

Hoja de datos

Alta dependencia de recursos privados para la financiación de las campañas políticas.

En el caso de las campañas de 2022 se observa que:

- La mayor fuente de ingresos para las elecciones legislativas se originó en las contribuciones, donaciones y créditos de personas naturales y jurídicas. Para Atlántico, Bolívar, Caldas, Córdoba y Santander se registra un mayor monto de aportes de personas naturales. En contraste, Antioquia, Risaralda y Valle registraron mayores contribuciones por parte de personas jurídicas.
- En las campañas presidenciales los créditos del sector financiero representaron la mayor fuente de recursos concentrando el 81% del total de ingresos.

Financiamiento público durante el desarrollo de las campañas es prácticamente nulo.

La fórmula en la que se establece el monto de la reposición de gastos por votos válidos para las elecciones presidenciales desincentiva la solicitud de anticipos, puesto que, en cierta forma, el criterio con el que se define el valor del voto válido se convierte en un incentivo que fomenta la no solicitud de anticipos, dado que se obtienen más ganancias por reposición de votos en el escenario en que las candidaturas no accedan a estos. (Resolución 0694 de 2022).

- Para las campañas legislativas, los anticipos estatales representaron solamente el 4.1% del total de los ingresos de campañas.
- Por su parte en las campañas presidenciales, ningún candidato financió su candidatura mediante anticipos estatales.

Barreras para el acceso a los recursos de campañas.

- Si se comparan los recursos de un elegido al Senado con un candidato no elegido se puede ver que un elegido en promedio reportó ingresos 11 veces más altos que un candidato no elegido. Lo que evidencia que las probabilidades de tener éxito en las urnas están directamente relacionadas con la cantidad de recursos que se puedan invertir en la campaña.
- Persisten las barreras en el acceso a recursos para el financiamiento de campañas de mujeres. Por ejemplo, el informe muestra cómo en el Senado cada mujer elegida debió invertir en promedio 6 veces más recursos que una mujer no elegida, mientras que cada hombre elegido tuvo que invertir en promedio 4 veces más que uno no elegido.
- Los partidos y movimientos políticos no apoyan las campañas de las mujeres de la misma manera que las de los hombres. Por ejemplo, se observa que, en el caso de la Cámara de Representantes, diez organizaciones políticas dieron donaciones a 75 candidatas por un total de \$3'060.859.061, mientras que, 138 candidatos recibieron un total de \$7'799.447.948.

Opacidad en la información de ingresos y gastos de campañas

El seguimiento a los reportes hechos a través de Cuentas Claras, muestran varias falencias en términos de la calidad de la información reportada, por ejemplo:

- Tanto en primera vuelta como en segunda vuelta de las campañas presidenciales, los candidatos reportaron gastos más altos que los ingresos. En la primera vuelta los ocho candidatos registraron ingresos por \$62.216.082.216 y gastos por \$75.377.761.354, situación que se repite en la segunda vuelta, en la que los candidatos reportaron ingresos por \$14.604.176.428, en contraste con los gastos por \$ 15.845.814.607.
- La forma de reportar los ingresos y gastos en las listas cerradas al Congreso impiden conocer realmente el origen, monto y destinación de los recursos de campañas puesto que los partidos y grupos significativos de ciudadanos hacen un reporte por toda la lista, aunque probablemente cada candidato recaudo distintos fondos e hizo distintos gastos.
- La resolución 8586 de 2021 del CNE hizo obligatorio el reporte de las operaciones contables una semana después de realizados, esto con el fin de promover una rendición de cuentas en tiempo real y facilitar el seguimiento oportuno a estos recursos. No obstante, en la observación a las campañas de 2022 se evidenció un bajo cumplimiento con esta obligación. Por ejemplo, a tres días de las elecciones legislativas menos de la mitad de las candidaturas habían hecho algún reporte de ingresos y gastos a través de Cuentas Claras.
- Falta congruencia entre la información que se reporta en Cuentas Claras y la observación de campo del desarrollo de las campañas. Por ejemplo, en la primera vuelta presidencial, 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 país, se podría suponer unos gastos superiores a los reportados, que corresponden al 3,7% del total de gastos. Así como, en la segunda vuelta presidencial los candidatos reportaron en concepto de actos públicos el 1,4% del total. Situación que no es congruente con los grandes eventos de campaña presenciados en el país.

Más información: Margarita Buitrago | Comunicaciones Transparencia por Colombia
margarita.buitrago@transparenciacolombia.org.co | Celular: 321.337.1468