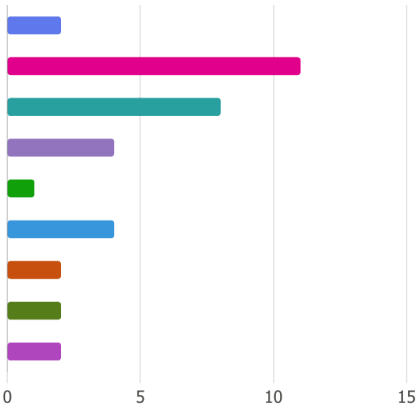
9. **Desde su experiencia, acceder a créditos con entidades financieras, para una campaña electoral es:**

Muy fácil.	0
Fácil.	0
Ni fácil, ni difícil.	5
Difícil.	9
Muy difícil.	2



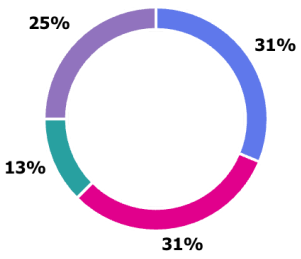
10. **Desde su experiencia, ¿cuáles considera que son los principales riesgos asociados a la financiación privada de las campañas?**

Dependencia de un número reducido de aportantes.	2
Posibles conflictos de interés.	11
Influencia de los financiadores sobre las decisiones políticas.	8
Dificultad para verificar el origen de los recursos.	4
Uso de intermediarios para ocultar al verdadero aportante.	1
Concentración de recursos en determinadas candidaturas.	4
Aportes por encima de los límites establecidos.	2
Aportes provenientes de fuentes Ilícitas y/o criminales.	2
Otras	2



11. **¿Qué tan frecuente considera que pueden ingresar a las campañas recursos cuyo origen no es plenamente identificable o verific able?**

Nunca	5
Rara vez	5
Algunas veces	2
Frecuentemente	4
Casi siempre	0



12. **¿Cuáles considera que son las fuentes de financiación no permitidas que tienen mayor riesgo de entrar a las campañas políticas en Colombia?**



13. **¿Cuáles fueron los principales gastos de su campaña al Congreso?**

