



BALANCE ELECTORAL

2022

INFORME NACIONAL

CONSEJO RECTOR

Carlos Eduardo Angulo Galvis
José Alejandro Cortés Osorio
Andrés Echavarría Olano
Margarita Garrido Otoya
Guillermo Carvajalino
Juan Francisco Lozano Ramírez
Rosa Inés Ospina Robledo
Sylvia Escovar Gómez

JUNTA DIRECTIVA

María Elisa Bernal Bueno
Eulalia Arboleda de Montes
Néstor Ricardo Rodríguez Ardila
Carolina Calderón Guillot
Daniel Ricardo Uribe Parra
Guillermo Vargas Ayala
Eduardo Wills Herrera

DIRECTOR EJECUTIVO

Gerardo Andrés Hernández Montes

DIRECCIÓN PROGRAMÁTICA

Sandra Ximena Martínez Rosas

EQUIPO PROGRAMÁTICO

Alba Jineth Castro Pardo
Ángela María Gómez Vega
Diana Lucía Romero Manchola
Juan David Hincapié Gómez
Juan Sebastián Botero Romero
Stefany Xiomara Guevara Cifuentes

EQUIPO ALIANZA PARA EL CONTROL CIUDADANO AL FINANCIAMIENTO DE CAMPAÑAS

Corporación Región Antioquia
Foro Costa Atlántica
Fundación Cívico Social Pro Cartagena -FUNCICAR.
Corporación Cívica de Caldas
Corporación VIGÍA Cívica
Corporación Desarrollo y Paz de Córdoba y Urabá
Transparencia por Santander
Unidad de Acción Vallecaucana



CAPÍTULO TRANSPARENCIA INTERNACIONAL

Calle 35 # 24-19, Barrio La Soledad PBX: (601) 4778282

transparencia@transparenciacolombia.org.co www.transparenciacolombia.org.co

Bogotá D.C., Colombia

MAYO, 2023

BALANCE ELECCIONES NACIONALES 2022

Contenido

PRESENTACIÓN	6
INTRODUCCIÓN.....	8
PRIMER CAPÍTULO - ASPECTOS GENERALES IDENTIFICADOS EN EL SEGUIMIENTO A LA FINANCIACIÓN DE LAS CAMPAÑAS NACIONALES DE 2022	10
SEGUNDO CAPÍTULO - ELECCIONES PRESIDENCIALES	15
Análisis ingresos de campañas, elecciones presidenciales - Primera Vuelta.....	16
Análisis gastos de campañas, elecciones presidenciales - Primera Vuelta.....	18
Reposición de gastos por voto válido	20
Gastos de propaganda electoral	21
Ingresos campañas presidenciales - Segunda Vuelta	22
Gastos campañas Presidenciales - Segunda Vuelta	22
Gastos de propaganda electoral - Segunda Vuelta.....	23
TERCER CAPÍTULO - SEGUIMIENTO A LA FINANCIACIÓN DE LAS ELECCIONES LEGISLATIVAS 2022.....	25
Ingresos y gastos de campañas a Congreso.....	25
Ingresos de campaña - Congreso de la República.....	26
Aportes privados Congreso de la República	28
Principales aportantes-personas jurídicas	29
Gastos de campañas - Congreso de la República.....	31
Gastos Senado de la República	31
Gastos Cámara de Representantes.....	32
CUARTO CAPÍTULO – FINANCIAMIENTO DE CAMPAÑAS PARA LAS CANDIDATAS A ELECCIONES LEGISLATIVAS	35
Composición del Congreso de la República	35
Comparación entre ingresos y gastos de mujeres y hombres aspirantes al Congreso de la República	36
Clasificación de aportes del sector privado por candidatas y candidatos:	38
Clasificación de aportes de organizaciones políticas, por candidatas y candidatos.....	39
QUINTO CAPÍTULO - SEGUIMIENTO TERRITORIAL AL FINANCIAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS.....	42
Corporación Región Antioquia:.....	42
Foro Costa Atlántica:.....	43
Fundación Cívico Social Pro Cartagena -FUNCICAR:	43
Corporación Cívica de Caldas:	43
Corporación VIGÍA Cívica:	43
Corporación Desarrollo y Paz de Córdoba y Urabá:.....	43

Transparencia por Santander:	44
Unidad de Acción Vallecaucana:	44
Bibliografía	45
Anexos.....	46
Anexo 1. Curules Senado por Organizaciones políticas.....	46
Anexo 2. Topes de gastos de acuerdo a Resoluciones del Consejo Nacional Electoral.....	47
Anexo 3. Códigos de ingresos - Congreso	47
Anexo 4. Códigos de gastos - Congreso	48
Anexo 5. Códigos de ingresos - Presidenciales	49
Ilustración 1. Barreras en el acceso a recursos para la financiación política de las mujeres	13
Gráfica 2. Porcentaje de gastos por tipos de propaganda electoral - Primera Vuelta	21
Gráfica 3. Porcentaje de tipos de propaganda electoral - Segunda vuelta	23
Gráfica 4. Gastos de propaganda electoral - Senado.....	33
Gráfica 5. Gastos de propaganda electoral candidatos a la Cámara de Representantes	34
Gráfica 6. Composición del Congreso de la República 2022-2026	35
Gráfica 7. Ingresos per cápita de las candidaturas y los elegidos al Senado	36
Gráfica 8. Ingresos de candidatas per cápita candidatos a Cámara de Representantes (Atlántico, Cundinamarca, Santander)	36
Gráfica 9. Gastos per cápita de las y los candidatos y las y los elegidos al Senado.....	37
Gráfica 10. Gastos per cápita de las y los candidatos y las y los elegidos a la Cámara de Representantes (Atlántico, Cundinamarca, Santander)	37
Tabla 1. Cantidad de registros en cuentas claras a los que se les hizo seguimiento:.....	10
Tabla 2. Porcentaje de rendición de cuentas.....	15
Tabla 3. Ingresos y gastos totales reportado - Primera y segunda vuelta	15
Tabla 4. Ingresos por código y por candidato - Primera vuelta presidencial.....	17
Tabla 5. Gastos por código y por candidato - Primera vuelta presidencial	19
Tabla 6. Relación anticipo y valor voto válido – Elecciones presidenciales	20
Tabla 7. Candidatos que tuvieron derecho a reposición de gastos por votos - Primera vuelta	20
Tabla 8. Ingresos por código - Segunda vuelta	22
Tabla 9. Gastos por código - Segunda vuelta	22
Tabla 10. Reposición de gastos por votos - Segunda vuelta.....	23
Tabla 11. Porcentaje de rendición de cuentas – Congreso.....	25
Tabla 12. Ingresos y gastos de Congreso	25
Tabla 13. Ingresos y gastos promedio que reportaron los candidatos y elegidos al Congreso.....	26
Tabla 14. Ingresos totales de campaña por fuente – Senado.....	26
Tabla 15. Ingresos totales de campaña por fuente - Cámara de Representantes.....	26
Tabla 16. Tipo de aportante a candidaturas de Senado	28
Tabla 17. Tipo de aportante a candidaturas a la Cámara de Representantes.....	28
Tabla 18. Mayores aportantes personas jurídicas - Senado	29
Tabla 19. Mayores aportantes personas jurídicas - Cámara de Representantes	29

Tabla 20. Organizaciones políticas que reportaron más gastos en Senado	31
Tabla 21. Gastos totales de campaña por código - Senado	31
Tabla 22. Organizaciones políticas que más gastos reportaron por las cinco circunscripciones más grandes.....	32
Tabla 23. Gastos de las campañas a Cámara de Representantes.....	32
Tabla 24. Mayores aportantes personas jurídicas a campañas en Senado comparativo entre candidatas y candidatos.....	38
Tabla 25. Mayores aportantes personas jurídicas a campañas en Cámara de Representantes comparativo entre candidatas y candidatos.....	39
Tabla 26. Donaciones de Organizaciones Políticas a Senado en 2022 comparativo entre candidatas y candidatos.....	39
<i>Tabla 27. Donaciones de Organizaciones Políticas a Cámara de Representantes comparativo entre candidatas y candidatos</i>	<i>40</i>
Tabla 28. Créditos de Organizaciones Políticas a campañas en Senado comparativo entre candidatas y candidatos	40
Tabla 29. Créditos de Organizaciones Políticas a Cámara de Representantes comparativo entre candidatas y candidatos.....	41

PRESENTACIÓN

Desde el año 2011 con la donación al Consejo Nacional Electoral del aplicativo Cuentas Claras y la refrendación de esta donación en el año 2022, Transparencia por Colombia se ha comprometido a hacer un seguimiento a la información registrada sobre el origen, monto y destinación de los recursos para el financiamiento de la política. Esto ha permitido profundizar en la comprensión de la relación entre acceso a recursos para la actividad política electoral y la corrupción política.

Bajo este contexto, 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”, Transparencia por Colombia, durante el año 2022, emprendió distintas acciones para promover la transparencia y rendición de cuentas de la financiación de las campañas legislativas y presidenciales¹.

Para el avance de este trabajo, se aunaron esfuerzos con ocho organizaciones sociales a nivel regional: Corporación Región (Antioquia), Foro Costa Atlántica (Atlántico), Fundación Cívico Social Pro Cartagena- FUNCICAR (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)².

Bajo la conformación de la Alianza para el Control Ciudadano al Financiamiento de Campañas, se puso en marcha una estrategia de trabajo articulado para hacer seguimiento permanente al financiamiento de las campañas legislativas y presidenciales desarrolladas en el año 2022. El análisis conjunto se basó por una parte en el seguimiento permanente a los reportes de ingresos y gastos presentados por los candidatos por medio del aplicativo Cuentas Claras, de acuerdo a la obligación que estipuló la Resolución 8586 de 2021 del Consejo Nacional Electoral (CNE)³. Y por otra, en la observación de campo sobre el desarrollo de las distintas actividades de campañas, contrastando la información reportada de manera formal con la dinámica que se observa en la práctica. Este seguimiento se recopiló en cuatro informes⁴.

¹ Cabe mencionar que el presente informe no contiene los reportes de ingresos y gastos de los 411 candidatos a la Circunscripciones Transitorias Especiales de Paz (CITREP), puesto que, de acuerdo a la Resolución 7669 de 2021 no tenían obligación de reportarlas por medio de Cuentas Claras; a pesar de ello 120 candidatos reportaron ingresos, lo que equivale al 29,1% a través del aplicativo Cuentas Claras.

Resolución 7669 de 2021, artículo 11, parágrafo 2, afirma que las campañas al CITREP no tenían obligación de presentar los informes de ingresos y gastos de campaña a través de los medios dispuestos por el Consejo Nacional Electoral, las mismas podían presentar sus informes ante el Tribunal Electoral Transitorio de Paz de la respectiva circunscripción, dentro del periodo de funcionamiento de los mismos, quienes a su vez se encargarían de enviar la documentación al Fondo Nacional de Financiación Política.

² Estas organizaciones sociales cuentan con amplio liderazgo a nivel territorial y regional y han articulado esfuerzos en diversas ocasiones para desarrollar acciones de seguimiento e incidencia en temas relevantes para la protección de lo público. Ver, por ejemplo: <https://transparenciacolombia.org.co/tag/covid-19/>

³ Resolución 8686 de 2021: <https://www.registraduria.gov.co/Resolucion-8586-del-25-de-noviembre-de-2021-CNE.html>

⁴ Primer Informe: “Seguimiento en tiempo real - Elecciones Legislativas 2022”

<https://transparenciacolombia.org.co/2022/03/01/la-informacion-de-ingresos-y-gastos-de-campana-reportada-es-minima/>

Segundo Informe: “Seguimiento en tiempo real - Elecciones Legislativas 2022”.

<https://transparenciacolombia.org.co/wp-content/uploads/informe-2-seguimiento-elecciones.pdf>

En ese sentido, el presente documento hace un balance final del seguimiento a la financiación de los procesos electorales que se llevaron a cabo en ese año, identificando algunos patrones asociados al origen de los recursos y los principales gastos de campañas dependiendo del cargo o corporación a la que se aspiraba.

Igualmente, este balance presenta una mirada más detallada de la financiación de las campañas presidenciales en primera y segunda vuelta, resaltando algunas observaciones referentes al monto, origen y destino de los recursos que financiaron estas campañas y a la reposición de votos válidos. Un ejercicio similar se hace con la revisión de las campañas a Senado y Cámara de Representantes, en la que se analizan los ingresos y gastos, los aportes de personas naturales y jurídicas y los topes de gastos, enfatizando en el acceso a recursos para la mujeres aspirantes y elegidas al Congreso 2022. Este análisis de las elecciones al Congreso, se complementa con la mirada territorial liderada por cada una de las organizaciones que conforman la Alianza para el Control Ciudadano al Financiamiento, estudio territorial que se puede detallar en las crónicas elaboradas por cada una de las organizaciones que se encuentran en el siguiente enlace: <https://transparenciacolombia.org.co/site/cronicas/> y en el Capítulo 5.

Tercer Informe de Seguimiento en Tiempo Real “Elecciones Presidenciales 2022”.

<https://transparenciacolombia.org.co/wp-content/uploads/tercer-informe-seguimiento-elecciones-campana-presidencia-2022-v2.pdf>

Cuarto Informe: Seguimiento en Tiempo Real “Elecciones Presidenciales 2022”.

<https://transparenciacolombia.org.co/wp-content/uploads/cuarto-informe-seguimiento-en-tiempo-real-elecciones-presidenciales-vf-1.pdf>

INTRODUCCIÓN

Transparencia por Colombia ha venido desarrollando un seguimiento al financiamiento de las campañas políticas desde el año 2011. Luego de observar varios procesos electorales de carácter nacional y gracias a la mirada territorial que se hizo en el año 2022 a las elecciones legislativas y presidenciales, es posible identificar algunos patrones en el manejo de los recursos en estas campañas, así como, señalar algunos riesgos de corrupción asociados al uso irregular de estos recursos ya sea en su origen y/o destinación. No obstante, se destaca que en esta oportunidad fueron las primeras elecciones donde las candidaturas tuvieron la obligación de reportar en tiempo real a través del aplicativo Cuentas Claras, lo que permitió hacer mejor control y seguimiento sobre la financiación por parte de la ciudadanía en general, las entidades y las organizaciones de la sociedad civil.

Los patrones que requieren especial atención para fortalecer la transparencia, equidad y rendición de cuentas en el desarrollo de las campañas corresponden a: opacidad en la información sobre ingresos y gastos de las campañas, baja calidad de la información reportada, débil cultura de rendición de cuentas por parte de las candidaturas, ingreso de fuentes de financiación ilegítimas, relación indebida entre financiación de campañas y contratación pública, destinación irregular de recursos públicos para el financiamiento de campañas políticas, entre otros.

El actual sistema de financiamiento de las actividades político-electorales en Colombia es de carácter mixto, permitiendo la confluencia de recursos públicos o estatales y recursos privados. Estos últimos pueden originarse en donación y créditos en efectivo o en especie del patrimonio del candidato o su familia o de personas naturales y jurídicas (Ley 1475 de 2011, artículo 20).

La obligatoriedad de reportar la información de ingresos y gastos de campañas, se encuentra definida en primera instancia, en el artículo 109 de la Constitución Política que establece que “los partidos, movimientos, grupos significativos de ciudadanos y candidatos deberán rendir públicamente cuentas sobre el volumen, origen y destino de sus ingresos”. En segundo lugar, la Ley 130 de 1994, estipula en los artículos 20 y 21, que la rendición de cuentas que realicen los candidatos debe darse en términos de unas categorías específicas respecto a sus ingresos y gastos de campañas; para el caso de los ingresos, deben incluir donaciones, rendimientos de inversiones, créditos, ayudas en especie, entre otros, para el caso de los gastos deben registrar aquellos asociados a gastos de administración, oficina, actos públicos, servicios de transportes, propaganda política, etc.

Por otra parte, la Ley 1475 de 2011 indica, en el artículo 25, la responsabilidad que tienen los candidatos y organizaciones políticas de presentar informes de ingresos y gastos de las campañas ante el CNE, dentro de los dos meses siguientes a la fecha de la votación; información que además es necesaria para reconocer la financiación estatal total o parcial de acuerdo con los reportes entregados.

Igualmente, y en concordancia con lo anterior, el CNE durante los últimos 11 años ha venido desarrollando la doctrina necesaria para garantizar la rendición de cuentas y la publicación de los informes de candidatos, en donde ha determinado que: i) los candidatos y organizaciones políticas deberán entregar la información de informes y gastos de campañas (Resolución 0330 de 2007); ii) la obligatoriedad del uso del aplicativo Cuentas Claras como herramienta informática para la adecuada gestión de los procesos contables y la rendición de los informes de ingresos y gastos, tanto para candidatos como para las organizaciones políticas (Resoluciones N° 0285 de 2010, 1044 de 2011 y 3097 de 2013), y iii) que la rendición de cuentas debe realizarse en tiempo real (Resolución 8586 de 2021).

Para el desarrollo de este balance la información se toma directamente de la base de datos descargada del aplicativo Cuentas Claras, la cual fue proporcionada por el Consejo Nacional Electoral, por solicitud

de Transparencia por Colombia. Dicha información, contiene los reportes suministrados por los candidatos y equipos de campañas en el aplicativo. Los datos analizados corresponden a los registros de ingresos y gastos y los anexos en el periodo comprendido entre el 20 de diciembre de 2021 y el 20 de septiembre de 2022.

Mediante el uso de herramientas tecnológicas de modelamiento, minería y analítica de datos, se aplicó un proceso permanente de limpieza y verificación de la información reportada en Cuentas Claras, lo que permitió dar cuenta de la revisión y verificación de más de 115.000 registros de ingresos y gastos de campañas electorales, información que sustenta este informe.

La información referenciada se toma para el caso de las elecciones presidenciales se tomó la información de los formularios A1, para las legislativas los formularios 6B⁵; en ambos casos se tuvieron en cuenta sus respectivos anexos. Esta información se encuentra publicada en la vista de consulta ciudadana en el sitio web de Cuentas Claras www.cnecuentasclaras.gov.co.

⁵ Anteriormente, formulario 5B y sus anexos.

PRIMER CAPÍTULO - ASPECTOS GENERALES IDENTIFICADOS EN EL SEGUIMIENTO A LA FINANCIACIÓN DE LAS CAMPAÑAS NACIONALES DE 2022

En el seguimiento al financiamiento de las campañas para el Congreso y la Presidencia de la República de 2022, se pudo desarrollar un acercamiento al financiamiento de estas campañas desde una mirada general y un aterrizaje regional en 8 departamentos del país. Ese ejercicio articulado con distintas organizaciones sociales se fundamenta en la importancia del acceso público a la información sobre el financiamiento de la política, el desarrollo de procesos de control ciudadano frente a este asunto, y la responsabilidad que tienen las candidaturas de transparentar la información referente al origen y uso de los fondos de campaña.

En el desarrollo de este balance de seguimiento a las campañas a través del reporte de ingresos y gastos en el aplicativo Cuentas Claras, y la comparación de esta información con observación de campo, se destacan de manera inicial los siguientes resultados:

Uso de Cuentas Claras en las elecciones nacionales de 2022. El Consejo Nacional Electoral, mediante la Resolución 8586 de 2021, reiteró la obligación del uso del aplicativo Cuentas Claras para todas las candidaturas de los diferentes procesos electorales llevados a cabo durante el 2022. Este registro periódico de ingresos y gastos permite no sólo a la autoridad electoral, en cabeza del CNE, adelantar las funciones propias de monitoreo, control y eventual sanción por el uso irregular de estos recursos, sino que también permite a la ciudadanía acceder a esta información, por medio de la consulta pública de Cuentas Claras.

El registro de información en este aplicativo constituye la principal fuente de datos para el desarrollo de este informe. En ese sentido, para el proceso electoral que permitió la elección de los congresistas, se registraron entre diciembre de 2021 y septiembre de 2022 en Cuentas Claras, 100.590 reportes de ingresos y gastos de 2.186 candidatos, lo que equivale al 89% del total de inscritos en la contienda electoral. Para el caso de la elección de fórmula presidencial, se presentaron durante el mismo periodo de tiempo y para la primera vuelta, 5.513 reportes de todos los 8 candidatos que participaron. Y, para la segunda vuelta presidencial, 408 reportes de los dos candidatos que se enfrentaron en esta instancia. La siguiente tabla detalla el número de candidatos que reportaron en el aplicativo tanto en las elecciones a Congreso como a Presidencia. Para conocer más información de la cantidad de candidatos que hicieron reportes en Cuentas Claras, ver la Tabla 2 y 11 del documento:

Tabla 1. Cantidad de registros en cuentas claras a los que se les hizo seguimiento:

REGISTROS	CONGRESO ⁶	SENADO	CÁMARA	PRIMERA VUELTA PRESIDENCIAL	SEGUNDA VUELTA PRESIDENCIAL
INGRESOS	18.266	6.911	11.355	1.301	21
GASTOS	82.324	32.753	49.571	4.212	387

Fuente: Elaboración propia con base en los registros de información en el aplicativo Cuentas Claras.

Bajo reporte de ingresos y gastos de campañas en tiempo real. Uno de los mayores beneficios del reporte periódico y organizado a través de registros de ingresos y gastos de campañas, es que permite el seguimiento oportuno al proceso de recaudación y uso de los fondos. Esta información facilita tanto a la autoridad electoral, como a órganos de control y otras entidades con funciones de monitoreo, control y sanción tomar medidas de manera más oportuna y de prevenir riesgos de corrupción en la contienda electoral. Así mismo, para la ciudadanía, conocer durante el desarrollo de las campañas

⁶ En este conteo no se incluyen los registros de las Circunscripciones Transitorias Especiales de Paz.

cómo se están financiando las candidaturas, contribuye a construir un escenario de confianza en los procesos electorales y ejercer un voto más informado.

Precisamente por esta razón, la Resolución 8586 de 2021 emitida por el CNE, estipuló la obligación de mantener el registro periódico **durante** el desarrollo de las campañas de los ingresos y gastos. A pesar de esta obligación, el seguimiento permanente al registro en tiempo real de los ingresos y gastos de las campañas legislativas y presidenciales, evidenció que varias campañas no cumplieron con esta obligación. Incluso, faltando 3 días para las elecciones legislativas, menos de la mitad de las candidaturas habían hecho algún reporte de ingresos y gastos⁷ y al 20 de septiembre de 2022, fecha de corte de los datos analizados, faltaban dos candidatos elegidos para la Cámara de Representantes, por reportar ingresos. En este sentido, también se destacan cambios en el registro de ingresos o gastos que se evidenciaron después de septiembre de 2022, en algunos candidatos a la Cámara por los departamentos de Antioquia y Valle del Cauca. Para mayor detalle de este aspecto, ver capítulos 3, 5 y fichas de seguimiento territorial - electoral⁸.

Baja calidad de la información reportada. A través de los diversos seguimientos al registro de ingresos y gastos de campañas que Transparencia por Colombia ha venido adelantado desde el año 2011, se ha observado constantemente que, aunque se han superado varios de los errores que se tenían en el diligenciamiento de los formatos de ingresos y gastos, en comparación a cuando se hacían de manera manual (es decir, antes de contar con el aplicativo Cuentas Claras), todavía persisten algunos errores en los registros. La mayoría de éstos tienen que ver con datos de identidad equivocados, por ejemplo, números de cédula de ciudadanía que corresponden a un ciudadano diferente al que se registra como aportante a la campaña, o clasificación errónea del origen de los aportes o de los gastos de las campañas.

También se observó que posterior a la fecha límite para el envío definitivo de los reportes de ingresos y gastos de campañas (dos meses después del día de elecciones en las campañas legislativas y un mes después en las presidenciales)⁹, continuamente se presentan cambios en los registros del origen de los aportes, reclasificando, por ejemplo, donaciones cómo créditos o cambiando el valor de dichos aportes.

Por tal motivo, para el desarrollo de este informe se revisaron, analizaron y depuraron más de 106.511 datos, confirmando que la información registrada fuera correcta y coincidiera con el detalle del registro del origen, monto y destinación de los recursos de campañas.

Opacidad en la información de ingresos y gastos que reportan los partidos y movimientos políticos que optaron por lista cerrada al Congreso. En el caso de las listas cerradas la práctica que se da en materia de rendición de cuentas es que se divida en partes iguales el total de los ingresos y los gastos de las campañas, asumiendo que todos los candidatos inscritos invirtieron la misma cantidad de recursos. Si bien en una lista cerrada la dinámica de campaña cambia al no buscar el voto preferente, asumir que todo ingreso que recibe la lista o alguno de sus candidatos -puesto que la norma no prohíbe que un candidato en lista cerrada busque recursos para apoyar su candidatura- induce a un error al momento de establecer el origen de estos aportes y si efectivamente se repartieron en partes iguales entre todos los candidatos como lo registran en Cuentas Claras. En otros casos, el reporte de ingresos y gastos se hizo sólo por una persona de la lista, y los demás candidatos registran \$0 en sus

⁷ Para mayor información al respecto, consultar: <https://transparenciacolombia.org.co/2022/03/10/a-3-dias-de-elecciones-menos-de-la-mitad-de-las-candidaturas-han-reportado-sus-ingresos/>

⁸ En el siguiente link puede acceder a las fichas territoriales de seguimiento electoral: <https://transparenciacolombia.org.co/biblioteca/sistema-politico/>

⁹ Estas fechas límite se encuentran estipuladas en la Ley 1475 de 2011 y en la Ley 996 de 2005.

informes, ignorando que la obligación de registro de ingresos y gastos, de acuerdo con la normativa actual es individual, aunque se encuentren los candidatos en una lista cerrada (Ley 1475 de 2011, artículo 25). A continuación, se detallan algunos casos:

- En la lista de la coalición del Pacto Histórico, 36 de los 73 candidatos reportaron los mismos ingresos y gastos (\$2'000.000), lo que indica que se dividieron en partes iguales. El mismo patrón se identifica en la lista del Partido Comunes donde 19 de los 21 candidatos reportaron los mismos ingresos y gastos (\$2.088.577). Sin embargo, es en este último caso que quien estaba como cabeza de lista, reportó ingresos por \$9.591.582.723, siendo el candidato con los más altos ingresos reportados para la campaña de Congreso.
- En el caso de la lista del grupo significativo de ciudadanos Estamos Listas, de las 16 candidatas solo una reportó ingresos y gastos por \$813.284.922, mientras que los 5 restantes, presentaron los informes en cero.
- Un último caso que se destaca es el del Movimiento Gente Nueva en el que ni la organización, ni los 19 candidatos reportaron ingresos ni gastos.

Ahora bien, es importante mencionar que, frente a este panorama, mediante la revisión que realiza el CNE de los soportes que se entregan con los registros de ingresos y gastos, se podrá determinar si este comportamiento corresponde con la realidad de la campaña y los reglamentos internos de las organizaciones políticas para la distribución de los recursos. Ver capítulo 3.

La propaganda electoral es el principal disparador de gastos de campañas. Frente a los gastos reportados por los candidatos en ambas contiendas electorales, se pudo evidenciar que la propaganda electoral es el mayor gasto. En el caso de las elecciones a Congreso este gasto equivale al 45% (\$123.760.736.292). En las presidenciales para primera vuelta, representa el 61,3% (\$46.230.767.194) del total de gastos y en segunda vuelta, el 65,1% (\$10.331.277.833). En efecto la inversión en propaganda electoral es una acción estratégica para buscar el éxito en las urnas, no obstante, ejercer un control real sobre este gasto es un reto para la autoridad electoral. Por un lado, todavía no se ha hecho un estudio real de costos de campañas en Colombia, que permita tener información desagregada por territorio o que fije unos valores de referencia para los gastos de propaganda electoral. Además, hay gastos asociados a la pauta en redes sociales, así como al uso de redes de manera informal con propósitos de campañas que son difíciles de cuantificar y monitorear; por lo que pueden pasar fuera del registro de tope de gastos o llevar a un subregistro de estos gastos. Por ejemplo, en el caso de gastos en redes sociales en las elecciones legislativas se reportó 19% del total de gastos de propaganda electoral para Senado y 31,3% para Cámara. En las elecciones presidenciales, para primera vuelta 24,7% y segunda vuelta 40%.

Ausencia de anticipos estatales para el desarrollo de las campañas políticas. El sistema de financiamiento de campañas en Colombia contempla el aporte de recursos de origen público y privado. Sin embargo, desde que Transparencia por Colombia inició el seguimiento a la financiación de campañas, se constató que la principal fuente de recursos es de origen privado. Esta situación se repite nuevamente en las campañas de 2022.

En el caso de las campañas al legislativo el aporte privado originado en recursos propios de los candidatos representa el 37% del total de los ingresos, por el contrario, los anticipos estatales equivalen solo al 4,1%

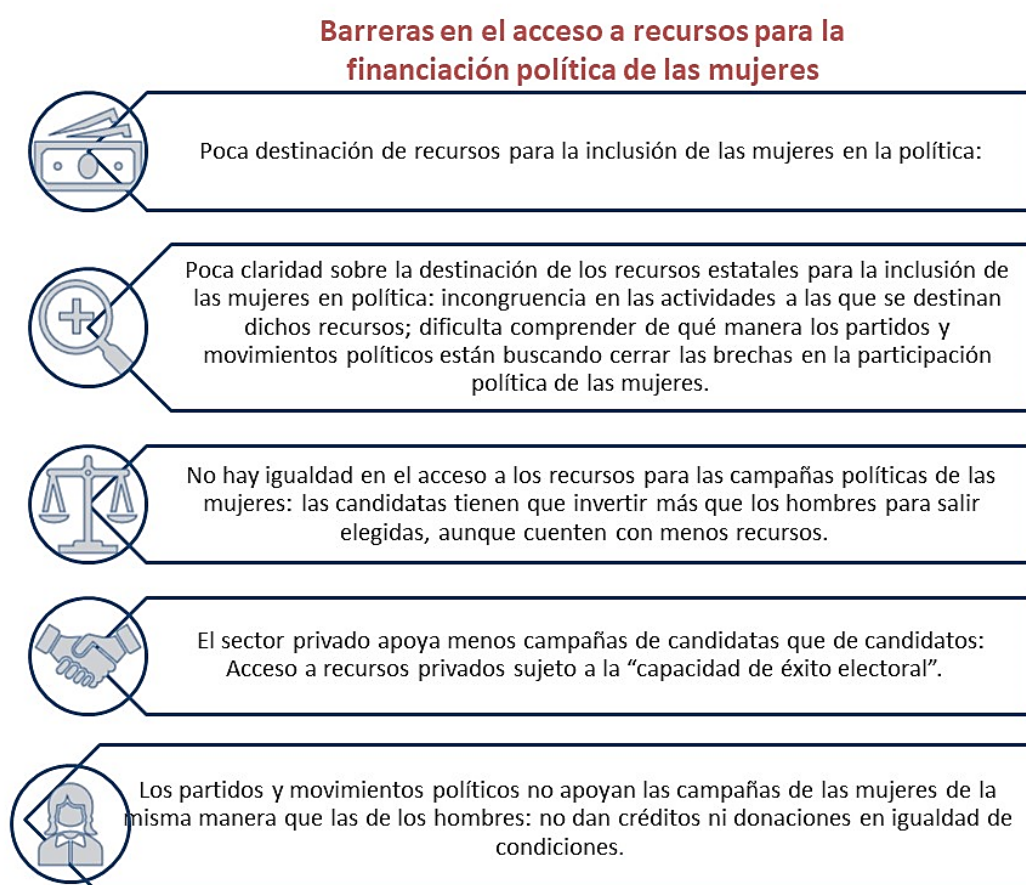
En cuanto a las elecciones presidenciales esta situación es aún más llamativa puesto que si bien la Ley 996 de 2005 contempla que la financiación estatal previa para candidatos presidenciales ascienda hasta el 80% del total de los ingresos de campañas, los candidatos optaron mayoritariamente por buscar su financiamiento en fuentes privadas, siendo los créditos con entidades financieras la fuente

de financiación más preponderante (81%, para primera vuelta y 98% para segunda vuelta). En contraposición, ninguno de los candidatos presidenciales, accedió a anticipos estatales para sus campañas.

Otro aspecto a destacar es que en la práctica las campañas presidenciales tienen un desincentivo para buscar anticipos estatales. De acuerdo a la Resolución 694 de 2022 emitida por el CNE el valor de reposición de gastos por votos válidos obtenidos en las campañas presidenciales es de \$3.249 para la primera vuelta y \$1.622 para segunda vuelta si solicitó anticipos o, de \$6.623 si no los solicitó. Esta variación en el monto, más las dificultades en el proceso de solicitud de los anticipos¹⁰ hizo que, en la mayoría de los casos, las campañas presidenciales optaran por buscar recursos en otras fuentes privadas y acceder al recurso público de manera posterior, más aún si se tiene en cuenta el incentivo del valor más alto por cada voto válido cuando no se solicita anticipo. Ver capítulo 2 y 3.

Las mujeres tienen varias barreras para acceder a recursos para financiar sus campañas. Si bien Colombia cuenta con avances y soportes normativos para fomentar y alcanzar la participación efectiva de las mujeres en cargos de poder público y la representación femenina en el Congreso en 2022 llegó por primera vez a casi el 30%, hay varias barreras asociadas al financiamiento de sus campañas, que incide en sus posibilidades de éxito en las urnas.

Ilustración 1. Barreras en el acceso a recursos para la financiación política de las mujeres



¹⁰ Transparencia por Colombia. (2022). “Acceso a Recursos para la Inclusión de las Mujeres en la Política”. <https://transparenciacolombia.org.co/2022/03/30/acceso-a-recursos-para-la-inclusion-de-las-mujeres-en-la-politica/>

Al analizar los recursos que obtuvieron y destinaron las y los candidatas para sus campañas políticas, se evidencia que en promedio las candidatas elegidas al Senado de la República recibieron \$117.960.192 menos recursos para sus campañas en comparación con los hombres. Ahora bien, en promedio cada mujer elegida en el Senado tuvo que invertir 6 veces más que una candidata que no quedó elegida, mientras que un elegido invirtió 4 veces más que un candidato no elegido.

En la Cámara de Representantes, una mujer elegida invirtió 4 veces más recursos que una candidata no electa. Mientras que, para que un candidato gane debe invertir 3 veces más recursos que un candidato promedio. Es decir que las diferencias son más amplias entre las candidaturas al Senado que a la Cámara de Representantes, lo que podría estar relacionado con el nivel de competencia, pues en Senado hay menos curules a proveer y lo que alimenta la hipótesis de que para tener más probabilidades de éxito electoral son necesarios más recursos. Ver capítulo 4.

Sub reporte del total de gastos de campañas: Dentro de los factores de control al sistema de financiamiento de campañas en Colombia se incluye la fijación de unos techos máximos de gastos permitidos para campañas. Estos límites buscan promover condiciones de equidad en la contienda electoral, si bien estos toques se han venido fijando a partir de unos montos que anualmente actualiza el CNE¹¹, al parecer resultan superiores a los gastos que registran los candidatos. Por ejemplo, en las campañas al Senado y Cámara en 2022, ninguna lista reporta más de la tercera parte del tope máximo permitido para esa elección¹². A continuación, se mencionan algunos ejemplos de esta situación:

- La lista del partido Centro Democrático para el Senado. Si bien esta lista es la que más gastos reporta, sólo asciende al 20% del total de gastos permitidos para listas al Senado.
- Por su parte, la lista a la Cámara de Representantes por Bogotá, del Partido Alianza Verde fue la que más gastos reportó, pero solamente asciende al 19,5% del tope fijado para estas listas.

Esta situación lleva a cuestionarse sobre si lo que se reporta en gastos refleja de manera fiel los recursos que se emplean en la contienda, o si hay otros gastos que pasan fuera de los registros. Esta pregunta se sustenta también en que permanentemente se registran en medios de comunicación que hay gran cantidad de recursos invertidos en las campañas políticas¹³, aunque el reporte en Cuentas Claras muestra algo diferente. Situación que se vuelve aún más compleja al no contar con un estudio claro de los gastos de campañas políticas. Ver capítulo 3.

¹¹ El cálculo de los toques según la ley debe hacerse con la participación del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE. Así las cosas, en el año 2012 se creó el Estudio Base para la Actualización de los Costos de las Campañas el cual tuvo como resultado el Índice de Costos de las Campañas Electorales (ICCE), el cual permite calcular los toques de gastos para las campañas, a partir del Índice de Precios al Consumidor (IPC), el índice de Costos de Construcción de Vivienda (ICCV), el Índice de Costos de Construcción Pesada (ICCP), el Índice de Costos de Educación Privada (ICESP) y, el Índice de Transporte de Carga (ICTC).

¹² Topes fijados por la Resolución 3383 del 2021, del Consejo Nacional Electoral. Resolución 3383 del 20 de agosto de 2021 emitida por el CNE.

¹³ Ver, por ejemplo, el siguiente artículo de prensa: *Esta es la multimillonaria cifra que cuesta hacer campañas para las elecciones en Colombia*. <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/02/04/esta-es-la-multimillonaria-cifra-que-cuesta-hacer-campana-para-las-elecciones-en-colombia/>

SEGUNDO CAPÍTULO - ELECCIONES PRESIDENCIALES

A continuación, se presentan con mayor detalle los resultados del seguimiento y análisis del registro de ingresos y gastos en las campañas presidenciales de primera y segunda vuelta.

La elección de la fórmula presidencial del periodo 2022-2026 se llevó a cabo en dos jornadas electorales: la primera vuelta tuvo lugar el 29 de mayo y contó con la participación de ocho candidatos, mientras la segunda vuelta con solo dos candidatos, dando por finalizado este proceso electoral el 19 de junio. Según los datos proporcionados por la Registraduría Nacional del Estado Civil (RNEC), para este proceso se contó con un censo electoral de 39.002.239 ciudadanos.

Del total de habilitados para votar, en la primera vuelta presidencial participaron 21.442.300 personas, lo que equivale al 54,9%, con una abstención correspondiente al 45% (17.559.939 de ciudadanos). Por su parte, para la segunda vuelta presidencial la participación incrementó al 58% (22.689.034) y disminuyó la abstención al 42% (16.313.205)¹⁴.

Teniendo en cuenta que en la Presidencia de la República reposa el liderazgo de la administración pública, resulta fundamental analizar la cantidad de recursos invertidos en estas campañas. La siguiente tabla compara el total de candidatos inscritos a la Presidencia de la República¹⁵, con el número de candidatos que registraron sus reportes de ingresos y gastos en los formularios A1 y sus respectivos anexos, por medio del aplicativo Cuentas Claras:

Tabla 2. Porcentaje de rendición de cuentas

La totalidad de ingresos y gastos reportados en las campañas presidenciales en primera y segunda vuelta se puede observar en la siguiente tabla:

Cargo/Corporación	Cargos a Proveer	Número de Candidatos Inscritos	Candidatos que reportaron en Cuentas Claras	Porcentaje de rendición
Presidente de la República	1	8	8	100%
Vicepresidente	1	8	8	100%

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

Tabla 3. Ingresos y gastos totales reportado - Primera y segunda vuelta

Ingresos y gastos Primera y Segunda vuelta		Total Candidatos
Total ingresos I Vuelta	\$62.216.082.216	8
Total gastos I Vuelta	\$ 75.377.761.354	8
Total ingresos II Vuelta	\$ 14.604.176.428	2
Total gastos II Vuelta	\$ 15.845.814.607	2

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

¹⁴ Datos tomados de <https://www.registraduria.gov.co/39-002-239-colombianos-estan-habilitados-para-votar-en-las-elecciones-de.html> y <https://www.moe.org.co/wp-content/uploads/2022/07/Presidencia-consultas-primera-y-segunda-vuelta-1.pptx.pdf>

¹⁵ Cabe aclarar que, aunque los candidatos Ingrid Betancourt y Luis Pérez renunciaron a sus candidaturas, debían cumplir con el reporte de los ingresos y gastos de su campaña política. De ahí que, para el análisis desarrollado en el presente se incluyan.

Para comparar estos datos se puede decir que el total de gastos reportados por los candidatos presidenciales a primera vuelta, es comparable con la contratación destinada para la implementación de los Acuerdos de Paz en el PDET de Chocó, entre el 2018 y 2022 (\$76.326.828.750)¹⁶.

Si bien todos los candidatos cumplieron con el registro en Cuentas Claras, durante el desarrollo de las campañas se observó que no se estaba haciendo en tiempo real. Por ejemplo, de acuerdo al seguimiento realizado por TPC, a cinco días de la primera vuelta las ocho campañas registraron ingresos por un total de \$40.469.520.599 y gastos por un total de \$25.149.017.870; lo que llama la atención por el bajo porcentaje de reporte tanto de ingresos, como de gastos de campaña, comparado con las cifras reportadas y consolidadas en la Tabla 3.

[Análisis ingresos de campañas, elecciones presidenciales - Primera Vuelta](#)

Las campañas presidenciales pueden financiarse mediante distintas fuentes: recursos públicos, recursos propios, contribuciones de familiares, aportes o donaciones de particulares, créditos con particulares, y recursos de la organización que inscribe la candidatura, entre otras. Es importante tener presente que, para las campañas presidenciales, la normativa excluye a las personas jurídicas como contribuyentes o donantes particulares de campañas políticas presidenciales y, también, que se establece el monto máximo de los aportes de las personas naturales.

La siguiente tabla desagrega el total de ingresos obtenidos por las 8 campañas presidenciales en la primera vuelta, según las fuentes de origen de los recursos¹⁷:

¹⁶ Datos consolidados de los contratos registrados en SECOP I y SECOP II, entre el 8 de agosto de 2018 y el 8 de agosto de 2022, asociados al proceso de paz y posconflicto.

¹⁷ La clasificación de las fuentes de origen de los ingresos se encuentra estipulada en la Ley 130 de 1994 y se recoge en los formularios A1 emitidos por el CNE.

Tabla 4. Ingresos por código y por candidato - Primera vuelta presidencial

Nombre del Candidato	Recursos Propios y Contribuciones de los Familiares		Contribuciones o Donaciones de los Particulares		Rendimiento de Inversiones		Créditos del Sector Financiero		Créditos en Dinero de Particulares		Ayudas en Especie Valoradas a su Precio Comercial		Total por Candidato
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	
Sergio Fajardo	\$ 300.000.000	3%	\$ 1.202.172.686	13%	-	-	\$ 7.500.000.000	81%	\$ 75.000.000	1%	\$ 132.479.449	1%	\$ 9.209.652.135
Rodolfo Hernández	\$ 137.654.500	3%	-	-	-	-	\$ 4.000.000.000	95%	-	-	\$ 85.732.032	2%	\$ 4.223.386.532
Luis Pérez	\$ 60.000.000	45%	-	-	-	-	-	-	\$ 20.000.000	15%	\$ 53.499.157	40%	\$ 133.499.157
John Milton Rodríguez	\$ 1.014.229.044	36%	\$ 863.002.500	30%	-	-	-	-	\$ 968.703.720	34%	-	-	\$ 2.845.935.264
Ingrid Betancourt	-	-	\$ 21.000.000	12%	-	-	-	-	\$ 100.000.000	58%	\$ 52.075.180	30%	\$ 173.075.180
Gustavo Petro	-	-	\$ 623.960.000	3%	\$ 3.095.890	0,02%	\$ 18.900.000.000	95%	\$ 450.200.000	2%	-	-	\$ 19.977.255.890
Federico Gutiérrez	-	-	\$ 5.333.398.058	21%	-	-	\$ 20.126.000.000	79%	-	-	-	-	\$ 25.459.398.058
Enrique Gómez	\$ 40.000.000	21%	\$ 153.880.000	79%	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 193.880.000
Total Por Código	\$ 1.551.883.544	2%	\$ 8.197.413.244	13%	\$ 3.095.890	0,005%	\$ 50.526.000.000	81%	\$ 1.613.903.720	3%	\$ 323.785.818	1%	\$ 62.216.082.216

Fuente: Elaboración propia con base en datos registrados en los formularios A1 en el Aplicativo Cuentas Claras.

- Del total de ingresos reportados por las campañas presidenciales, equivalente a \$62.216.082.216, los créditos del sector financiero representan la mayor fuente de recursos concentrando el 81% del total de ingresos. Entre las entidades que más recursos prestaron a las campañas presidenciales se encuentran el Banco de Bogotá y Bancolombia.
- Las contribuciones, donaciones y créditos de los particulares representan la segunda mayor fuente de recursos equivalente al 13% del total de ingresos. Es importante tener en cuenta que estos aportes deben observar algunas limitaciones como la prohibición de que personas jurídicas financien las campañas y que en las campañas presidenciales no se pueden recibir aportes o donaciones individuales de personas naturales que superen el 2% del tope máximo fijado por el CNE. Es decir que para la primera vuelta el límite correspondía a \$ 570.730.410.
- En la primera vuelta presidencial, la campaña con mayores aportes de particulares fue la de Federico Gutiérrez con un total de \$5.333.398.058 y 265 aportantes. Entre estos aportes individuales, el de mayor valor fue de \$200.000.000 lo que representa el 0.7% del tope de gastos (28.536.520.492)
- En cuanto al acceso a anticipos estatales para campañas, si bien los candidatos Ingrid Betancourt¹⁸ y Enrique Gómez¹⁹, los solicitaron, éstos fueron negados por el CNE al estimar que no cumplían con el requisito de haber participado en las elecciones anteriores de esta naturaleza (artículo 22, Ley 1475 de 2011). No obstante, la misma norma señala que en tal caso el anticipo deberá calcularse con base en el menor valor de reposición pagado para la elección anterior a candidaturas presidenciales.
- Es interesante notar que ninguno de los ocho candidatos que aspiraron ocupar la Presidencia de la República, reportaron ingresos por concepto de aportes de las organizaciones políticas que inscribieron la candidatura.
- En términos generales se considera que, a mayores ingresos de campañas, mayores posibilidades de salir elegido. En este caso llama la atención que los ingresos reportados por Federico Gutiérrez (\$25.459.398.058), fueron 5 veces mayores que los reportados por Rodolfo Hernández (\$4.222.386.532), no obstante, Hernández fue quien avanzó a la segunda vuelta.

Análisis gastos de campañas, elecciones presidenciales - Primera Vuelta

Las campañas presidenciales para 2022 tenían un tope máximo de gastos para la primera vuelta de \$28.536.520.492, según la Resolución 694 de 2022 emitida por el CNE²⁰. Este tope tan alto, corresponde a la naturaleza de estas campañas, las cuales deben realizarse a nivel nacional y contar con varios equipos de apoyo a las campañas en distintas regiones del país. La siguiente tabla clasifica los gastos realizados por las 8 campañas presidenciales en la primera vuelta, según la naturaleza del gasto:

¹⁸ Corte rechaza tutela del partido Verde Oxígeno que pedía anticipos para campaña. Consultar en: <https://www.rcnradio.com/politica/corte-rechaza-tutela-del-partido-verde-oxigeno-que-pedia-anticipos-para-campana>

¹⁹ Ni las súplicas le sirvieron a Enrique Gómez para que el Estado financiara su campaña presidencial. Ver en: <https://www.wradio.com.co/2022/05/03/ni-las-suplicas-le-sirvieron-a-enrique-gomez-para-que-el-estado-financiara-su-campana-presidencial/>

²⁰ El CNE fija topes de gastos para las campañas a la Presidencia de la República 2022: <https://www.bogotajuridica.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=120433>

Tabla 5. Gastos por código y por candidato - Primera vuelta presidencial

Nombre del Candidato	Gastos de administración		Gastos de oficina y adquisiciones		Materiales y publicaciones		Actos públicos		Servicio de transporte y correo		Capacitación e investigación política		Gastos judiciales y de rendición de cuentas		Propaganda electoral		Costos financieros		r
	Valor reportado	%	Valor reportado	%	Valor reportado	%	Valor reportado	%	Valor reportado	%	Valor reportado	%	Valor reportado	%	Valor reportado	%	Valor reportado	%	
Sergio Fajardo	\$ 2.353.455.829	22%	\$ 55.817.292	1%	\$ 896.827.409	8%	\$ 151.551.690	1%	\$ 323.620.567	3%	\$ 562.736.000	5%	\$ 117.352.000	1%	\$ 5.125.542.897	48%	\$ 1.159.463.438	11%	2
Rodolfo Hernández	\$ 1.568.310.960	33%	\$ 51.334.301	1%	\$ 85.456.218	6%	\$ 2.559.779	6%	\$ 112.747.750	2%	\$ 13.500.000	1%	\$ 105.583.333	1%	\$ 2.746.023.422	58%	\$ 38.608.798	1%	
Luis Pérez	\$ 23.878.736	18%	\$ 707.348	1%	\$ 14.304.000	11%			\$ 10.548.873	8%	\$ 38.316.700	1%	\$ 3.000.000	2%	\$ 42.395.157	32%	\$ 343.343	3%	
John Milton Rodríguez	\$ 1.101.928.706	39%			\$ 3.500.000	0%	\$ 33.438.500	1%	\$ 89.553.822	3%			\$ 65.000.000	2%	\$ 1.548.061.575	67%	\$ 4.452.661	0%	
Ingrid Betancourt	\$ 38.651.750	8%							\$ 10.212.066	6%			\$ 36.000.000	1%	\$ 75.000.000	47%	\$ 276.147	0%	
Gustavo Petro	\$ 2.152.140.188	8%	\$ 41.724.250	0%			\$ 1.694.308.346	6%	\$ 4.155.497.577	15%	\$ 375.492.570	1%	\$ 149.467.000	1%	\$ 19.166.298.616	67%	\$ 782.195.482	3%	
Federico Gutiérrez	\$ 1.300.841.117	5%	\$ 3.327.284.613	12%	\$ 1.732.778.659	6%	\$ 945.379.457	3%	\$ 2.262.711.919	8%			\$ 149.350.000	1%	\$ 17.482.119.722	62%	\$ 858.151.988	3%	
Enrique Gómez	\$ 79.353.509	42%	\$ 17.650	0%	\$ 1.087.000	1%	\$ 20.389.842	11%	\$ 15.854.005	8%			\$ 27.000.000	14%	\$ 45.325.805	24%	\$ 143.538	3%	
Total	\$ 8.618.560.795	11%	\$ 3.476.885.454	5%	\$ 2.733.953.286	4%	\$ 2.847.627.614	4%	\$ 6.980.746.579	9%	\$ 990.045.270	1%	\$ 652.752.333	1%	\$ 46.230.767.194	61%	\$ 2.843.635.395	4%	2

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

- Congruente con el seguimiento a otros procesos electorales, la propaganda electoral es la mayor fuente de inversión de recursos. En el caso de la primera vuelta, este concepto acumula el 61% del total de gastos (\$75.377.761.354). Al revisar los gastos de propaganda electoral, se encuentran valores muy altos, por ejemplo, con agencias de publicidad, agencias de marketing, y medios de comunicación como Caracol Televisión y RCN, que en total corresponde a \$17.882.748.179 de los gastos. Los gastos en redes sociales correspondieron a \$9.635.337.527.
- La cantidad de recursos destinados a actos públicos representa el 3,7% del total de gastos. El reporte de estos gastos corresponde a \$2.847.627.614. Al realizar una comparación entre lo reportado y lo evidenciado en medios de comunicación respecto a los eventos multitudinarios realizados por las campañas políticas en distintas regiones del país²¹, se podría suponer unos gastos superiores a los reportados.
- El porcentaje más alto de gastos para la mayoría de los candidatos fue el relacionado con la propaganda electoral, salvo uno de los candidatos (Enrique Gómez) cuya destinación más alta fue para los gastos de administración.
- Los gastos reportados por Gustavo Petro y Federico Gutiérrez representan casi la totalidad de los gastos máximos permitidos, siendo respectivamente el 99% y 98% del tope máximo de gastos
- Asimismo, llama la atención que, para estos dos candidatos, el reporte de gastos es superior al de los ingresos, siendo 10,2% superior en el caso de Gutiérrez y 42,7% superior en el caso de Petro.

Reposición de gastos por voto válido

La Resolución 694 de 2022 del CNE fija unos montos para determinar el total de recursos públicos a entregar a cada campaña a partir de cada votos válido obtenidos. Estos valores de reposición de gastos por votos varían si se accede o no a anticipos, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 6. Relación anticipo y valor voto válido – Elecciones presidenciales

Acceso a anticipo	Valor por voto válido
Sí	\$3.249 (Primera vuelta)
Sí	\$1.622 (Segunda vuelta)
No	\$6.623 (Para cualquiera de las dos vueltas presidenciales)

Fuente: Elaboración propia con base en la Resolución 694 de 2022.

Teniendo en cuenta los votos obtenidos por cada candidato en primera vuelta, resulta relevante hacer un cálculo del monto que tendrían por concepto de reposición de gastos por votos cada uno de los candidatos que superaron el umbral necesario para acceder a este derecho²²:

Tabla 7. Candidatos que tuvieron derecho a reposición de gastos por votos - Primera vuelta

²¹ Hoy, cierre de campañas: Petro se tomará Bogotá y Fico, Medellín con multitudinarias concentraciones, ¿y los demás? Consultar en: <https://www.semana.com/nacion/articulo/con-los-nervios-de-punta-asi-sera-el-cierre-de-las-campanas-de-los-candidatos-presidenciales/202200/>

²² Ley 996 de 2005, artículo 11: Para tener derecho a la reposición de votos los candidatos deberán obtener en la elección para Presidente de la República, al menos una votación igual o superior al cuatro por ciento (4%) de los votos válidos depositados.

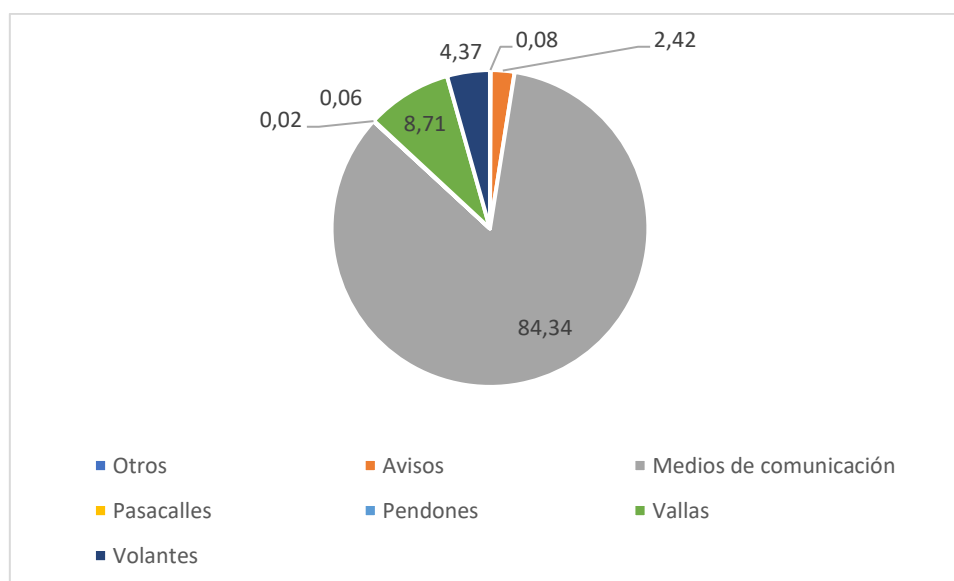
Candidato	Número de votos	¿Recibió anticipo?	Cálculo de reposición	Gastos reportados	Porcentaje de tope de gastos permitido
Gustavo Petro	8.542.020	No	\$ 56.573.798.460	\$ 28.517.124.029	99,93%
Rodolfo Hernández	5.965.531	No	\$ 39.509.711.813	\$ 4.724.124.561	16,55%
Federico Gutiérrez	5.069.526	No	\$ 33.575.470.698	\$ 28.058.617.475	98,32%
Sergio Fajardo	885.291	No	\$ 5.863.282.293	\$ 10.749.154.556	37,66%

Fuente: Elaboración propia con base en información de la Misión de Observación Electoral, del aplicativo Cuentas Claras y la Resolución 694 de 2022.

- Dado que ninguno de los candidatos accedió a anticipos estatales, la reposición de sus gastos de campañas se calcula a partir de un valor mayor por cada voto válido. Así las cosas, en campañas como las de Gustavo Petro y Federico Gutiérrez, el valor de la reposición alcanzaría para cubrir casi la totalidad de los gastos de campañas.
- En caso de que la totalidad de los gastos reportados por los candidatos sean certificados por la autoridad electoral, el Estado deberá reconocer para estas campañas un total de \$72.049.020.621. Cifra comparable con el presupuesto de inversión de la Defensoría del Pueblo para 2022 (\$74.375.679.763).

Gastos de propaganda electoral

Gráfica 2. Porcentaje de gastos por tipos de propaganda electoral - Primera Vuelta



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas

- Entre los gastos de propaganda electoral, la mayor proporción se destina a pauta en medios de comunicación, incluyendo publicidad en televisión con el 45,8%, propaganda en redes sociales con el 24,7% y cuñas radiales con el 14%.
- Vale la pena resaltar que el 43,4% de los gastos asociados a la publicidad en televisión se reportan por pauta en los dos principales medios de comunicación: Caracol y RCN.

Ingresos campañas presidenciales - Segunda Vuelta

La siguiente tabla clasifica los ingresos reportados por las 2 campañas que pasaron a la segunda vuelta, según el origen de dichos recursos:

Tabla 8. Ingresos por código - Segunda vuelta

Origen	Gustavo Petro		Rodolfo Hernández		Total
	Valor	%	Valor	%	
Contribuciones o Donaciones de los Particulares	\$ 30.000.000	0,3%	\$ 79.000.000	3%	\$ 109.000.000
Rendimiento de Inversiones	\$ 2.068.743	0,0%	-	-	\$ 2.068.743
Créditos del Sector Financiero	\$ 11.606.000.000	99,7%	\$ 2.800.000.000	94%	\$ 14.406.000.000
Créditos en Dinero de Particulares	\$ 100.000	0,001%	-	-	\$ 100.000
Ayudas en Especie Valoradas a su Precio Comercial	-	-	\$ 87.007.685	3%	\$ 87.007.685
Total	\$ 11.638.168.743		\$ 2.966.007.685		\$ 14.604.176.428

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

- En la segunda vuelta tampoco se reportaron anticipos estatales y, por el contrario, la búsqueda de recursos mediante créditos con entidades financieras se mantuvo, representando el 98% del total de ingresos destinados a la segunda vuelta. Ambas campañas acudieron a la entidad bancaria Banco GNB Sudameris S.A. para solicitar créditos.

Gastos campañas Presidenciales - Segunda Vuelta

La siguiente tabla clasifica los gastos realizados por las dos campañas que pasaron a segunda vuelta, según los distintos tipos de gastos:

Tabla 9. Gastos por código - Segunda vuelta

Tipos De Gastos	Gustavo Petro		Rodolfo Hernández		Total
	Valor	%	Valor	%	
Actos Públicos	\$ 946.990.216	7%	\$ 1.003.386.949	33%	\$ 1.950.377.165
Costos Financieros	\$ 17.215.943	0,13%	\$ 49.564.400	1,7%	\$ 66.780.343
Gastos de Administración			\$ 42.053.717	1,4%	\$ 42.053.717
Gastos de Capacitación e Investigación Política	\$ 226.578.369	2%			\$ 226.578.369
Gastos de Oficina y Adquisiciones	\$ 1.330.415.260	10%	\$ 406.027.819	14%	\$ 1.736.443.079
Gastos Judiciales y de Rendición de Cuentas	\$ 1.179.714.120	9%			\$ 1.179.714.120
Inversión en Materiales y Publicaciones	\$ 137.300.000	1,1%	\$ 55.800.000	1,9%	\$ 193.100.000
Propaganda Electoral	\$ 8.886.003.033	69%	\$ 1.445.274.800	48%	\$ 10.331.277.833

Tipos De Gastos	Gustavo Petro		Rodolfo Hernández		Total
	Valor	%	Valor	%	
Servicio de Transporte y Correo	\$ 119.489.981	0,9%			\$ 119.489.981
Total	\$ 12.843.706.922		\$ 3.002.107.685		\$ 15.845.814.607

Fuente: Elaboración propia con base en la información registrada en los formularios 2A y anexos en Cuentas Claras.

- Llama la atención que Gustavo Petro reporta \$1.205.538.179 más de gastos en comparación con los ingresos recibidos. Así mismo, Rodolfo Hernández, excedió sus gastos con una diferencia de \$36.100.000 respecto a sus ingresos.
- Los gastos de Petro nuevamente estuvieron muy cercanos al tope máximo permitido para la segunda vuelta²³, el cual equivalía a \$13.347.457.427.
- Del total de gastos reportados por las dos campañas, evidentemente Petro es quién más invirtió recursos acumulando el 81% de este monto, mientras que Hernández tan solo gastó el 19% restante.
- En la segunda vuelta presidencial nuevamente el mayor gasto de campañas es la propaganda electoral concentrando el 65% del total (\$15.845.814.607).
- Respecto a los gastos por concepto de actos públicos, en la segunda vuelta presidencial tampoco representan un monto significativo, 1,4% del total. En este caso se registran pagos de actividades como banquetes, hospedajes, eventos, servicios artísticos, entre otros.

La siguiente tabla muestra el cálculo relativo al valor del derecho de reposición correspondiente para los dos candidatos presidenciales que pasaron a segunda vuelta, teniendo en cuenta el mayor valor del voto por reposición puesto que no accedieron al anticipo estatal:

Tabla 10. Reposición de gastos por votos - Segunda vuelta

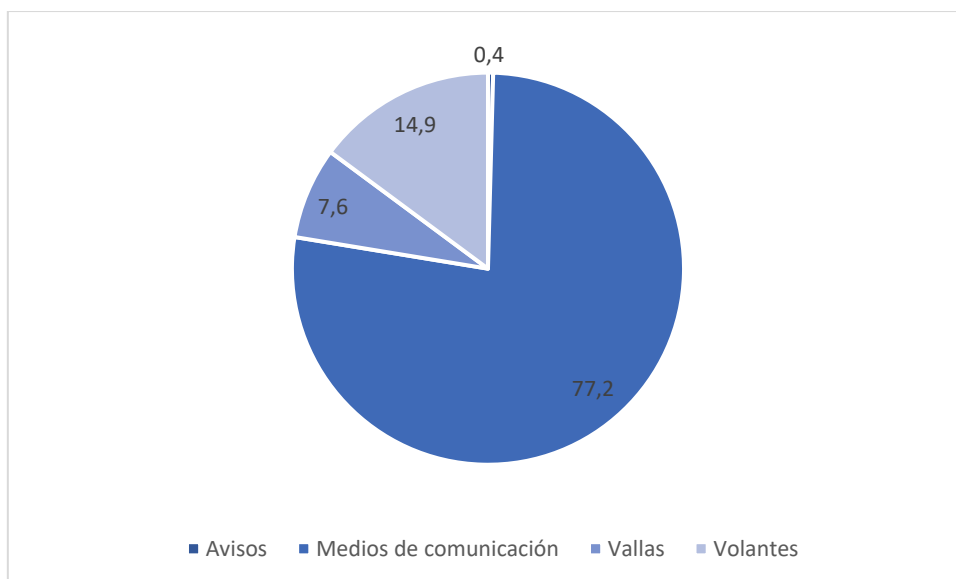
Candidato	Número de votos	¿Recibió anticipo?	Cálculo de reposición	Gastos reportados	Porcentaje de tope de gastos permitido
Gustavo Petro	11.292.758	No	\$ 74.791.936.234	\$ 12.843.706.922	96,22%
Rodolfo Hernández	10.604.656	No	\$ 70.234.636.688	\$ 3.002.107.685	22,49%

Fuente: Elaboración propia con base en información de la Misión de Observación Electoral, del aplicativo Cuentas Claras y la Resolución 694 de 2022.

Gastos de propaganda electoral - Segunda Vuelta

Gráfica 3. Porcentaje de tipos de propaganda electoral - Segunda vuelta

²³ El CNE fija topes de gastos para las campañas a la Presidencia de la República 2022: <https://www.bogotajuridica.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=120433>



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras

- En la segunda vuelta presidencial nuevamente la pauta en medios de comunicación es el gasto de propaganda electoral más alto. Dentro de este gasto se encuentran gastos en redes sociales 40%, publicidad en televisión 36,2%, y las cuñas radiales con el 18,6%.
- En comparación con la primera vuelta, en este caso, se observa que las campañas priorizaron la inversión de recursos en redes sociales como Facebook. En segundo lugar, pauta en Caracol Televisión, RCN Radio, que reportaron el 70% de los gastos de publicidad en TV, y la Casa Editorial El Tiempo S.A.

TERCER CAPÍTULO - SEGUIMIENTO A LA FINANCIACIÓN DE LAS ELECCIONES LEGISLATIVAS 2022

El 13 de marzo de 2022 los ciudadanos eligieron a los miembros del Senado de la República y de la Cámara de Representantes. En estas elecciones, de acuerdo a lo informado por la Registraduría Nacional del Estado Civil, el 46,5%, del censo electoral acudió a las urnas (18.1 millones de votantes).

Del total de los candidatos inscritos para las elecciones legislativas de 2022, el 88.3% de los aspirantes al Senado reportaron en Cuentas Claras, igualmente, el 90.5% de los candidatos a la Cámara hizo su respectivo reporte en este aplicativo.

Tabla 11. Porcentaje de rendición de cuentas – Congreso

Año de elección	Corporación	Cargos a Proveer	Número de Candidatos Inscritos	Candidatos que reportaron en Cuentas Claras	Porcentaje de rendición
2022	Senado	107	935	826	88,3%
	Cámara de Representantes	170	1.503	1.360	90,5%

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras

Si bien estos porcentajes de reporte a través del aplicativo son bastante altos, los candidatos al Senado de la República son quienes en 2022 menos cumplieron con esta obligación. Esta situación en gran medida se debe a que solamente dos candidatos de los 46 que conformaban las listas cerradas de los movimientos “Gente Nueva”, “Estamos Listas” y “Movimiento Unitario Metapolítico”, reportaron sus ingresos y gastos, situación que evidencia la importancia de asegurar que las nuevas organizaciones políticas que aspiran a participar en las contiendas electorales, conozcan y cumplan con toda la reglamentación y responsabilidades asociadas.

Ingresos y gastos de campañas a Congreso

De la información registrada en Cuentas Claras sobre el total de ingresos y gastos para el Congreso 2022, llama la atención que hay un mayor valor de gastos que de ingresos, a pesar de que los gastos deben responder a la consecución inicial de recursos.

Tabla 12. Ingresos y gastos de Congreso

Congreso	Ingresos totales	Gastos totales
Senado	\$ 132.025.873.247	\$ 132.865.799.547
Cámara	\$ 142.622.843.841	\$ 142.066.022.709

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

Un aspecto relevante sobre la cantidad de recursos que se invierten en campañas es que son bastante altos. En el caso de las elecciones legislativas de 2022 estos gastos -\$274.931.822.256- son comparables con la apropiación de recursos para el Punto 4 “Solución al Problema de Drogas” del Acuerdo de Paz en concordancia al Presupuesto General de la Nación 2022, equivalente a \$289.686.609.667²⁴.

²⁴ Fuente: DNP- Sistema Unificado de Inversiones y Finanzas Públicas y Ministerio de Hacienda y Crédito Público sistema TRAZ

Otro aspecto asociado al financiamiento de campañas es que, en general, entre más recursos se consigan e inviertan en la campaña, se incrementan las posibilidades de éxito en las urnas²⁵. La siguiente tabla muestra la diferencia entre los ingresos y gastos que reportan en promedio los elegidos en comparación con los no elegidos para el Senado y la Cámara de Representantes:

Tabla 13. Ingresos y gastos promedio que reportaron los candidatos y elegidos al Congreso

Congreso	Promedio candidato no elegido		Promedio candidato electo	
Senado	Ingresos	\$ 66.097.295	Ingresos	\$ 722.404.796
	Gastos	\$ 70.010.905	Gastos	\$ 350.943.808
Cámara	Ingresos	\$ 62.237.357	Ingresos	\$ 699.969.813
	Gastos	\$ 61.756.087	Gastos	\$ 351.442.114

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

Como se observa, en promedio un elegido al Senado, hombre o mujer, reportó ingresos 11 veces superiores en comparación con un candidato no elegido. Esta proporción es similar para los gastos puesto que un elegido aproximadamente invierte 10 veces más recursos que un candidato no elegido. Por su parte, en promedio un elegido a la Cámara obtuvo 6 veces más ingresos e invirtió 6 veces más en recursos en sus campañas, que un candidato no elegido.

Ingresos de campaña - Congreso de la República

La siguiente tabla clasifica los recursos obtenidos por las campañas al Senado de la República, según sus fuentes de origen:

Tabla 14. Ingresos totales de campaña por fuente – Senado

Origen de los recursos	Senado de la República	% sobre total de ingresos
101 Créditos o aportes que provengan del patrimonio de los candidatos y familiares	\$ 38.909.079.686	29,5%
102 Contribuciones, donaciones y créditos, de los particulares	\$ 55.799.369.598	42,3%
103 Créditos obtenidos en entidades financieras legalmente autorizadas	\$ 20.055.143.515	15,2%
104 Ingresos originados en actos públicos, publicaciones y/o cualquier otra actividad lucrativa del partido o movimiento	\$ 334.001.400	0,3%
105 Financiación estatal - anticipos	\$ 11.352.665.476	8,6%
106 Recursos propios de origen privado que los partidos y movimientos políticos	\$ 5.560.228.000	4,2%
107 Otros ingresos	\$ 15.385.572	0,0%
Total	\$ 132.025.873.247	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos reportados en el Aplicativo Cuentas Claras.

Tabla 15. Ingresos totales de campaña por fuente - Cámara de Representantes

Nombre ingreso	Cámara de Representantes	% sobre el total de ingresos
101 Créditos o aportes que provengan del patrimonio de los candidatos y familiares	\$ 62.474.301.371	43,8%

²⁵ Transparencia por Colombia. (2019). Análisis sobre el acceso a recursos para la inclusión efectiva de las mujeres en la política. Consultar en: <https://transparenciacolombia.org.co/wp-content/uploads/analisis-recursos-inclusion-efectiva-de-las-mujeres-en-la-politica.pdf>

102 Contribuciones, donaciones y créditos, de los particulares	\$ 70.391.071.052	49,4%
103 Créditos obtenidos en entidades financieras legalmente autorizadas	\$ 6.875.258.283	4,8%
104 Ingresos originados en actos públicos, publicaciones y/o cualquier otra actividad lucrativa del partido o movimiento	\$ 185.953.945	0,1%
105 Financiación estatal – anticipos	\$ 0	0,0%
106 Recursos propios de origen privado que los partidos y movimientos políticos	\$ 2.556.733.120	1,8%
107 Otros ingresos	\$ 139.526.070	0,1%
Total	\$ 142.622.843.841	100%

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

- La mayor fuente de ingresos para las candidaturas a Senado de la República en 2022 se originó en las contribuciones, donaciones y créditos de particulares, ascendiendo al 42,3% del total de ingresos
- La segunda fuente de financiación corresponde a los recursos propios y de familiares con el 29,5% del total. No obstante, durante el seguimiento en tiempo real a las campañas²⁶, se observó que la principal fuente reportada en Cuentas Claras correspondía a recursos propios. Los departamentos donde más se financiaron con recursos propios, fueron en Caldas, Córdoba, Risaralda y Santander, de acuerdo a lo identificado por las organizaciones territoriales que conformaron la Alianza para el Control Ciudadano al Financiamiento de Campañas.
- Frente al acceso a anticipos estatales, estos recursos corresponden al 8,6% de los recursos, cifra mayor a la reportada en otras campañas legislativas²⁷, pero que dista de ser la principal fuente de recursos como lo permite la Ley 1475 en el artículo 22²⁸.
- Al igual que en la campaña al Senado, las contribuciones, donaciones y créditos de particulares fueron el 42,3% de los ingresos reportados por los candidatos a la Cámara de Representantes. Vale la pena destacar que en el Segundo informe de Seguimiento en tiempo real - Elecciones Legislativas 2022²⁹ que se realizó tres días antes a las elecciones, estos ingresos representaban el 30% de los recursos reportados, lo que se puede leer de dos maneras: en primer lugar, implica un aumento importante de aportes en los últimos días antes de las elecciones o, un ajuste e inclusión de valores en los reportes de rendición de cuentas que realizaron los candidatos.

²⁶ Transparencia por Colombia. (2022). Segundo Informe: Seguimiento en tiempo real Elecciones Legislativas. Consultar en:

<https://transparenciacolombia.org.co/wp-content/uploads/informe-2-seguimiento-elecciones.pdf>

²⁷ En las elecciones legislativas de 2018 los anticipos fueron el 6% (\$15.874.311.872) del total de ingresos (\$ 259.773.388.643) reportados por las campañas. Consultar en: <https://transparenciacolombia.org.co/wp-content/uploads/analisis-recursos-inclusion-efectiva-de-las-mujeres-en-la-politica.pdf>

²⁸ De acuerdo a la Ley 1475, artículo 22, los partidos, movimientos y grupos significativos de ciudadanos podrán solicitar al Consejo Nacional Electoral hasta un ochenta por ciento (80%) de anticipo de la financiación Estatal de las consultas o de las campañas electorales en las que participen.

²⁹ Transparencia por Colombia. (2022). Segundo informe Seguimiento en tiempo real Elecciones Legislativas 2022. Consultar en: <https://transparenciacolombia.org.co/2022/03/01/segundo-informe-seguimiento-en-tiempo-real-elecciones-legislativas-2022/>

- Por su parte, los candidatos a la Cámara de Representantes no reportaron ingresos de anticipos, a diferencia de Senado, donde los candidatos reportaron el 8% de ingresos por este concepto. Además, resulta relevante mencionar que, para elecciones de 2018, hubo 77 candidatos a la Cámara que registraron ingresos por anticipos estatales, lo que representa una diferencia considerable con estas elecciones.

Aportes privados Congreso de la República

A continuación, se analiza los aportes de personas naturales y jurídicas a las campañas para Congreso de la República 2022.

El actual marco normativo permite que las personas naturales y jurídicas hagan aportes a las campañas legislativas ya sea mediante donaciones, para el caso de las personas naturales estos aportes deben estar sujetos a un tope máximo individual del 10%³⁰. Estas donaciones que se entregan de manera voluntaria ya sea en efectivo o en especie y son reconocidas como una forma permitida de apoyar y de participar en política. Los préstamos de personas naturales y jurídicas no están sujetos a un tope máximo, pero por su naturaleza se entiende que son recursos que se deben devolver bajo un acuerdo de pago, incluso con intereses.

Tabla 16. Tipo de aportante a candidaturas de Senado

Tipo aporte	Persona Natural	%	Persona Jurídica	%	Total
Donaciones	\$ 17.659.570.168	48,27%	\$ 18.925.761.017	51,73%	\$ 36.585.331.185
Créditos	\$ 4.387.584.990	23,55%	\$ 14.247.051.860	76,45%	\$ 18.634.636.850
Total	\$ 22.047.155.158	39,90%	\$ 33.172.812.877	60,10%	\$ 55.219.968.035

Fuente: Elaboración propia a partir de datos reportados en el Aplicativo Cuentas Claras.

Tabla 17. Tipo de aportante a candidaturas a la Cámara de Representantes

Tipo aporte	Persona Natural	%	Persona Jurídica	%	Total
Donaciones	\$ 33.363.346.206	62,6%	\$ 19.858.153.828	37,3%	\$ 53.221.500.034
Créditos	\$ 6.829.739.851	43,5%	\$ 8.843.214.825	56,4%	\$ 15.672.954.676
Total	\$ 40.193.086.057	58,3%	\$ 28.701.368.653	41,7%	\$ 68.894.454.710

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

- Para las campañas a Senado, más de la mitad de los recursos corresponde a donaciones de personas jurídicas.
- Así mismo, se observa que las personas jurídicas son quienes más aportaron créditos a las campañas al Senado.
- En el caso de las campañas a la Cámara de Representantes, la principal fuente de ingresos corresponde a donaciones de particulares con un 77,2%, en especial las de personas naturales. El candidato que más ingresos registra por este concepto es David Ricardo Racero de la Coalición Pacto Histórico, con un total de \$895.610.000 correspondiente a 46 aportes recibidos de personas naturales.

³⁰ Ley 1475 de 2011, artículo 23. Límites a la financiación privada. "Ningún partido, movimiento, grupo significativo de ciudadanos, candidato o campaña, podrá obtener créditos ni recaudar recursos originados en fuentes de financiación privada, por más del valor total de gastos que se pueden realizar en la respectiva campaña. Tampoco podrá recaudar contribuciones y donaciones individuales superiores al 10% de dicho valor total".

- En la Cámara, respecto a los créditos, así como en las campañas al Senado, las personas jurídicas son quienes más entregan aportes mediante esta figura. En este caso, se encuentra por ejemplo que el representante David Ricardo Racero de la Coalición Pacto histórico, tuvo un crédito por \$1.600.000.000 de la Cooperativa Financiera CONFIAR.
- En los departamentos en donde se realizó seguimiento a la financiación de campañas, en Bolívar, Risaralda, Santander y Valle del Cauca los partidos políticos realizaron significativamente aportes de origen privado, que pudieron provenir de recursos de personas naturales o jurídicas.
- Por su parte, Atlántico, Bolívar, Caldas, Córdoba y Santander, fueron los que registraron un mayor porcentaje de aportes de personas naturales.

Principales aportantes-personas jurídicas

Teniendo en cuenta que la financiación privada de campañas es una forma legítima de participación política y está amparada en la normativa electoral, es importante analizar quienes participan a través del aporte a campañas políticas. La siguiente tabla presenta los principales aportantes (personas jurídicas) que más recursos aportaron a las campañas para el Senado.

Tabla 18. Mayores aportantes personas jurídicas - Senado

#	Aportante	Aportes totales	Crédito	Donaciones	N° de candidatos	Organización política
1	Sociedad Aérea de Ibagué S.A.S.	\$ 1.154.862.427	\$ 1.154.862.427		19	Coalición Pacto Histórico
2	Adminegocios S.A.S.	\$ 988.000.000		\$ 988.000.000	16	Partido Cambio Radical
3	Postobón S.A.	\$ 805.000.000		\$ 805.000.000	13	Partido Cambio Radical
4	Bavaria y Cia S.C.A	\$ 607.000.000		\$ 607.000.000	12	Partido Cambio Radical
5	Ggkb Holdings S.A.S.	\$ 445.000.000		\$ 445.000.000	12	Partido Cambio Radical
6	Fundación Propública	\$ 417.000.000		\$ 417.000.000	11	Partido Cambio Radical, Coalición Alianza Verde Centro Esperanza, Centro Democrático, Liberal, Movimiento de Salvación Nacional
7	Fundación Para-Bolas	\$ 410.000.000	\$ 300.000.000	\$ 110.000.000	1	Partido Centro Democrático
8	Valorem S.A.S	\$ 295.000.000	\$ 50.000.000	\$ 245.000.000	6	Partido Centro Democrático y Cambio Radical
9	Caldas Gold Marmato S.A.S. ³¹	\$ 236.118.400		\$ 236.118.400	6	Partido Cambio Radical
10	DISTRACOM S.A.S.	\$ 225.000.000		\$ 225.000.000	3	Centro Democrático y Conservador

Fuente: Elaboración propia a partir de datos reportados en el Aplicativo Cuentas Claras.

Tabla 19. Mayores aportantes personas jurídicas - Cámara de Representantes

#	Aportante	Aportes	Número de candidatos	Organización política
---	-----------	---------	----------------------	-----------------------

³¹ El nombre registrado a través del aplicativo Cuentas es Caldas Gold Marmato S.A.S, pero hicieron cancelación por traslado de domicilio y desde 17 de febrero de 2022 se matricularon como Aris Mining Marmato S.A.S. Información obtenida por Registro Único Empresarial y Social (RUES).

1	Postobón S.A.	\$ 629.000.000	11	Partido Cambio Radical
2	Brands Ad Business S.A.S.	\$ 600.000.000	1	Coalición Pacto Histórico
3	Ggkb Holdings S.A.S.	\$ 470.000.000	10	Partido Cambio Radical
4	Adminegocios S.A.S.	\$ 440.000.000	7	Partido Cambio Radical
5	Bavaria y Cia	\$ 428.000.000	10	Partido Cambio Radical
6	Fundación Propublica	\$ 380.000.000	12	Partido Nuevo Liberalismo, Centro Democrático, Liberal, Centro Esperanza, Radical
7	La Red Ilm S.A.S.	\$ 320.785.137	1	Coalición Pacto Histórico
8	Caldas Gold Marmato S.A.S.	\$ 299.000.000	3	Partido Cambio Radical
9	Valorem S.A.S	\$ 236.000.000	5	Partido Centro Democrático y Cambio Radical
10	Grupo Red Marketing S.A.S.	\$ 193.628.476	1	Partido Conservador

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

- Entre los aportantes a campañas del Senado, se encuentran empresas privadas, asociadas al sector de transporte, producción de alimentos, inversiones de bienes y servicios, y minería. Así mismo, se encuentra dentro este grupo aportes de organizaciones sin ánimo de lucro, específicamente dos fundaciones.
- En el caso de la Sociedad Aérea de Ibagué S.A.S., sus aportes fueron exclusivamente mediante créditos a 19 candidatos de la lista del Pacto Histórico para Senado, de los cuales todos fueron elegidos. Cada crédito por un valor de \$60.782.233, para un total de \$1.154.862.427.
- Por su parte, Adminegocios S.A.S -empresa de la organización Luis Carlos Sarmiento Angulo- hizo donaciones a 16 candidatos del Partido Cambio Radical, para Senado, de los cuales 9 fueron elegidos. En el 2018 igualmente la empresa donó en total \$420.000.000 a 8 candidatos del mismo partido.
- Así mismo, Postobón S.A es un aportante a campañas que ha apoyado procesos electorales a Senado. Por ejemplo, en el año 2018 donó \$1.106.014.358 a 19 candidatos al Senado de los Partidos Cambio Radical y Centro Democrático. En 2022, aportó en total \$805.000.000 para 13 candidatos de la lista de Cambio Radical.
- Por último, Bavaria donó en 2018 a 11 candidatos al Senado por un total de \$501.000.000, todos del Partido Cambio Radical. Para el 2022, el monto de su contribución aumento en un 17% (\$607.000.000) a 12 candidatos del mismo partido.
- Respecto a los aportes de personas naturales, las mayores contribuciones oscilan entre 100 y 200 millones de pesos para candidatos al Senado. Entre estos financiadores se pueden encontrar contadores y gerentes de campañas, quienes reportan como donaciones en especie el pago de los servicios prestados. También se encuentran empresarios vinculados a distintos sectores económicos como transportes terrestre y marítimo³².
- En este grupo de aportes de personas jurídicas para campañas a la Cámara de Representantes, se encuentran empresas dedicadas al sector de la publicidad y marketing político, la producción de bebidas, servicios de inversiones de bienes y la minería.
- Entre los principales aportantes naturales a las campañas a Cámara, se encuentra Socorro Oliveros de Hernández, esposa y gerente de campaña del candidato presidencial Rodolfo Hernández, quien realizó aportes a 7 candidatos de la Liga Gobernantes Anticorrupción. Para mayor detalle de esta información, ver ficha departamental elaborada por la organización Transparencia por Santander, relacionada en el capítulo 5.

³² Para acceder a información más detallada sobre los aportantes a campañas en las elecciones 2022, ver Tableros Visualizadores de Datos de Financiación Política: <https://www.monitorciudadano.co/elecciones-contratos/financiacion-congreso22/#miModal>

Gastos de campañas - Congreso de la República

Gastos Senado de la República

La Resolución 0227 del 29 de enero de 2021 emitida por el CNE fijó los topes de gastos permitidos para las elecciones de Congreso 2022, para las listas de Senado fue de \$96.215.827.231 (Ver anexo 2. Topes de gastos de acuerdo a Resoluciones del Consejo Nacional Electoral). La siguiente tabla muestra las listas que registraron más gastos de campañas a Senado

Tabla 20. Organizaciones políticas que reportaron más gastos en Senado

Organización Política	N° de candidatos	Gastos	% del tope máximo de gastos
Partido Centro Democrático	78	\$ 19.049.379.133	19,7%
Coalición Alianza Verde y Centro Esperanza - Senado Nacional	100	\$ 17.801.326.087	18,5%
Pacto Histórico - Senado Nacional	72	\$ 15.851.977.546	16,4%
Partido Conservador Colombiano	81	\$ 14.059.534.152	14,6%
Partido Cambio Radical	100	\$ 13.738.116.775	14,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos reportados en el Aplicativo Cuentas Claras.

- Como se puede ver ni siquiera las listas que registraron mayor cantidad de gastos llegan al 20% del tope máximo permitido. Esto lleva a preguntarse por una parte si realmente estos topes son congruentes con el costo real de las campañas, y por otra parte, si realmente se registran todos los gastos de campañas
- Ahora bien, es importante tener en cuenta que no todos los candidatos dentro de una misma lista invierten la misma cantidad de recursos para sus campañas. Así las cosas, los candidatos que más reportaron gastos fueron Julián Gallo con \$9.591.581.234, cifra que equivale al 98% del gasto total de la lista del partido Comunes³³, seguido por los candidatos de Centro Democrático María Fernanda Cabal con \$1.208.845.354, que representa 6,3% del total de la lista, Miguel Uribe Turbay con \$1.066.567.514, que equivale al 5,5%, Gabriel Jaime Velasco Ocampo con \$1.028.490.000, correspondiente al 5,3% de la lista. Finalmente, David Andrés Luna Sánchez con \$937.265.467, lo que representa 6,8% del gasto total de la lista de Cambio Radical. De estos candidatos a excepción de Gabriel Jaime Velasco Ocampo todos fueron elegidos.

Frente al total de gastos de campañas, la siguiente tabla los clasifica de acuerdo con el tipo de gasto:

Tabla 21. Gastos totales de campaña por código - Senado

Nombre Gasto	Senado de la Republica	Porcentaje sobre el total de gastos
201. Gastos de administración	\$ 27.043.283.243	20,4%
202 Gastos de oficina y adquisiciones.	\$ 1.459.504.913	1,1%
203 Inversión en materiales y publicaciones	\$ 4.675.633.138	3,5%
204 Actos públicos	\$ 12.490.202.869	9,4%
205 Servicio de transporte y correo	\$ 11.749.087.240	8,8%
206 Gastos de capacitación e investigación política	\$ 2.303.833.976	1,7%
207 Gastos judiciales y de rendición de cuentas	\$ 8.398.285.892	6,3%

³³ Es importante que se pueda revisar la razón de este reporte.

208 Propaganda electoral	\$ 63.557.320.274	47,8%
209 Costos financieros	\$ 406.004.109	0,3%
210 Gastos que sobrepasan la suma fijada por el Consejo Nacional Electoral	\$ 9.000	0%
211 Otros gastos	\$ 782.634.893	0,6%
Total	\$ 132.865.799.547	100

Fuente: Elaboración propia a partir de datos reportados en el Aplicativo Cuentas Claras

- Como ya se ha mencionado a lo largo de este balance para las campañas al Senado se confirma nuevamente que la mayor fuente de gastos corresponde a propaganda electoral. En este caso acumula el 47,8% de los gastos reportados.
- Los gastos asociados a actos públicos y transportes representan sólo el 18,2% del total de gastos. Esto llama la atención si se tiene en cuenta que las campañas de Senado son de carácter nacional y requieren del desarrollo de distintas actividades de interacción con los ciudadanos, en los diferentes territorios del país.³⁴

Gastos Cámara de Representantes

Los topes de gastos de las campañas a Cámara de Representantes se fijan de acuerdo con el censo electoral de cada departamento (Resolución 0227 del 29 de enero de 2021 emitida por el CNE). La siguiente tabla presenta el total de gastos, por lista comparando con el tope máximo permitido para cada una: (Ver anexo 2. Topes de gastos de acuerdo a Resoluciones del Consejo Nacional Electoral).

Tabla 22. Organizaciones políticas que más gastos reportaron por las cinco circunscripciones más grandes

Departamento	Organización Política	Gastos	Tope de gastos por lista	% del tope máximo de gastos
Bogotá	Partido Alianza Verde	\$ 3.929.510.902	\$ 20.093.516.658	19,5%
Antioquia	Partido Centro Democrático	\$ 3.697.988.579	\$ 20.093.516.658	18,4%
Valle del Cauca	Partido de la U	\$ 2.970.336.985	\$ 14.984.322.816	19,8%
Atlántico	Partido Cambio Radical	\$ 1.889.759.935	\$ 7.754.405.726	24,3%
Cundinamarca	Partido Cambio Radical	\$ 1.708.606.817	\$ 7.754.405.726	22%

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras y Resolución 3383 del 20 de agosto de 2021 emitida por el CNE.

- Como se observa, estas listas que son las que más gastos reportaron, escasamente se acercan a la tercera parte del tope máximo permitido para cada una según su circunscripción.
- Se estudian de manera comparativa estas 5 circunscripciones, por cuanto su potencial electoral es similar y está por encima de los 2 millones de ciudadanos habilitados para votar.

Sobre la destinación específica de estos recursos, la siguiente tabla clasifica los gastos de acuerdo con su categoría:

Tabla 23. Gastos de las campañas a Cámara de Representantes

Nombre Gasto	Cámara de Representantes	% sobre el total de gastos
201 Gastos de administración	\$ 28.102.025.468	19,8%

³⁴ Los eventos de cierre de campaña de los candidatos a las consultas interpartidistas fueron actos multitudinarios donde participaron y se visibilizaron de igual forma los candidatos al Senado. Ver más información en: <https://www.eltiempo.com/elecciones-2022/presidencia/candidatos-a-las-consultas-y-al-congreso-cerraron-campanas-656337>

202 Gastos de oficina y adquisiciones.	\$ 2.076.495.563	1,5%
203 Inversión en materiales y publicaciones	\$ 4.811.531.499	3,4%
204 Actos públicos	\$ 13.155.072.714	9,3%
205 Servicio de transporte y correo	\$ 16.908.859.930	11,9%
206 Gastos de capacitación e investigación política	\$ 2.316.402.547	1,6%
207 Gastos judiciales y de rendición de cuentas	\$ 13.627.589.521	9,6%
208 Propaganda electoral	\$ 60.203.416.018	42,4%
209 Costos financieros	\$ 429.617.844	0,3%
210 Gastos que sobrepasan la suma fijada por el Consejo Nacional Electoral	\$0	0%
211 Otros gastos	\$ 435.011.605	0,3%
Total General	\$ 142.066.022.709	100%

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

- La propaganda electoral, al igual que en las elecciones a Senado, es el principal gasto reportado con el 42,4% en total.
- Los gastos de administración son el segundo más reportado con el 19,7% del total, seguido por los gastos de servicios de transportes y correo con el 12%. Sin embargo, este patrón puede cambiar de acuerdo a la circunscripción, como es el caso del departamento de Bolívar, en donde a partir del seguimiento realizado por la Alianza para el Control Ciudadano al Financiamiento de Campañas, se identificó que este concepto reportaba el tercer lugar de gastos.
- Los gastos relacionados a actos públicos reportan solo el 9,2% del total, lo cual podría relacionarse con los eventos públicos que realizaron las campañas de las consultas presidenciales interpartidistas. Especialmente en los actos de cierre de campañas que se registraron en los distintos departamentos³⁵.

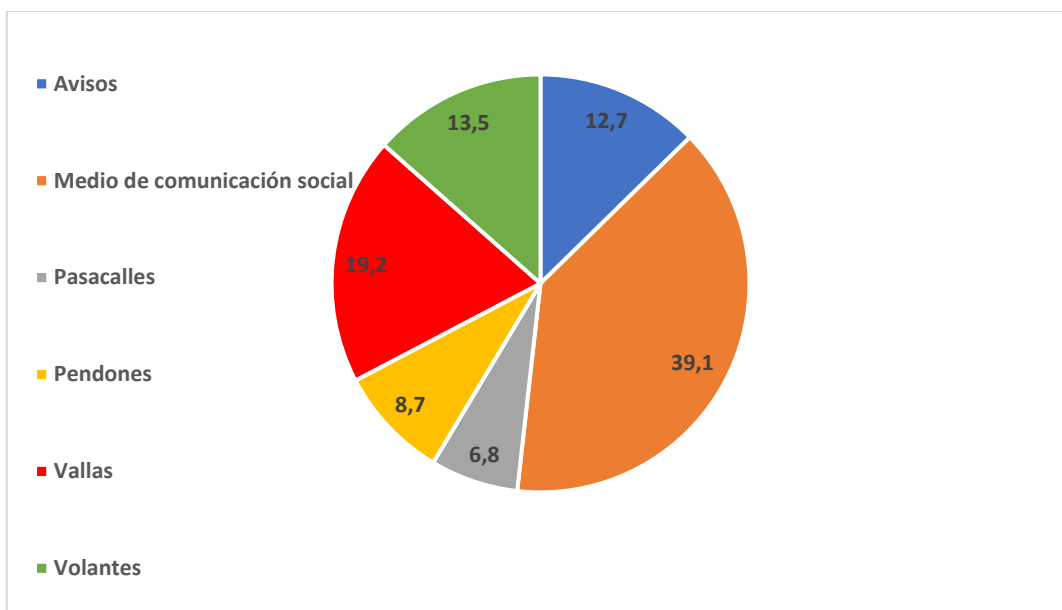
Gastos de propaganda electoral - Congreso de la República

Teniendo en cuenta que la propaganda electoral es el principal gasto, a continuación, se detalla la distribución de estos recursos³⁶:

Gráfica 4. Gastos de propaganda electoral - Senado

³⁵ Las consultas interpartidistas realizaron campaña política durante el mismo tiempo que se adelantaban las campañas legislativas, lo que pudo ser un factor que permitiera que las organizaciones políticas y candidatos al Senado y Cámara aprovecharan los mismos espacios para hacer actos públicos y propaganda electoral. <https://www.eltiempo.com/elecciones-2022/presidencia/candidatos-a-las-consultas-y-al-congreso-cerraron-campanas-656337>

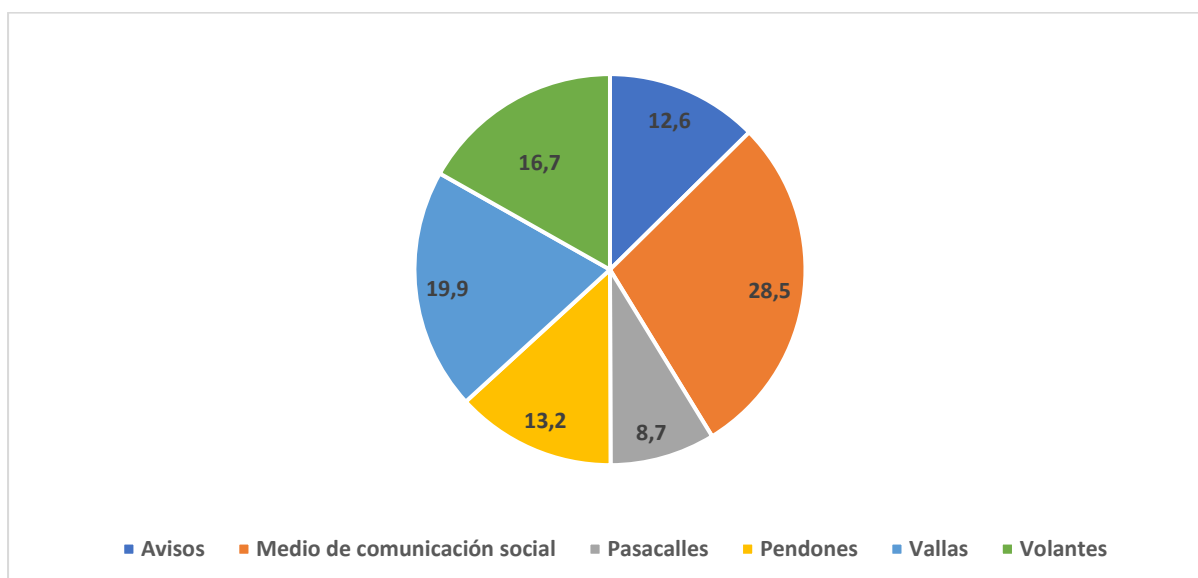
³⁶ El CNE estableció, mediante las Resoluciones 228 del 29 de enero de 2021 y 1946 del 10 de junio de 2021, el número y duración de las cuñas en radio y televisión, avisos publicitarios y vallas publicitarias de acuerdo a las categorías municipales y el censo electoral de cada circunscripción



Fuente: Elaboración propia a partir de datos reportados en el Aplicativo Cuentas Claras

- La mayor cantidad de recursos se destina a medios de comunicación social incluyendo en este rubro gastos de publicidad en televisión (7,3%), cuñas radiales (21%), y pauta en redes sociales con el 19%.
- A pesar de que las redes sociales han tomado relevancia como un espacio que las campañas utilizan para la propaganda electoral y el Consejo Nacional Electoral ha avanzado en la regulación de la financiación en este aspecto³⁷, la información reportada por los candidatos no permite identificar de qué manera se invierten recursos específicamente en redes sociales.

Gráfica 5. Gastos de propaganda electoral candidatos a la Cámara de Representantes



- Nuevamente es la propaganda en medios de comunicación la que más recursos concentra incluyendo cuñas radiales con 32,1%, redes sociales con el 31,3% y publicidad en televisión con el 12%.

³⁷ Ver: <https://www.cne.gov.co/prensa/comunicados-oficiales/309-uso-de-redes-sociales-con-fines-electorales-si-se-considera-propaganda-politica>

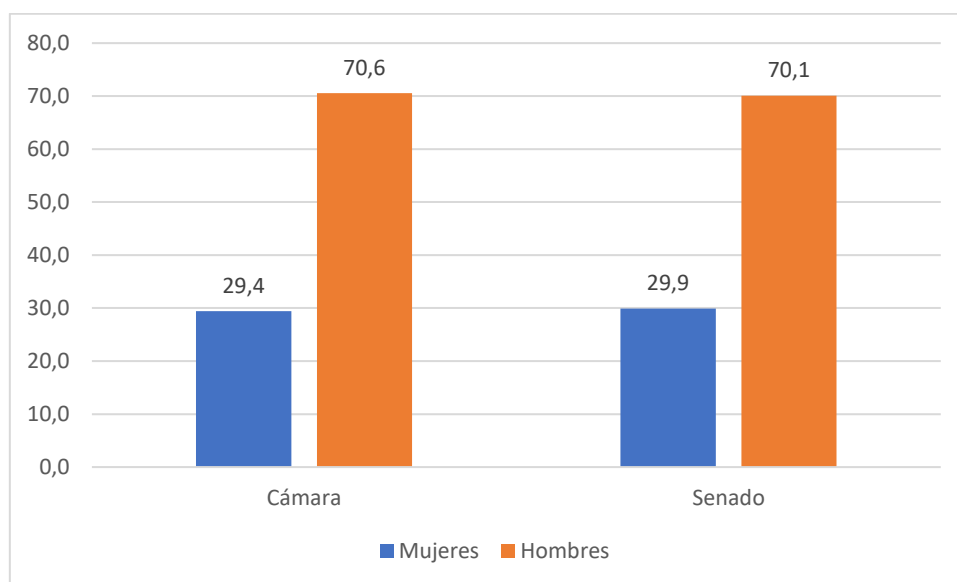
CUARTO CAPÍTULO – FINANCIAMIENTO DE CAMPAÑAS PARA LAS CANDIDATAS A ELECCIONES LEGISLATIVAS

A pesar de los avances normativos que se han desarrollado en el país, que han buscado aumentar la participación política de las mujeres, persisten las barreras en el acceso al poder público por parte de este grupo. Desde que se ha dado a partir de la Constitución de 1991 y gracias a la cuota de género impuesta por la Ley 1475 de 2011³⁸, el porcentaje de mujeres en el Congreso ha venido en aumento, desde 1994 y hasta 2006 se mantuvo en el 10%, posteriormente en el 2010 aumento hasta el 14% y en el 2014, cuando entra la cuota del 30% las mujeres electas aumentaron al 20%. Sin embargo, ha sido un desafío llegar al mínimo del 30% de mujeres en la composición del Congreso de la República.

La siguiente gráfica presenta la conformación del Congreso para el periodo 2022-2026 comparando entre mujeres y hombres.

Composición del Congreso de la República

Gráfica 6. Composición del Congreso de la República 2022-2026



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

Por primera vez, desde que se estableció la cuota del 30% de género en las listas a corporaciones públicas, en las elecciones legislativa de 2022 se llegó al 40% de participación de las mujeres en las listas, lo que permitió que aumentara a casi el 30% de mujeres elegidas. Llama la atención el caso de la Coalición de Pacto Histórico que tuvo una lista paritaria a Senado y el 50% de las candidatas fueron elegidas.

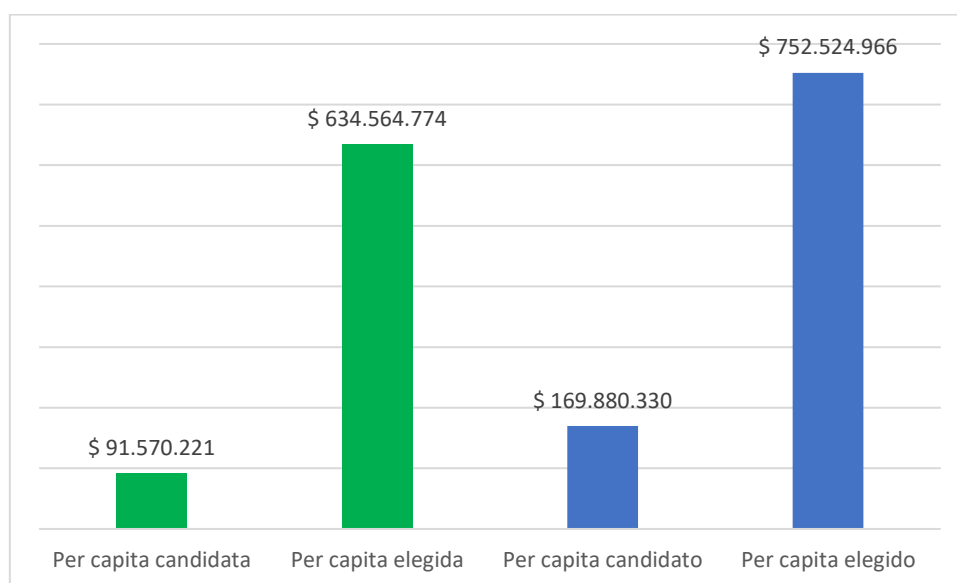
Para continuar con este análisis sobre la financiación de las campañas legislativas, es preciso comparar los ingresos y gastos que reportaron las y los candidatos para identificar si estas brechas en el acceso a recursos se mantuvieron, a pesar de que aumentara la participación de las mujeres en dichas elecciones.

³⁸ Artículo 28, Ley 1475 de 2011: Inscripción de candidatos, afirma que las listas donde se elijan 5 o más curules para corporaciones de elección popular o las que se sometan a consulta -exceptuando su resultado- deberán conformarse por mínimo un 30% de uno de los géneros.

Comparación entre ingresos y gastos de mujeres y hombres aspirantes al Congreso de la República

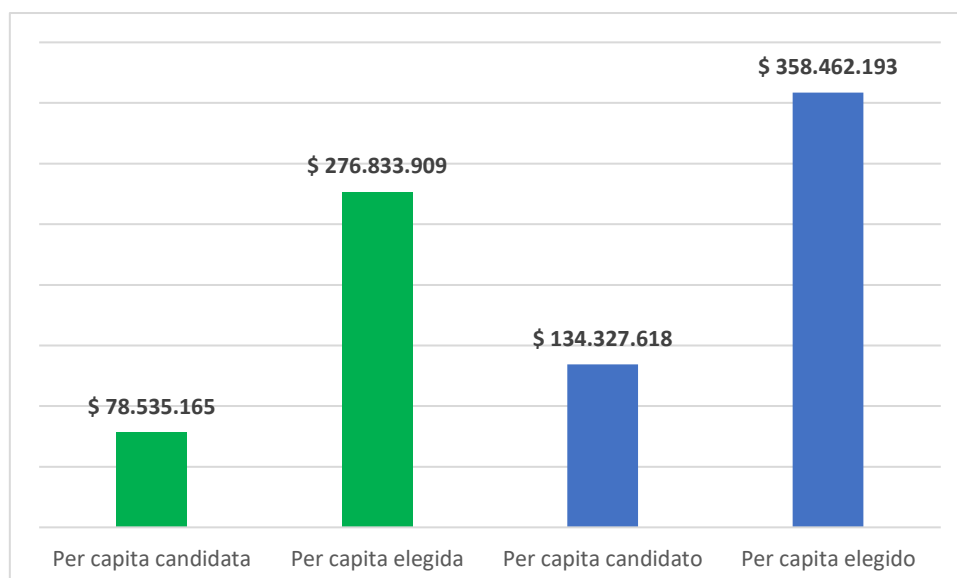
Las siguientes gráficas comparan los ingresos per cápita de cada candidatura separando entre hombres y mujeres y candidatos y elegidos, para el Senado y Cámara de Representantes. Para el caso de Cámara de Representantes se compara entre los recursos que tuvieron disponibles las y los candidatos frente a las y los elegidos a la Cámara de Representantes. Dado que, en este caso, los topes de gastos son diferentes dependiendo del censo electoral, es necesario hacer un ejercicio comparativo entre circunscripciones comparables ya que tienen el mismo tope de gastos de acuerdo con su censo electoral. (Ver anexo 2. Topes de gastos de acuerdo a Resoluciones del Consejo Nacional Electoral). Para este caso se tomaron los reportes de ingresos y gastos de campañas de las candidatas y los candidatos a la Cámara de Representantes de Atlántico, Cundinamarca y Santander.

Gráfica 7. Ingresos per cápita de las candidaturas y los elegidos al Senado



Fuente: Elaboración propia a partir de datos reportados en el Aplicativo Cuentas Claras.

Gráfica 8. Ingresos de candidatas per cápita candidatos a Cámara de Representantes (Atlántico, Cundinamarca, Santander)

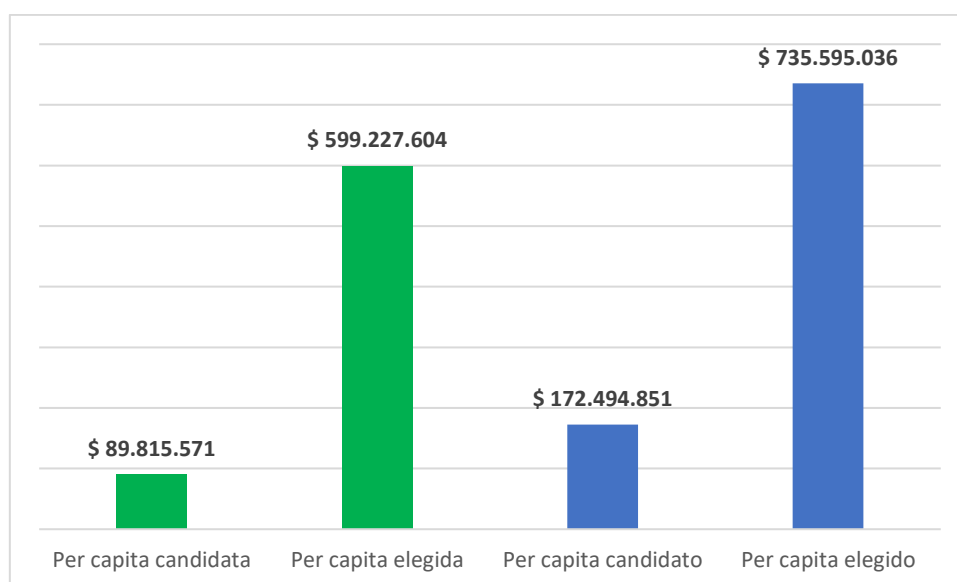


Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

- A pesar de que en estas elecciones la brecha de participación disminuyó en comparación con las elecciones a Congreso anteriores, llegando a casi el 40% de participación de las mujeres, el acceso a los recursos continúa siendo inequitativo.
- En el caso de Senado, se observa cómo una mujer elegida al Senado recibió 7 veces más ingresos que una mujer no elegida. Mientras que, para que un hombre gane debe tener 4 veces más recursos que un hombre no elegido.
- En el caso de Cámara de Representantes, las mujeres, para salir elegidas tuvieron que contar con casi 3.5 veces más ingresos, en comparación con una mujer no elegida. En el caso de los hombres sucede algo similar puesto que un hombre elegido necesitó en promedio 3 veces más recursos que uno no elegido. Comparación entre los gastos de candidatas y candidatos a la Cámara de Representantes (Atlántico, Cundinamarca, Santander).

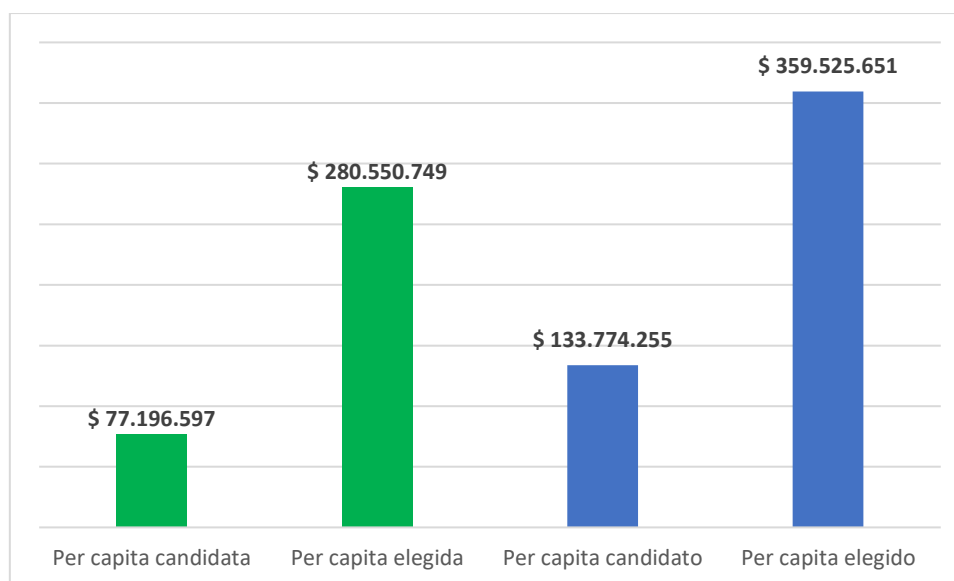
A continuación, se hace la comparación entre los gastos de las candidatas con respecto a los candidatos, así como entre las elegidas frente a los elegidos para Senado y Cámara de Representantes:

Gráfica 9. Gastos per cápita de las y los candidatos y las y los elegidos al Senado



Fuente: Elaboración propia a partir de datos reportados en el Aplicativo Cuentas Claras

Gráfica 10. Gastos per cápita de las y los candidatos y las y los elegidos a la Cámara de Representantes (Atlántico, Cundinamarca, Santander)



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

- De acuerdo con la gráfica 9 cada mujer elegida al Senado debe invertir 6 veces más recursos que una candidata. Mientras que, cada hombre elegido tuvo que invertir 4 veces más recursos que un candidato no elegido.
- Se puede evidenciar que una mujer elegida a la Cámara de Representantes necesitó casi 4 veces más recursos que una no elegida.
- En el caso de los hombres para la Cámara de Representantes, cada elegido necesitó en promedio 3 veces más recursos que uno no elegido. Así mismo, una mujer elegida tuvo \$78.974.902 menos ingresos que un elegido.

Clasificación de aportes del sector privado por candidatas y candidatos:

Teniendo en cuenta que los aportes de personas naturales y jurídicas representaron la principal fuente de recursos para las campañas al Congreso 2022, es importante ver cómo se distribuyeron estos aportes entre las distintas candidaturas.

Las siguientes dos tablas presentan las 10 personas jurídicas que más aportaron a las campañas del Senado y Cámara de Representantes, respectivamente y cómo se distribuyen estos recursos entre candidatas y candidatos:

Tabla 24. Mayores aportantes personas jurídicas a campañas en Senado comparativo entre candidatas y candidatos

Aportante	Tipo de Contribución	Aportes	Nº candidatas	Aportes	Nº Candidatos	Total de aportes
Sociedad Aérea de Ibagué S.A.S.	Crédito	\$ 547.040.097	9	\$ 607.822.330	10	\$ 1.154.862.427
Adminegocios S.A.S.	Donación	\$ 105.000.000	3	\$ 883.000.000	14	\$ 988.000.000
Postobón S.A.	Donación	\$ 135.000.000	2	\$ 715.000.000	12	\$ 850.000.000
Bavaria y Cia S.C.A	Donación	\$ 72.000.000	2	\$ 535.000.000	11	\$ 607.000.000
Ggkb Holdings S.A.S.	Donación	\$ 35.000.000	1	\$ 410.000.000	14	\$ 445.000.000
Fundación Propublica	Donación	\$ 40.000.000	1	\$ 377.000.000	10	\$ 417.000.000
Fundación Para-Bolas	Crédito/Donación			\$ 410.000.000	2	\$ 410.000.000
Valorem S.A.S	Donación			\$ 295.000.000	6	\$ 295.000.000
Caldas Gold Marmato S.A.S.	Donación	\$ 20.000.000	1	\$ 216.118.400	6	\$ 236.118.400

Distracom S.A.S.	Donación	\$ 150.000.000	2	\$ 75.000.000	1	\$ 225.000.000
Total		\$ 1.104.040.097	21	\$ 4.523.940.730	86	\$ 5.627.980.827

Fuente: Elaboración propia a partir de datos reportados en el Aplicativo Cuentas Claras

Tabla 25. Mayores aportantes personas jurídicas a campañas en Cámara de Representantes comparativo entre candidatas y candidatos

Aportante	Tipo de Contribución	Aportes	N° candidatas	Aportes	N° Candidatos	Total de aportes
Postobón S.A.	Donación	\$ 70.000.000	3	\$ 559.000.000	11	\$ 629.000.000
Brands Ad Business S.A.S	Crédito			\$ 600.000.000	1	\$ 600.000.000
Ggkb Holdings S.A.S.	Donación	\$ 230.000.000	4	\$ 240.000.000	7	\$ 470.000.000
Adminegocios S.A.S.	Donación	\$ 162.000.000	3	\$ 278.000.000	6	\$ 440.000.000
Bavaria y Cia S.C.A	Donación	\$ 67.500.000	2	\$ 360.500.000	8	\$ 428.000.000
Fundación Propública	Donación	\$ 60.000.000	2	\$ 320.000.000	11	\$ 380.000.000
La Red Ilm S.A.S	Crédito	\$ 320.785.137	1			\$ 320.785.137
Caldas Gold Marmato S.A.S.	Donación	\$ 90.000.000	1	\$ 209.000.000	2	\$ 299.000.000
Valorem S.A.S	Donación			\$ 236.000.000	6	\$ 236.000.000
Grupo Red Marketing S.A.S	Crédito			\$ 193.628.476	2	\$ 193.628.476
Total		\$ 1.000.285.137	16	\$ 2.996.128.476	54	\$ 3.996.413.613

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

- Si bien no existe una obligación para que los aportantes privados entreguen aportes de manera paritaria entre hombres y mujeres, llama la atención que existan diferencias tan evidentes en la distribución de los mismos. Por ejemplo, de los 107 candidatos que recibieron donaciones para Senado por parte de estas empresas y fundaciones, solo hay 21 mujeres. Además, en comparación con los montos aportados a los candidatos hombres, las mujeres recibieron 86% menos donaciones.
- Así mismo, se observa que hay menos tendencia a apoyar mediante créditos las campañas de mujeres en comparación de las de los hombres. Así las cosas, se encuentra que únicamente para Cámara de Representantes, la Sociedad Aérea de Ibagué S.A.S. entregó créditos a 9 candidatas de la Coalición Pacto Histórico.

Clasificación de aportes de organizaciones políticas, por candidatas y candidatos

Respecto a los aportes que entregaron las organizaciones políticas a sus candidatos, a continuación, se detalla cómo se dieron dichos aportes, tanto en Senado, como en Cámara de Representantes, en comparación con mujeres y hombre:

Tabla 26. Donaciones de Organizaciones Políticas a Senado en 2022 comparativo entre candidatas y candidatos

Organización política	Candidatas	Donaciones	Candidatos	Donaciones	Total Donaciones por Lista
Partido de la U	28	\$ 893.402.405	46	\$ 1.157.992.130	\$ 2.051.394.535

Partido Cambio Radical	4	\$ 280.000.000	17	\$ 1.421.000.000	\$ 1.701.000.000
Partido Liberal	4	\$ 230.000.000	13	\$ 935.900.000	\$ 1.165.900.000
Partido Conservador	8	\$ 354.115.247	11	\$ 741.071.612	\$ 1.065.186.859
Partido Alianza Verde	7	\$ 261.000.000	10	\$ 801.520.000	\$ 1.062.520.000
Partido ASI	1	\$ 29.880.000	3	\$ 245.230.963	\$ 275.110.963
Partido Centro Democrático	1	\$ 5.000.000	3	\$ 65.300.000	\$ 70.300.000
Partido Verde Oxígeno			1	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000
Partido Mira	1	\$ 32.094.308	1	\$ 2.197.358	\$ 34.291.666
Movimiento MAIS			1	\$ 11.543.000	\$ 11.543.000
Total	54	\$ 2.085.491.960	104	\$ 5.431.755.063	\$ 7.517.247.023

Fuente: Elaboración propia a partir de datos reportados en el Aplicativo Cuentas Claras

Tabla 27. Donaciones de Organizaciones Políticas a Cámara de Representantes comparativo entre candidatas y candidatos

Organización política	Candidatas	Donaciones	Candidatos	Donaciones	Total Donaciones
Partido Liberal Colombiano	16	\$ 730.000.000	35	\$ 2.258.250.000	\$ 2.988.250.000
Partido Cambio Radical	9	\$ 577.500.000	32	\$ 2.163.000.000	\$ 2.740.500.000
Partido Conservador	10	\$ 663.872.900	20	\$ 1.681.709.278	\$ 2.345.582.178
Partido de la U	6	\$ 268.000.000	14	\$ 782.000.000	\$ 1.050.000.000
Partido Alianza Verde	15	\$ 522.440.000	15	\$ 501.700.000	\$ 1.024.140.000
Partido Político Mira	15	\$ 259.374.640	12	\$ 165.597.910	\$ 424.972.550
Partido Centro Democrático	3	\$ 31.000.000	4	\$ 103.978.722	\$ 134.978.722
Partido Nuevo Liberalismo			4	\$ 88.212.038	\$ 88.212.038
Partido Verde Oxígeno			1	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000
Movimiento MAIS	1	\$ 8.671.521	1	\$ 5.000.000	\$ 13.671.521
Total	75	\$ 3.060.859.061	138	\$ 7.799.447.948	\$ 10.860.307.009

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

- Es interesante ver que también hay preferencia en la entrega de recursos para candidatos al Senado en comparación con las candidatas, como se observa en la tabla.
- Llama la atención que, en todos los casos para Senado, las organizaciones políticas entregaron más recursos a los candidatos que a las candidatas. Por ejemplo, el Partido Cambio Radical, que tuvo una lista casi paritaria, donó un promedio de \$70.000.000 a solo 4 de sus candidatas. Sin embargo, donó en promedio \$83.588.235 a 17 de sus candidatos a la lista. También se encuentra el caso del partido Centro Democrático, que dio recursos solo a una candidata y además el valor de este aporte es significativamente inferior al entregado a los 3 candidatos financiados por el partido.
- En Cámara de Representantes, se mantiene el mismo patrón que en el caso del Senado, donde los partidos dieron más donaciones a los hombres que a las mujeres. Un ejemplo es el Partido Centro Democrático, donde en promedio cada candidato recibió el doble que una candidata. En contraste, el Partido Alianza Verde le dio donaciones a igual número de candidatos y candidatas.

Tabla 28. Créditos de Organizaciones Políticas a campañas en Senado comparativo entre candidatas y candidatos

Organización política	Candidatas	Créditos	Candidatos	Créditos	Total créditos
Partido Alianza Verde	8	\$ 1.669.000.000	10	\$ 1.548.700.000	\$ 3.217.700.000
Partido Centro Democrático	7	\$ 643.945.687	20	\$ 2.484.745.942	\$ 3.128.691.629
Fondo Nacional Económico del Partido Conservador Colombiano	5	\$ 806.000.000	10	\$ 1.710.000.000	\$ 2.516.000.000
Partido Liberal	3	\$ 200.000.000	11	\$ 1.430.000.000	\$ 1.630.000.000
Partido Político Mira	2	\$ 175.845.898	3	\$ 180.434.117	\$ 356.280.015
Partido Dignidad	1	\$ 10.000.000	4	\$ 113.500.000	\$ 123.500.000
Total	26	\$ 3.504.791.585	58	\$ 7.467.380.059	\$ 10.972.171.644

Fuente: Elaboración propia a partir de datos reportados en el Aplicativo Cuentas Claras

Tabla 29. Créditos de Organizaciones Políticas a Cámara de Representantes comparativo entre candidatas y candidatos

Organización política	Candidatas	Créditos	Candidatos	Créditos	Total créditos
Partido Liberal	5	\$ 225.000.000	15	\$ 1.540.000.000	\$ 1.765.000.000
Partido Alianza Verde	8	\$ 990.000.000	16	\$ 735.000.000	\$ 1.725.000.000
Partido Conservador	3	\$ 110.000.000	17	\$ 1.144.000.000	\$ 1.254.000.000
Partido Centro Democrático	2	\$ 25.000.000	18	\$ 669.000.000	\$ 694.000.000
Partido Político Mira	8	\$ 358.260.881	5	\$ 280.083.880	\$ 638.344.761
Partido Dignidad			1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Total	26	\$ 1.708.260.881	72	\$ 4.369.283.880	\$ 6.077.544.761

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.

- Al igual que en Senado, menos candidatas a la Cámara de Representantes recibieron créditos por parte de sus partidos y movimientos políticos, teniendo el 28% de los préstamos. Por ejemplo, el Partido Liberal en promedio le dio dos veces más créditos a un candidato que a una candidata. No obstante, el Partido Alianza Verde le otorgó en promedio a una candidata casi tres veces más que a un candidato.
- Respecto a los créditos, las organizaciones políticas prestan más recursos a sus candidatos que a sus candidatas. Por ejemplo, para Cámara, el Partido Liberal le prestó el doble de recursos a los candidatos en comparación con las candidatas.
- Se destaca para Cámara, el Partido Alianza Verde puesto que es el que más créditos dio a las candidatas e incluso tuvo en promedio 53 millones más para las mujeres que para los hombres.

QUINTO CAPÍTULO - SEGUIMIENTO TERRITORIAL AL FINANCIAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS

A continuación, se presentan los resultados del seguimiento a las elecciones legislativas 2022 que desarrolló la Alianza para el Control Ciudadano al Financiamiento de Campañas, conformada por las siguientes ocho organizaciones: Corporación Región Antioquia, Foro Costa Atlántica, Fundación Cívico Social Pro Cartagena -FUNCICAR, Corporación Cívica de Caldas, Corporación VIGÍA Cívica, Corporación Desarrollo y Paz de Córdoba y Urabá, Transparencia por Santander y Unidad de Acción Vallecaucana.

La metodología implementada para realizar el seguimiento a las elecciones, consistía en hacer control de las campañas de los candidatos a Senado, en caso de tener dominio electoral en el departamento. Así como a los candidatos a la Cámara de Representantes de sus respectivos departamentos, priorizando a aquellos que estaban de primeros en las listas, los candidatos que participaban por primera vez, los que buscaban la reelección, los que ya habían ocupado cargos de elección popular, los que hacían parte de un clan político y las mujeres. De esta manera, se hacía una revisión periódica de los reportes de ingresos y gastos de los candidatos seleccionados, a través del aplicativo Cuentas Claras en la ventana de consulta ciudadana. Así mismo, se dio acceso a los tableros PowerBi interactivos elaborados por Transparencia por Colombia, que contenían la información de Cuentas Claras y facilitaba la búsqueda de los reportes de ingresos y gastos por candidatos y por partidos, y demás detalles de los recursos de las diferentes campañas.

Por otra parte, las organizaciones hicieron observación sobre el desarrollo de las campañas en las calles, identificando la propaganda política y actos públicos, para comparar lo reportado en el aplicativo Cuentas Claras frente a la realidad. Igualmente, elaboraron entrevistas con candidatos y gerentes de campañas que les permitieron conocer las dificultades en el acceso a los recursos, el proceso de administración de los recursos de campañas y de rendición de cuentas.

Cada organización que compone la Alianza para el Control Ciudadano al Financiamiento de Campañas elaboró, en primer lugar, unas crónicas donde narraban la forma en la que hicieron el seguimiento de la financiación durante las campañas, los desafíos y los aprendizajes que tuvieron en el proceso.

En segundo lugar, hicieron unas fichas departamentales que contienen el balance final del seguimiento a la financiación de las campañas de cada departamento, identificando los patrones en los ingresos y gastos de las campañas a Cámara de Representantes, los ingresos y gastos promedio de las campañas, los gastos reportados de candidatos reelegidos en comparación con los gastos de candidatos elegidos por primera vez, los ingresos y gastos según los partidos y movimientos políticos, la financiación privada de personas naturales y jurídicas, y la comparación entre el acceso a los recursos de ingresos y gastos de las mujeres frente a los hombres.

En los siguientes enlaces se pueden consultar tanto las crónicas de seguimiento a la financiación de campañas, como las fichas departamentales que reúnen el balance final de la financiación de las campañas:

[Corporación Región Antioquia:](#)

Como resultado de las elecciones a la Cámara de Representantes, Antioquia mantuvo igual número de curules que en el período pasado: 18; de ellas, solo 4 repiten, lo que indicaría a primera vista cierta renovación de los candidatos elegidos, sin embargo, al detallar algunos de quienes llegan por primera vez, se observa que no están desligados de caciques políticos de sus regiones o municipios. Por ejemplo, tres nuevos representantes electos por el partido Conservador, llegan a la Cámara como fórmula de senadores con amplia trayectoria electoral. En cuanto a gastos, los candidatos elegidos

invertieron un 83,8% más de recursos de aquellos que no lo fueron. Por último, en términos de paridad todavía está distante: la representación del departamento solo llega al 22% (4 mujeres).

Foro Costa Atlántica:

En el departamento del Atlántico, un candidato reelegido a la Cámara, reportó en promedio \$574.580.052 en gastos, a diferencia de los candidatos elegidos por primera vez, quienes registraron \$327.526.808. Esto indica que mantener un escaño implica mayor inversión en el territorio. Por su parte, los partidos Cambio Radical, Liberal, Conservador y la Coalición del Pacto Histórico fueron las cuatro agrupaciones políticas que más gastos reportaron y las que obtuvieron escaños en esta contienda electoral. En esta campaña, hubo mayor financiación a través de las figuras de donación, en especie y crédito por parte de personas naturales que personas jurídicas, con un 68.5% y 31.5% respectivamente.

Fundación Cívico Social Pro Cartagena -FUNCICAR:

Para las elecciones a la Cámara de Representantes de Bolívar la mayor fuente de financiación fueron los aportes y créditos de privados, siendo las personas naturales los que más financiaron con el 62,4%, mientras que el 37,6% corresponde a personas jurídicas. No obstante, entre las personas jurídicas que más financiaron las campañas, los partidos políticos y movimientos políticos fueron los principales aportantes privados.

Corporación Cívica de Caldas:

En las elecciones legislativas a la Cámara de Representantes por Caldas para el cuatrienio 2022 – 2026, la principal fuente de ingresos de los candidatos fueron los créditos o aportes que provenían del propio patrimonio de estos, de sus cónyuges o familiares, representando el 53,09 % del total de ingresos de las campañas. La segunda fuente de ingresos son las contribuciones, donaciones y créditos, en dinero o en especie, realizados por particulares con un porcentaje del 40,32 % del total de ingresos.

Corporación VIGÍA Cívica:

En el departamento de Risaralda se destaca que el control de las autoridades sobre la propaganda electoral en los espacios públicos no fue suficiente. En la labor de seguimiento de Corporación Vigía Cívica se evidenció que algunas campañas o candidatos eludieron el control de la inversión en publicidad exterior visual, mediante el uso de vallas que habitualmente contienen publicidad de empresas comerciales y que exhibieron su publicidad electoral. Lo cual se relaciona con que la propaganda electoral fue el gasto con más recursos reportados, con el 51,8% del total de gastos reportados por todos los candidatos.

Corporación Desarrollo y Paz de Córdoba y Urabá:

En la contienda para la Cámara de Representantes de Córdoba, la comparación entre los ingresos y gastos de las candidaturas elegidas, se puede evidenciar que los candidatos elegidos obtuvieron casi el doble de recursos que las candidatas elegidas. Así mismo, es claro que la financiación que tuvieron las candidatas elegidas y no elegidas por parte de los partidos políticos es un recurso importante para asegurar curules en los distintos espacios de participación. Puesto que, se puede analizar la importancia de la influencia de las casas políticas a las que representan cada candidato o candidata, ya que dichas casas cuentan con el poder económico para impulsar una candidatura y así adquirir una curul.

Transparencia por Santander:

Para las elecciones a la Cámara de Representantes por Santander, se inscribieron un total de 60 candidatos, que pertenecían a 10 partidos o movimientos políticos. En la competencia por obtener una de las ocho curules, el único partido o movimiento que obtuvo más de una curul fue el grupo significativo de ciudadanos Liga de Gobernantes Anticorrupción³⁹ con dos curules. No obstante, sus candidatos no fueron los que más ingresos y gastos reportaron, en total fueron \$1.189.320.502, siendo el movimiento que ocupó el tercer puesto en recursos invertidos de campañas.

Unidad de Acción Vallecaucana:

En el caso de las personas jurídicas, se identificó que uno de los principales financiadores es el partido político del candidato, que representa un 35% de estos ingresos. Cabe aclarar que, conforme pudimos identificar mediante entrevistas, los ingresos recibidos a través de un partido político pueden provenir de donaciones que personas jurídicas o naturales realizan a un candidato a través del partido. Este último tiene la capacidad de emitir certificados de donación que dan derecho a un descuento en el impuesto sobre la renta, equivalente al 25% del valor donado en el año, de acuerdo con el artículo 257 del Estatuto Tributario. En segundo lugar, se encuentran los aportes provenientes de empresas dedicadas a publicidad.

Para mayor información y consultar las crónicas y el balance de seguimiento electoral, elaborados por cada una de las organizaciones que conformaron la Alianza para el Control Ciudadano al Financiamiento de Campañas, diríjase al siguiente link: <https://transparenciacolombia.org.co/biblioteca/sistema-politico/>

CONCLUSIONES

Este balance permitió profundizar en la relación entre el funcionamiento de la democracia electoral y el financiamiento de la política, el rol que juegan los recursos privados en las campañas y como el proceso de rendición de cuentas permite contribuir a la transparencia política para prevenir que se den riesgos asociados a la corrupción y la captura del Estado por parte de los intereses privados.

A partir del análisis desarrollado se han evidenciado patrones en la financiación que desde Transparencia por Colombia se han expuesto en procesos electorales anteriores, como que las campañas requieren de una inversión de recursos importantes para tener éxito electoral. Por lo cual y para asegurar mayor equidad en las contiendas electorales, el Estado ha dispuesto de recursos públicos para garantizar la participación democrática a través de los anticipos. Así como permitir la financiación privada entendiéndola como una forma de participación política y de esta manera promover un sistema mixto de financiación.

No obstante, en la práctica el acceso a los recursos de anticipos fue limitado en las elecciones presidenciales y legislativas, un fenómeno que propicia la entrada de recursos de fuentes privadas para las contiendas; esto hace que el acceso desigual a las fuentes privadas restringe las posibilidades de participación y de éxito electoral para los candidatos que hacen parte de organizaciones nuevas y que es su primera elección. Situación que se une con la forma en la que se define el valor que tiene cada voto válido, bien sea que se acceda o no a anticipos estatales, pues se evidenció que se repone más dinero por voto válido cuando no se acceden a los anticipos, que cuando sí se beneficia de esta posibilidad.

³⁹ La Liga de Gobernantes Anticorrupción posterior a las elecciones legislativas recibió la personería jurídica como partido político.

Para promover la equidad de oportunidades en las elecciones el Estado ha definido una serie de controles y monitoreos al financiamiento de la política, así como para garantizar el correcto funcionamiento del sistema democrático. Uno de los controles que se han diseñado es la limitación del monto de campañas y en particular de los montos de los aportes privados. Sin embargo, en estas elecciones se pudo evidenciar que el tope de gastos resulta ser muy alto, pues hay una disparidad entre lo que se observa en la realidad frente a los límites que establece la autoridad electoral. Por lo que se muestra la necesidad de avanzar en una definición más acertada de los costos reales de campaña.

Sobre la rendición de cuentas de los ingresos y gastos de campañas, se ha avanzado en la adopción de mecanismos y herramientas para garantizar el reporte de estos recursos por parte de las candidaturas, tales como, la adopción del aplicativo Cuentas Claras y la obligación de rendición de cuentas en tiempo real por parte de las candidaturas. Esto contribuye a que haya acceso a la información por parte de la autoridad electoral, los órganos de control y de la ciudadanía; previniendo la posible consecución de delitos relacionados al financiamiento, fortaleciendo la y a la integridad en la política, la transparencia de los procesos electorales y el voto informado por parte de la ciudadanía. No obstante, se encontraron algunas dificultades en el proceso como: débil cultura de rendición de cuentas en tiempo real, errores en el reporte lo que afecta la calidad de la información, cambios en los reportes de ingresos y gastos luego del periodo establecido por la Ley 1475 de 2011. Por último, opacidad en la información de ingresos y gastos que reportan los partidos y movimientos políticos que optaron por la lista cerrada en las elecciones al Congreso de la República de 2022.

La propaganda electoral es el gasto en el que más recursos invierten las candidaturas. Frente a los gastos reportados por los candidatos en ambas contiendas electorales, se pudo evidenciar que la propaganda electoral es el gasto en el que más recursos se invierte, lo cual se puede tomar como una acción estratégica que incide en el éxito en las urnas, al facilitar la difusión de las campañas entre el electorado. No obstante, este gasto representa un reto sobre el control efectivo por parte de la autoridad electoral.

Bibliografía

Congreso de la República de Colombia (1994). Ley 130 de 1994 por la cual se dicta el Estatuto Básico de los partidos y movimientos políticos, se dictan normas sobre su financiación y la de las campañas electorales y se dictan otras disposiciones. Bogotá: Congreso de la República de Colombia. Disponible en: <http://pdba.georgetown.edu/Parties/Colombia/Leyes/Ley130.pdf>

Congreso de la República de Colombia (2005). Ley 996 de 2005 Por medio de la cual se reglamenta la elección de Presidente de la República, de conformidad con el artículo 152 literal f) de la Constitución Política de Colombia, y de acuerdo con lo establecido en el Acto Legislativo 02 de 2004, y se dictan otras disposiciones. Bogotá: Congreso de la República de Colombia. Disponible en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0996_2005.html

Congreso de la República de Colombia (2011). Ley 1475 de 2011 por la cual se adoptan reglas de organización y funcionamiento de los partidos y movimientos políticos, de los procesos electorales y se dictan otras disposiciones. Bogotá: Congreso de la República de Colombia. Disponible en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1475_2011.html

Consejo Nacional Electoral (2021). Resolución 8586 de 2021. Por la cual se corrige la Resolución No. 8262 del 17 de noviembre 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, se establece el uso obligatorio del software aplicativo “cuentas

claras” y se dictan otras disposiciones.”. Disponible en: <https://www.cne.gov.co/resoluciones-cne?download=9023:resolucion-n-8586-25-11-2021>

Consejo Nacional Electoral. (2022). Resolución 694 de 2022. Por la cual se reajusta el tope de los gastos a invertir en las campañas electorales por los candidatos a la Presidencia de la República en primera y segunda vuelta, y el valor de reposición por voto válido que se obtengan en las elecciones para Presidente de la República que se celebren en el 2022. Consultar en: <https://www.bogotajuridica.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=120433>

Infobae. (2022). Esta es la multimillonaria cifra que cuesta hacer campañas para las elecciones en Colombia. Consultar en: <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/02/04/esta-es-la-multimillonaria-cifra-que-cuesta-hacer-campana-para-las-elecciones-en-colombia/>

Misión de Observación Electoral. (2022). Resultados electorales Consultas interpartidistas, primera y segunda vuelta presidencial. Consultar en: <https://www.moe.org.co/wp-content/uploads/2022/07/Presidencia-consultas-primer-a-y-segunda-vuelta-1.pptx.pdf>

RCN Radio. (2022). Corte rechaza tutela del partido Verde Oxígeno que pedía anticipos para campaña. Consultar en: <https://www.rcnradio.com/politica/corte-rechaza-tutela-del-partido-verde-oxigeno-que-pedia-anticipos-para-campana>

Registraduría Nacional del Estado Civil. (2022). 39 002 239 colombianos están habilitados para votar en las elecciones de presidente y vicepresidente de la república de 2022 Consultar en: <https://www.registraduria.gov.co/39-002-239-colombianos-estan-habilitados-para-votar-en-las-elecciones-de.html>

Transparencia por Colombia. (2016). Análisis Cuentas Claras Elecciones 2015. Bogotá: Transparencia por Colombia. Consultar en: <https://transparenciacolombia.org.co/Documentos/Publicaciones/sistema-politico/INFORME-CUENTAS-CLARAS-2016.pdf>

Transparencia por Colombia. (2019). Análisis sobre el acceso a recursos para la inclusión efectiva de las mujeres en la política. Bogotá: ONU Mujeres & Transparencia por Colombia.

Transparencia por Colombia. (2021). ¿Cómo funciona Cuentas Claras? Una herramienta para la rendición de cuentas. Consultar en: https://www.cnecuentasclaras.gov.co/pdf/Cartilla_rendici%C3%B3n_de_cuentas.pdf

Transparencia por Colombia. (2022). Acceso a recursos para la inclusión de las mujeres en la política. Bogotá: Transparencia por Colombia.

W Radio. (2022). Ni las súplicas le sirvieron a Enrique Gómez para que el Estado financiara su campaña presidencial. Ver en: <https://www.wradio.com.co/2022/05/03/ni-las-suplicas-le-sirvieron-a-enrique-gomez-para-que-el-estado-financiara-su-campana-presidencial/>

Anexos

Anexo 1. Curules Senado por Organizaciones políticas.

Partidos políticos	Número de curules
Pacto Histórico - Senado Nacional	20
Partido Conservador Colombiano	15
Partido Liberal Colombiano	14

Coalición Alianza Verde y Centro Esperanza - Senado Nacional	13
Partido Centro Democrático	13
Partido Cambio Radical	11
Partido de la U	10
Partido Comunes	5
Coalición Partido Político Mira y Partido Colombia Justa Libres.	4
Movimiento Alternativo Indígena y Social "MAIS"	1
Movimiento Autoridades Indígenas De Colombia "AICO"	1
Total	107

Anexo 2. Topes de gastos de acuerdo a Resoluciones del Consejo Nacional Electoral.

Elección	Circunscripción electoral	Límite
Senado de la República	Circunscripción nacional ordinaria	\$ 96.215.827.231
Senado de la República	Circunscripción nacional especial por comunidades indígenas	\$ 2.886.474.816
Cámara de Representantes	Circunscripción internacional	\$ 2.641.051.457
Cámara de Representantes	Circunscripción nacional especial de minorías étnicas por las comunidades afrodescendientes	\$ 2.886.474.816
Cámara de Representantes	Circunscripción nacional especial de minorías étnicas por las comunidades indígenas	\$ 1.924.316.544
Cámara de Representantes	Circunscripción territorial especial de minorías étnicas por la comunidad raizal del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina	\$ 962.158.272
Cámara de Representantes	Entre 5.000.001 ciudadanos o más	\$ 20.093.516.658
Cámara de Representantes	Entre 4.000.001 y 5.000.000) ciudadanos	\$ 15.634.828.056
Cámara de Representantes	Entre 3.000.001 y 4.000.000 de ciudadanos	\$ 14.984.322.816
Cámara de Representantes	Entre 1.500.001 y 3.000.000 de ciudadanos	\$ 7.754.405.726
Cámara de Representantes	Entre 885.001 y 1.500.000 de ciudadanos	\$ 5.606.227.956
Cámara de Representantes	Entre 690.001 y 885.000 de ciudadanos	\$ 3.985.323.860
Cámara de Representantes	Entre 400.001 y 690.000 de ciudadanos	\$ 2.692.372.292
Cámara de Representantes	Entre 200.000 y 400.000 de ciudadanos	\$ 2.641.051.458
Cámara de Representantes	Censo electoral igual o inferior a 200.000 ciudadanos	\$ 1.506.613.332
Presidencial 2022	Primera vuelta	\$ 28.536.520.492
Presidencial 2022	Segunda vuelta	\$ 13.347.457.427

Fuente: Resolución No. 0227 de 2021, Resolución No. 1677 de 2021

Anexo 3. Códigos de ingresos - Congreso

Nombre del código	Descripción
101 créditos o aportes que provengan del patrimonio de los candidatos y familiares	Recursos que pertenecen a los candidatos o donaciones en dinero u en especie o créditos de sus cónyuges, compañeros permanentes o parientes hasta el 4to grado de consanguinidad.
102 contribuciones, donaciones y créditos de los particulares	Contribuciones, donaciones, créditos de personas naturales o jurídicas debidamente soportados.

103 créditos obtenidos en entidades financieras	Los créditos obtenidos por bancos o cooperativas legalmente constituidas, puede ser con garantía de pignoración de los recursos de reposición de gastos por votos válidos.
104 ingresos originados en actos públicos del partido o movimiento	El valor bruto de actividades como bazares, fiestas, bonos de contribuciones, publicaciones.
105 anticipos	El recurso estatal que la organización política tramita ante el Consejo Nacional Electoral.
106 recursos propios de origen privado de partidos y movimientos políticos	Recursos que las organizaciones políticas destinan a apoyar las campañas políticas, que en ocasiones pueden ser a través de actividades colectivas, propaganda política que dé visibilidad a toda la lista, entre otros.
107 otros ingresos	Son recursos de rendimientos financieros.

Anexo 4. Códigos de gastos - Congreso

Nombre del código	Descripción
201 gastos de administración	Los pagos realizados por arrendamiento de sedes, honorarios (asesores, comunicadores, logística, testigos electorales, colaboradores en calle, conductores), servicios públicos, viáticos (alimentación, hospedaje)
202 gastos de oficina y adquisiciones.	Pagos por papelería, cafetería, elementos de oficina, elementos de aseo.
203 inversión en materiales y publicaciones	Pagos por ejemplo de llaveros, esferos, gorras, agendas, entre otros. Sin contar publicidad.
204 actos públicos	Pagos de alquileres de salones, escenarios de eventos, sillas, mesas, conjuntos musicales, equipos de sonido, refrigerios.
205 servicio de transporte y correo	Pagos realizados por concepto de transporte aéreo y terrestre urbano, intermunicipal, taxis, transporte el día de elecciones, combustible y parqueadero (los cuales deben contar con un contrato de servicios, peajes, envío de correo, servicio fax. En los contratos y facturas y/o cuentas de cobro se debe especificar las fechas y los desplazamientos realizados por cada vehículo.
206 gastos de capacitación e investigación política	Pago de los capacitadores, materiales de apoyo, capacitadores de testigos electorales, alquiler de espacios.
207 gastos judiciales y de rendición de cuentas	Pago de honorarios de abogados, gerentes de campaña y contador público.
208 propaganda electoral	Registrará el valor total pagado por concepto de: avisos, medios de comunicación social (cuñas radiales, perifoneo, prensa, publicidad en televisión, redes sociales, revistas), pasacalles, pendones, vallas, volantes, demás medios impresos de amplia circulación, medios de comunicación digital. En el caso que una persona apoye al candidato(a) haciendo propaganda electoral a su favor, deberá respetar los límites establecidos por el CNE, y el valor se incluirá como donación en especie a la campaña.
209 costos financieros	Pago de intereses, comisiones, capital. De conformidad al artículo 25 de la Ley 1475, si se hace el descuento del gravamen a los movimientos financieros (4 por mil) este debe pedirse al banco que sea devuelto y que efectivamente la cuenta debe quedar exenta de este cobro.
210 gastos que sobrepasan la suma fijada por el consejo nacional electoral	En caso de sobrepasar el tope de gastos establecido por el CNE se debe registrar el valor correspondiente a la cantidad sobrepasada, y se deberá aclararse por qué se excedieron estos topes.
211 otros gastos	En caso de tener un gasto que no se incluya en los rubros anteriores

Anexo 5. Códigos de ingresos - Presidenciales

Código	Nombre Ingreso
101 relación de recursos propios y contribuciones de los familiares	Recursos que pertenecen a los candidatos o donaciones en dinero u en especie o créditos de sus cónyuges, compañeros permanentes o parientes hasta el 4to grado de consanguinidad.
102 relación de contribuciones o donaciones de los particulares	Donaciones en dinero de personas naturales debidamente soportados.
103 rendimiento de inversiones	Recursos obtenidos por beneficios de una determinada operación financiera.
105 créditos del sector financiero	Los créditos obtenidos por bancos o cooperativas legalmente constituidas, puede ser con garantía de pignoración de los recursos de reposición de gastos por votos válidos.
106 créditos en dinero de particulares	Créditos de personas naturales
107 relación ayudas en especie valoradas a su precio comercial	Donaciones en especie tomando el valor comercial del bien o servicio otorgado a la campaña.
108 recursos de la organización que inscribe la candidatura	Recursos que las organizaciones políticas destinan a apoyar las campañas políticas, que en ocasiones pueden ser a través de actividades colectivas o de propaganda política

Ingresos por candidatos

Con el fin de realizar un análisis más detallado, la siguiente tabla desagrega el total de ingresos por candidatos en las campañas presidenciales a primera vuelta.

Tabla ingresos de los candidatos y primera vuelta

Nombre del Candidato	Valor de los ingresos
Federico Gutiérrez Zuluaga	\$ 25.459.398.058
Gustavo Petro	\$ 19.977.255.890
Sergio Fajardo	\$ 9.209.652.135
Rodolfo Hernández	\$ 4.223.386.532
John Milton Rodríguez	\$ 2.845.935.264
Enrique Gómez Martínez	\$ 193.880.000
Ingrid Betancourt	\$ 173.075.180
Luis Pérez	\$ 133.499.157
Total	\$ 62.216.082.216

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras.