



BALANCE ELECTORAL

2022

CAPÍTULO ANTIOQUIA

BALANCE ELECTORAL – CÁMARA DE REPRESENTANTES ANTIOQUIA

Comparativo de curules obtenidas para la Cámara de Representantes en 2018 y 2022 en Antioquia.

Tabla 1. Comparativo de curules obtenidas para la Cámara de Representantes en 2018 y 2022 en el departamento de Antioquia

Partido político	Curules 2018	Curules 2022
1. Partido Centro Democrático	7	4
2. Partido Conservador Colombiano	3	3
3. Partido Liberal Colombiano	3	3
4. Partido Alianza Verde	1	2
5. Coalición Pacto Histórico	0	3
6. Coalición Centro Esperanza	0	1
7. Coalición Partidos Cambio Radical - Colombia Justas Libres - MIRA	0	1
8. Partido Cambio Radical	1	0
9. Partido Social de Unidad Nacional Partido de la U	1	0
10. Partido Dignidad	1	0
11. Partido Comunes	1	1
Total	18	18

Fuente: Elaboración propia con base en la información de la Registraduría Nacional del Estado Civil.

Con respecto a la distribución de las/os representantes antioqueños electos, de ellos solo cuatro (4) repiten (22,2%), uno del partido Liberal, dos del Centro Democrático y uno de la Coalición de los Partidos Cambio Radical, Colombia Justa Libre y MIRA; los 14 restantes (77,8%) llegan por primera vez a esta instancia y para varias/os es su primera incursión en la política aun sin tener experiencia o trayectoria – por ejemplo, Susana Gómez del Pacto Histórico, joven música que se dio a conocer en el paro nacional del año 2021 o Luis Miguel López del Partido Conservador, respaldado por el también primíparo movimiento religioso Mariano Unión Familia, desconocido en el medio, pero con base electoral puesto que logró además una curul para el Senado–, lo que permitiría decir que sí hubo renovación en la Cámara antioqueña. Sin embargo, esta es una renovación engañosa porque algunos de las/os candidatos elegidos no están desligados de caciques políticos de sus regiones o municipios (por ejemplo, tres (3) representantes electos por el partido Conservador, llegan a la Cámara por primera vez, pero como fórmula de senadores con trayectoria y/o maquinarias electorales).

Desde los partidos/alianzas, los más afectados fueron los de centro-derecha con la pérdida de cinco (5) curules con respecto al período pasado, sumadas las de los partidos Centro Democrático, Cambio Radical y De la U; por el contrario, los partidos/coaliciones de centro izquierda Pacto Histórico, Alianza Verde y Centro Esperanza ganaron 5, pasando de 1 a 6 curules (aunque el partido Dignidad perdió su representación); los liberales y conservadores lograron mantener la misma representación (3 cada uno); Cambio Radical obtuvo una curul, pero en alianza con los partidos Colombia Justa Libre y MIRA.

En cuanto a las mujeres, la representación es ligeramente mayor respecto al período legislativo pasado, pasando de 3 (16.7%) a 4 (23.5%), aunque muy lejos todavía de la paridad; el Centro Democrático mantiene la representación de una mujer, el partido Liberal gana 1 y el Pacto Histórico es el de mayor representación con dos (2) mujeres; todas llegan por primera vez

Costo promedio de las campañas a la Cámara de Representantes en el Departamento de Antioquia

Tabla 2. Costos promedio de las campañas entre elegidos y no elegidos Cámara de Representantes Antioquia

Número de candidatos a la cámara de Representantes	Total ingresos	Promedio ingresos	Total gastos	Promedio gastos
147	\$ 14.752.050.584	\$ 100.354.086	\$ 14.613.070.825	\$ 99.408.645
Candidatas/os elegidos	Total ingresos elegidas/os	Promedio ingresos elegidas/os	Total gastos elegidas/os	Promedio gastos elegidas/os
18	\$ 6.759.521.877	\$ 375.528.993	\$ 6.757.113.740,00	\$ 375.395.208
Candidatos no elegidos	Total ingresos no elegidos	Candidatos no elegidos Total ingresos no elegidos	Total gastos no elegidos	Promedio gastos no elegidos
129	\$ 7.992.528.707	\$ 61.957.587	\$ 7.855.957.085,00	\$ 60.898.892

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

El costo promedio de gastos de las 147 campañas a la Cámara de Representantes fue de \$ 99.408.645 (gastos totales de \$ 14.613.070.825); el de las campañas de las/os 18 candidatos elegidos fue de 375.395.208 (gastos totales de \$ 6.757.113.740); y, el de las/os no elegidos fue de \$ 60.898.892 (gastos totales de \$ 7.855.957.085).

El promedio de gastos en las campañas de las/los candidatos elegidos está un 83,8% por encima del de aquellas que no lo fueron, y, un 73,5% por encima del promedio general de gastos; las cifras muestran que las/os elegidos se gastan casi la mitad (46,2%) de lo que gastan todas las campañas y por lo tanto, los aportes que van a los no elegidos suman más de la mitad de los aportes hechos a todas las campañas, lo que significa que se “pierde” un poco más de la mitad (55,8%) de los recursos provenientes de familiares, particulares o adquiridos a través de créditos, lo que hace que posteriormente en algunos casos, movimientos o personas, terminen en la quiebra y respondiendo por grandes deudas.

Gastos de candidatos reelegidos vs gastos de candidatos elegidos por primera vez

Tabla 3. Comparación entre ingresos y gastos de los reelegidos y elegidos por primera vez

Nombre del candidato	Ingresos	Gastos
Candidatos reelegidos		
1. Mauricio Parodi Diaz	\$ 638.655.250	\$ 638.655.250
2. Julián Peinado Ramírez	\$ 624.131.988	\$ 622.814.373
3. Oscar Darío Pérez Pineda	\$ 538.370.729	\$ 538.370.729
4. Juan Fernando Espinal Ramírez	\$ 364.369.050	\$ 363.676.319

Subtotal	\$ 2.165.527.017	\$ 2.163.516.671
Candidatas/os elegidos por primera vez		
5. David Alejandro Toro Ramírez	\$ 757.578.000	\$ 757.592.967
6. Daniel Restrepo Carmona	\$ 730.938.000	\$ 730.905.294
7. Andrés Felipe Jiménez Vargas	\$ 651.450.000	\$ 651.450.000
8. María Eugenia Lopera Monsalve	\$ 530.300.833	\$ 530.287.872
9. Yulieth Andrea Sanchez Carreño	\$ 397.996.000	\$ 397.947.613
10. Luis Carlos Ochoa Tobón	\$ 385.459.190	\$ 385.459.190
11. Hernán Darío Cadavid Márquez	\$ 303.541.500	\$ 303.535.685
12. Daniel Carvalho Mejía	\$ 196.752.084	\$ 196.734.766
13. Elkin Rodolfo Ospina Ospina	\$ 195.650.000	\$ 195.466.401
14. Juan Camilo Londoño Barrera	\$ 167.017.653	\$ 167.017.653
15. Susana Gomez Castaño	\$ 81.337.523	\$ 81.337.523
16. Luis Miguel López Aristizábal	\$ 79.582.500	\$ 79.573.182
17. Luz María Múnera Medina	\$ 73.774.520	\$ 73.774.520
18. Pedro Baracutao García Ospina	\$ 42.529.100	\$ 42.514.403
Subtotal	\$ 4.593.906.903	\$ 4.593.597.069

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

La tabla deja en evidencia que las campañas para conservar la curul son costosas puesto que el total de gastos de las cuatro campañas de candidatos reelegidos corresponden al 47% del total de gastos de las 14 campañas de las/os candidatos que llegaron por primera vez; y en términos de promedio de gastos, el de los reelegidos es 200 millones más alto que el promedio de las/os "primíparos" (\$540.879.168 y \$ 328.114.076, respectivamente). Los gastos de las campañas para reelegirse estuvieron entre 350 y 650 millones; si bien, entre quienes llegaron por primera vez hay tres (3) campañas que superan el monto superior de los reelegidos, hay ocho (8) campañas que están por debajo del monto inferior, de estas, siete (7) están por debajo de 200 millones y de estas, cuatro (4) por debajo de los 100 millones; en síntesis, la diferencia entre la campaña más costosa de los reelegidos y la de menor costo¹ de quienes llegaron por vez primera, es de 559 millones aunque si miramos solo entre estos últimos, la diferencia es de un poco más de 680 millones, curiosamente ambos del mismo partido. ¿Cómo explicar que los reelegidos, que se supone ya son conocidos, inviertan mucho más que la mayoría de quienes hacen campaña por primera vez? ¿Cómo alguien Daniel Restrepo Carmona –Partido Conservador, reelegido- que gasta 380 millones en propaganda electoral y 280 millones en actos públicos llega a la Cámara en compañía de otro, -Luis Miguel López, primera vez, de su mismo partido-, que gasta 37 millones en propaganda electoral y cero (\$) en actos públicos? ¿Todo puede atribuirse a la fuerza de la iglesia a la que pertenece el segundo?

En cuanto a las mujeres, ya se dijo que las cuatro (4) representantes elegidas llegaron por primera vez; dos (2) de ellas hicieron las campañas menos costosas de las/os 17 representantes², Susana Gómez y Luz María Múnera de la coalición del Pacto Histórico que presentó lista cerrada, aspecto que puede

¹ Se excluye el costo de la campaña del candidato del partido Comunes – que fue la menos costosa –, por tener curul asegurada.

² Nuevamente, no se tiene en cuenta la campaña del representante del Partido Comunes

incidir en el bajo costo de ambas campañas; una (1), Yulieth Andrea Sánchez del Partido Centro Democrático, hizo una campaña con un costo cercano a los 400 millones, Y por último, la de María Eugenia Lopera Monsalve del Partido Liberal, que superó los 500 millones, quedando en el grupo de las más costosas. La diferencia entre ellas estuvo en los financiadores, las dos campañas del Pacto histórico tuvieron 2 pequeños aportes de personas naturales respectivamente, mientras que la mayor parte (87,4%) de la financiación de Yulieth Sánchez provino de donaciones de particulares (personas naturales y empresas) y, la campaña de María Eugenia Lopera obtuvo la mayor parte (58,4%) de donaciones propias o de familiares y el resto de donaciones de particulares.

Ingresos y gastos agrupados según partidos

Una división simple entre dinero gastado por cada partido o coalición y número de curules obtenidas, muestra que las Coaliciones Partidos Cambio Radical Colombia - Justa Libre - MIRA (un poco más de dos mil millones) y Centro Esperanza Antioquia (más de mil millones) fueron las de peor rendimiento, con las curules más costosas; para los partidos restantes que obtuvieron curules fue menos oneroso pues con excepción del partido Comunes, el costo por curul estuvo entre 500 y 950 millones. Ahora, si miramos la relación número de curules obtenidas versus el número de candidatas/os presentados, el partido más efectivo fue el Conservador puesto que el 25% de las/os candidatas llegaron a la Cámara, seguido por el Centro Democrático con el 23,5%; como puede deducirse, los menos efectivos fueron los dos (2) partidos que no obtuvieron curul y las coaliciones Partidos Cambio Radical Colombia - Justas Libres - Mira y Centro Esperanza, con 5,9% y 6,25% respectivamente; los demás partidos obtuvieron un promedio de 18% de efectividad.

Ingresos y gastos agrupados según partidos

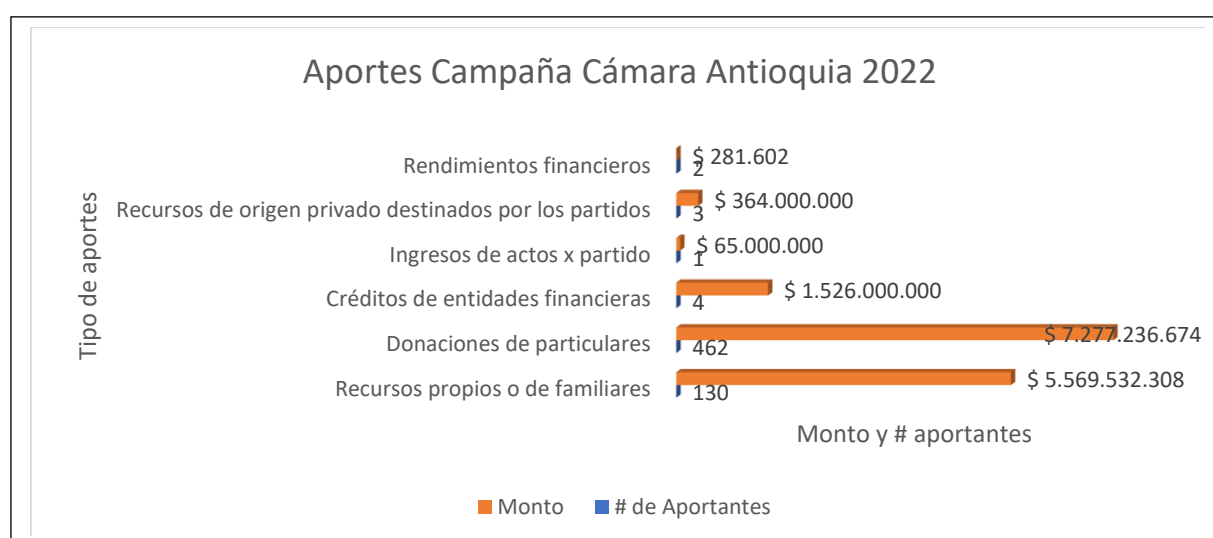
Tabla 4. Ingresos y gastos de las organizaciones políticas

Organización política	Ingresos	Gastos	Curules obtenidas	Costo curul	Total Candidatos Presentados	Porcentaje de Efectividad
Coalición Partidos Cambio Radical Colombia - Justas Libres - Mira	\$ 2.045.911.736	\$ 2.013.841.457	1	\$ 2.013.841.457	17	5,88%
Coalición Centro Esperanza Antioquia	\$ 1.191.016.801	\$ 1.124.385.852	1	\$ 1.124.385.852	16	6,25%
Partido Centro Democrático	\$ 3.700.585.268	\$ 3.697.988.579	4	\$ 924.497.145	17	23,53%
Partido Conservador Colombiano	\$ 2.162.273.854	\$ 2.154.997.688	3	\$ 718.332.563	12	25,00%
Partido Liberal Colombiano	\$ 1.959.321.628	\$ 1.953.785.677	3	\$ 651.261.892	16	18,75%
Coalición Pacto Histórico	\$ 1.660.778.000	\$ 1.660.768.571	3	\$ 553.589.524	17	17,65%
Partido Alianza Verde	\$ 1.025.743.296	\$ 1.027.815.429	2	\$ 513.907.715	11	18,18%
Partido Comunes	\$ 45.529.100	\$ 45.514.403	1	\$ 45.514.403	4	25,00%
Partido de la Unión por la Gente "Partido de La U"	\$ 806.483.100	\$ 806.381.808	0		17	0,00%
Movimiento De Salvación Nacional	\$ 154.407.801	\$ 127.591.361	0		13	0,00%
Total	\$ 14.752.050.584	\$ 14.613.070.825	18	\$ 811.837.268	140	12,86%

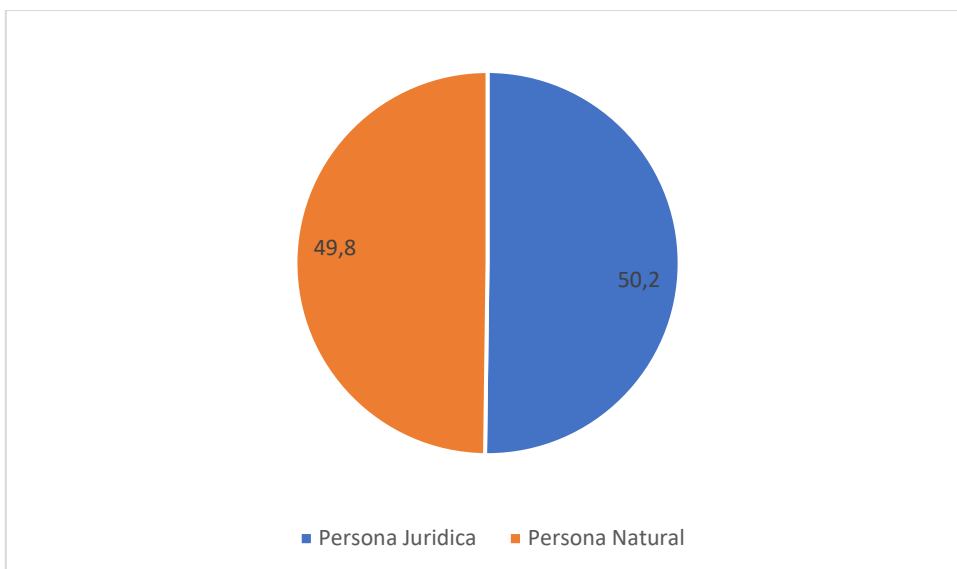
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras

Financiación por tipo de aportante:

El total de aportantes a las campañas a la Cámara 2022 en Antioquia, fue de 596; de ellos, el mayor número de aportantes, 462, corresponde a donantes particulares (empresas y personas naturales) así como el mayor monto de las donaciones, \$ 7.277.236.674; poniendo el foco solo en las/os candidatas elegidos, el número de aportantes disminuye a 173 y el monto de las donaciones a \$ 3.655.335.774, lo que puede sintetizarse en que un poco más de la tercera parte (37,5%) de las/los aportantes particulares, donaron la mitad de los ingresos en este rubro. El segundo lugar en aportes recibidos proviene de recursos propios o de familiares de las/os candidatas y se contabilizan aportes de 130 candidatas/os y familiares por un valor de \$ 5.569.532.308, el 76,5% de lo obtenido por donaciones de particulares; para las/os representantes elegidos, los aportantes se reducen a 25, pero los aportes son de \$ 2.437.071.299, mostrando que las/os no elegidos aportaron o recibieron en promedio donaciones de un poco más de 29 millones, en contraste con las aportadas o recibidas por las/os elegidos, que estuvieron alrededor de 97, 5 millones.



En relación con los aportes de particulares, se dio un más alto número de personas naturales donantes que de empresas (personas jurídicas), pero el valor de los aportes de ambas está muy cercano: \$ 3.605.386.982 (49,8%) y \$ 3.630.591.692 (50,2%) respectivamente, la mayoría de ellos son donaciones. Una mirada a este rubro en las/os candidatas elegidos muestra que el 66,2% fueron donaciones y donaciones en especie por un valor de \$ 2.418.923.741 (en proporción 70 a 30 aproximadamente); el 30,4% correspondió a créditos con empresas o personas naturales por un valor de \$ 1.111.412.033; y el 3,4% fueron contribuciones por un valor de \$ 125.000.000



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

Top Financiadores Antioquia

	Aportante	Nombre Candidato	Aporte	Total
1	Brands Ad Business S.A.S	David Alejandro Toro Ramírez	\$ 600.000.000	\$ 600.000.000
2	Fondo Nacional Económico del Partido Conservador Colombiano	Daniel Restrepo Carmona	\$ 150.250.000	\$ 277.000.000
		Andrés Felipe Jiménez Vargas	\$ 126.750.000	
3	Partido Liberal Colombiano	Julián Peinado Ramírez	\$ 195.000.000	\$ 260.000.000
		María Eugenia Lopera M	\$ 40.000.000	
		Luis Carlos Ochoa T	\$ 25.000.000	
4	Fundación Propública	Daniel Carvalho	\$ 20.000.000	\$ 80.000.000
		Hernán Darío Cadavid	\$ 30.000.000	
		Oscar Darío Pérez	\$ 30.000.000	
5	Cromaticapex SAS	Julián Peinado Ramírez	\$ 79.740.000	\$ 79.740.000
6	Fundación Pensamiento Democrático	Oscar Darío Pérez	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000

El total de donaciones de particulares a las campañas de las/los congresistas antioqueños, fue de \$ 7.227.236.654, que constituye solo el 5,7% de lo donado a las 1.805 campañas al congreso realizadas en todo el país (\$ 126.476.317.067). Sesenta y una personas jurídicas aportaron \$ 2.159.621.954 a las campañas de los representantes antioqueños elegidos; presentan muy variadas actividades; algunas de ellas, con cuestionamientos o inconsistencias en la información, aparecen como las principales aportantes, pero de ellas, solo cuatro realizaron aportes de más de 100 millones de pesos, pero sorprende el aporte por \$ 600.000.000 de la empresa de publicidad Brands ad Business a la campaña del representante por la Coalición

Pacto Histórico, David Alejandro Toro, la contribución más alta registrada. El medio alternativo El Armadillo publicó un artículo³ sobre los aportes y gastos de la bancada antioqueña del Congreso de la república, en el que indica que dicho monto corresponde a un crédito en especie representado en el desarrollo de la estrategia digital y pauta en redes además de otras actividades como logística, entrega de material, creación de caravanas, tomas de pueblos, mensajes implementados por regiones, etc.; plantean que el aporte era para la campaña del Pacto Histórico, pero se registró a nombre de este representante porque era quien encabezaba la lista; no obstante, esto no sucede con otros aportes realizados a la misma coalición, en las que los montos aparecen claramente divididos entre varias/os candidatas de la lista, adicionalmente, el gerente de la empresa hizo una donación a título personal, de \$ 10.000.000. En el mismo artículo se plantean interrogantes frente a esta empresa registrada en la ciudad de Cali, puesto que, desde su constitución en 2019, no ha generado ingresos ni gastos, que, al tratar de resolverlos con sus representantes, se obtuvieron respuestas no satisfactorias o evasivas. ¿Qué interés puede tener una empresa que no muestra ingresos (ni gastos), en conceder un alto crédito – así sea en especie – a una campaña política de un departamento diferente a su lugar de origen, destinando un equipo de 15 personas, de acuerdo con lo expresado por el gerente? Amerita seguir la pista en contrataciones para esta empresa, bien sea con la alcaldía de Medellín, o con los ministerios nacionales.

Algunas empresas aparecen con un aporte moderado a alguna de las campañas, pero al mirar más atentamente se encuentra que la financiación de algunas de ellas está repartida en distintos candidatas/os de varios partidos en el país, pudiendo al final, llevar al congreso verdaderas “bancadas” lo que explica, en parte la dificultad para que determinadas propuestas favorables a la salud, la educación, el desarrollo social, sean rechazadas una y otra vez, o se aprueben algunas francamente inconvenientes. Resaltan las siguientes empresas:

- i) Postobón: Destinó \$ 1.479.000.000 para financiar campañas, en Antioquia apoyó solo un representante a la Cámara (Mauricio Parody) con el 3% del total, pero entre las/los congresistas actuales hay ocho (8) senadoras/es y cuatro (4) representantes a la Cámara que recibieron aportes de esta empresa. Es evidente el conflicto de interés en temas como el impuesto a bebidas azucaradas, la identificación y veracidad sobre ingredientes de dichas bebidas, además de la diversidad de productos que maneja esta empresa.
- ii) Bavaria: Destinó \$ 1.035.000.000 repartidos en 21 campañas a Senado y Cámara (en Antioquia apoyo también la de Mauricio Parody), de las cuales alcanzaron curul siete (7) senadoras/es y tres (3) representantes. Para todas las decisiones relacionadas con producción, exportación e importación de cervezas (posee o representa 20 marcas, además de otras bebidas de malta y aguas) estos 11 congresistas tendrán conflictos de interés

³ <https://elarmadillo.co/investigaciones/empresas-y-cacaos-que-donaron-plata-a-las-campanas-de-los-congresistas-antioquenos/>

- iii) Valorem: Este grupo surgió Valores Bavaria en el 2004, actualmente lo conforman El Espectador, Caracol, Cine Colombia, D1, Refocosta, Ditransa, San Francisco Investments y en menor proporción, Gases del Caribe⁴; sus dueños son los mismos de Bavaria. Para las pasadas elecciones donó \$ 531.000.000 a 12 campañas al congreso, de ellas lograron curul tres (3) senadores y dos (2) representantes (uno de Antioquia, Oscar Darío Pérez), con evidentes conflictos de interés; si en algunos temas se suman a las/los financiados por Bavaria conformarían una “bancada” alrededor de 15 congresistas, más grande que las de algunos partidos o movimientos.

En cuanto a los aportes realizados por los partidos (contribuciones, donaciones y/o créditos), la Fundación Pensamiento Democrático hizo donaciones a Oscar Darío Pérez, uno de sus cuatro candidatos; el Fondo Nacional Económico del Partido Conservador a Andrés Felipe Jiménez y Daniel Restrepo, dos de sus tres candidatos; el Partido Liberal, aportó a sus tres candidatos, Julián Peinado, María Eugenia Lopera y Luis Carlos Ochoa, pero con amplia diferencia entre los montos como puede verse también en la gráfica anterior. ¿A qué obedecen las diferencias en los montos de donaciones o cuáles son las razones para donar a unos y otros no?

En relación con las donaciones por parte de fundaciones, resalta la de Fundación Propública del grupo Corona, que aportó \$ 797.000.000 a 23 campañas de Senado y Cámara, entre ellas las de tres (3) representantes por Antioquia, uno de la Coalición Centro Esperanza por \$ 20.000.000 y dos del Centro Democrático (\$ 30.000.000 c/u)

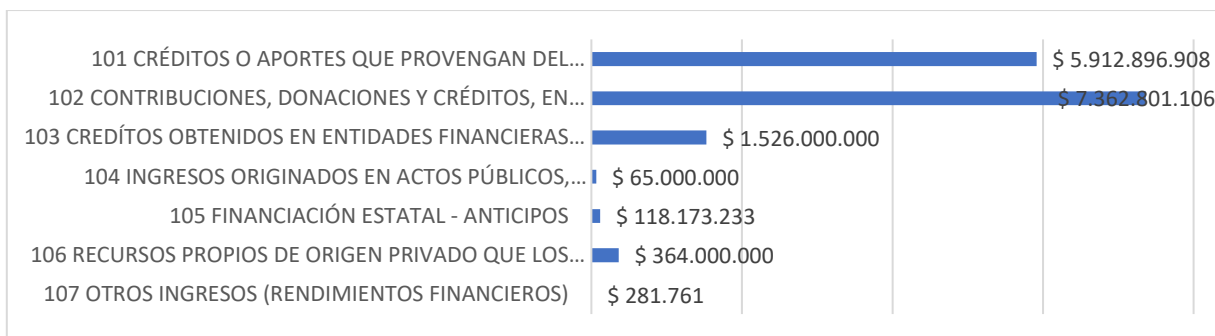
Finalmente, hay campañas que llaman la atención por los escasos aportes recibidos: la de Luz María Múnera del Pacto Histórico, no presenta aportes de empresas ni de personas, un único aporte de 3 millones de la Central Unitaria de Trabajadores y un crédito con entidad financiera que no supera los 80 millones; la de Susana Gómez tampoco recibió aportes de empresas y la de Elkin Rodolfo Ospina del Partido Alianza Verde no reporta ningún aporte de origen particular.

Ingresos y Gastos de campaña por código

Ingresos de campaña por código:⁵

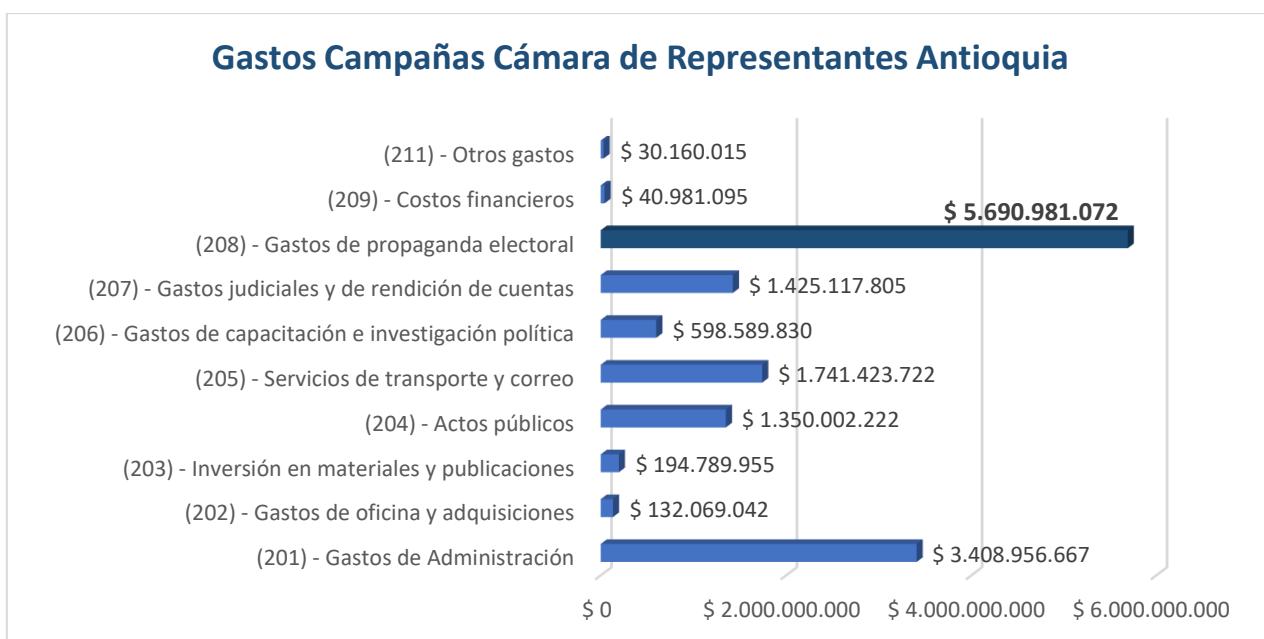
⁴ La participación de Valorem en cada una de las empresas está entre el 60% y el 80%, con excepción de Gases del Caribe donde la participación es de un 20%

⁵ Algunos datos a fecha de nov 28, ya han cambiado; por ejemplo, *Donaciones de particulares* aumentó en un donante, pero el valor disminuyó en poco más de 41 millones



La mayor fuente de ingresos para las campañas de las/los candidatos antioqueños a la Cámara de Representantes, como se dijo antes, provino de 462 donaciones de particulares (101 empresas y 361 personas naturales) que representa el 49,1% del total de los ingresos; las/os candidatos con mayores aportes por parte de empresas fueron David Alejandro Toro del Pacto Histórico (\$ 600.000.000), Julián Peinado del Partido Liberal (\$ 279.740.000) y Mauricio Parody de la Coalición Partidos Cambio Radical - Colombia Justa Libre – MIRA (\$ 190.000.000). La segunda fuente de ingresos fueron los 130 aportes propios o de familiares, que equivalen al 37,6% de los ingresos recaudados y allí, los mayores aportantes estuvieron en las campañas de Andrés Felipe Jiménez del Partido Conservador (\$ 523.800.000), Julián Peinado y María Eugenia Lopera del Partido del Partido Liberal (\$ 315.000.000 y \$ 309.000.000 respectivamente). Los créditos de entidades financieras representaron el 10,3% de los ingresos; de las/los representantes elegidos, solo cuatro (4) accedieron a créditos por un valor de \$ 527.000.000. Los ingresos en los tres (3) rubros restantes, alcanzan un 2,9%, por lo que no son muy representativos. El total de ingresos para las campañas, fue de **\$14.802.050.584** y el de las campañas de las/los elegidos fue de \$ 6.759.521.877.

Gastos de campaña por códigos



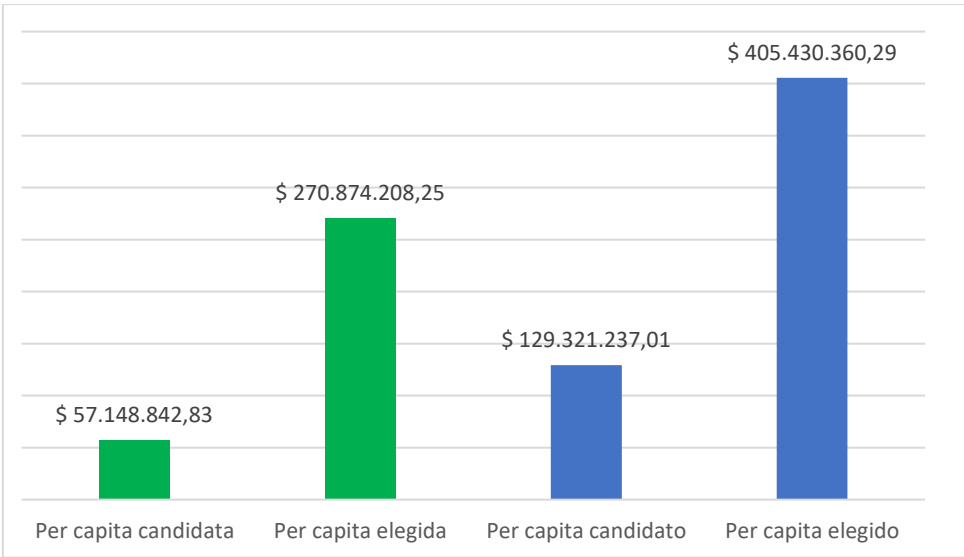
Los gastos de las campañas antioqueñas alcanzaron un total \$ 14.613.071.425 y los de las/los candidatos elegidos fueron de \$ 6.757.113.740 (46%). La mayor parte de los gastos se destinó a la producción y difusión de propaganda electoral (38,9%) y, en general este es el mayor gasto en todas las campañas; las/os candidatos de mayor inversión en este rubro fueron Margarita Eugenia Lopera M y Julián Peinado del Partido Liberal (\$ 348.124.000 y \$ 302.848.000) y Oscar Darío Pérez del Centro Democrático (\$ 294.997.000). En segundo lugar, están los gastos de administración que representan el 23,3% del total y en el que llama la atención, por ejemplo, la diferencia entre los tres Representantes anteriores (\$ 8.167.700, \$ 304.517 y \$ 143.373.416 respectivamente) lo que puede implicar que no hay unidad de criterio sobre qué se considera gastos de administración. El tercer lugar en gastos es el de los servicios de transporte y correo, que representan el 11,9% del total

Financiación Mujeres

Ingresos per cápita de las candidatas elegidas

El total de ingresos obtenidos por las 56 campañas de las candidatas a la Cámara, fue de \$ 3.781.371.727 y el de las cuatro (4) candidatas elegidas fue de \$ 1.083.496.833 (28,65%), que en términos de promedio de ingresos per cápita muestra que los ingresos de cada candidata, representa solo el 21,1% de los ingresos de cada elegida; esta relación para los hombres, es del 31,9%. Los ingresos per cápita de todas las candidatas representan el 44,1% de los ingresos per cápita de los candidatos a Cámara por Antioquia; analizando la relación entre los ingresos de las y los elegidos, se ve un poco más cercana puesto que los ingresos per cápita de las elegidas representan el 66,8% de los ingresos per cápita de aquellos que obtuvieron curul.

Gráfica 1. Ingresos de candidatas per cápita candidatos a Cámara de Representantes

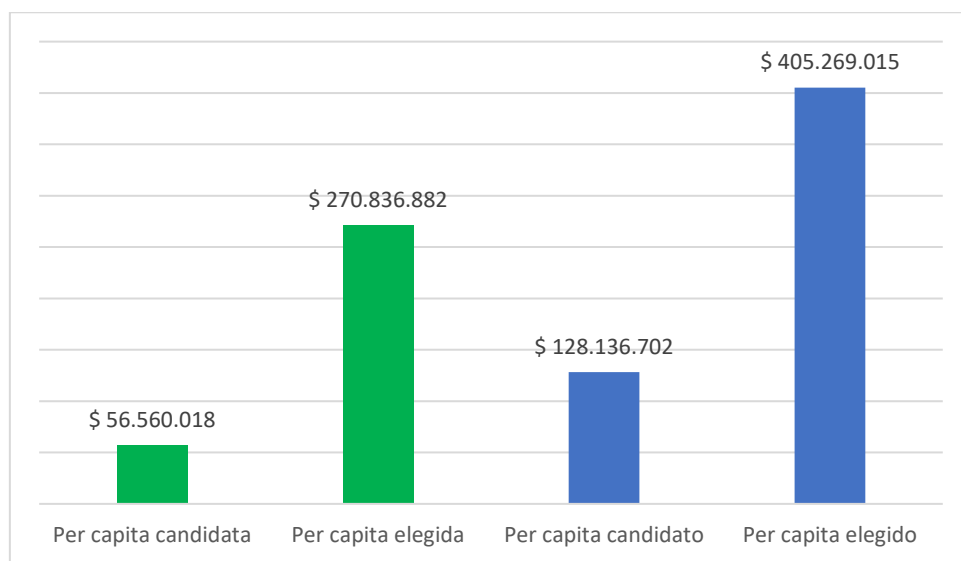


Fuente: Elaboración propia con base en datos del Aplicativo Cuentas Claras

Gastos per cápita de las candidatas elegidas

El análisis de los gastos muestra los mismos porcentajes encontrados para los ingresos; los gastos per cápita de todas las candidatas equivalen al 44,1% de los gastos de los hombres y, los gastos de las elegidas equivalen al 66,8% de los gastos de los elegidos, lo que es esperable puesto que el tope de gastos están condicionados por los ingresos y no gastarse todo lo que ingresa sería perjudicial para las/os candidatas.

Gráfica 2. Gastos Per Cápita de las y los candidatos y las y los elegidos a la Cámara de Representantes



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

Finalmente, el porcentaje de mujeres elegidas (4) representa el 7% del total de candidatas (56) mientras que, para los hombres, el porcentaje hombres elegidos (14) equivale al 16% del total de candidatos (85). Es muy posible que, si disminuye la diferencia en ingresos y por ende en capacidad de gastos, aumenten también las posibilidades de las mujeres de aumentar su número en cargos legislativos.