

Acceso a Recursos para la Inclusión de las Mujeres en la Política

Contenido

| | |
|--|----|
| Presentación..... | 3 |
| Introducción | 4 |
| Universo de los datos | 6 |
| Informes de funcionamiento..... | 6 |
| Informes de campañas políticas..... | 8 |
| 1. Financiación de funcionamiento de los partidos y movimientos políticos | 8 |
| 1.1 Financiación estatal..... | 10 |
| 1.2 Gastos de funcionamiento | 12 |
| 1.2.1 Gastos de funcionamiento de las Organizaciones Políticas | 12 |
| 1.2.2 ¿Los partidos políticos cumplen con el 15% mínimo del artículo 18? | 13 |
| 1.2.3 Destinación de recursos para la inclusión de las mujeres en la política | 14 |
| 1.2.4 ¿Cuánto dinero invierten los partidos políticos en inclusión efectiva de mujeres en la política? | 16 |
| 1.2.5 Gastos incongruentes con la inclusión de las mujeres en la política | 19 |
| 2.1 Conformación de las Corporaciones | 21 |
| 2.2 Ingresos de Campañas..... | 21 |
| 2.2.1 El peso de los aportes privados a campañas..... | 23 |
| 2.2.2 Principales aportantes para las campañas de mujeres..... | 24 |
| 2.2.3 Ingresos de campaña garantizan el éxito electoral..... | 26 |
| 2.2.4 Aportes de los partidos y movimiento políticos para el desarrollo de campañas (código 102) | 28 |
| 2.3 Gastos de Campañas | 29 |
| 2.3.1 Diferencia en la inversión de recursos para campañas entre candidaturas y personas elegidas | 31 |
| 2.3.2 Gastos de propaganda electoral | 32 |
| 4. Conclusiones..... | 33 |
| Referencias..... | 36 |
| Anexos..... | 37 |
| Anexo 1. Los formularios 1b y 5b..... | 37 |
| Anexo 2. Ficha técnica de las entrevistas..... | 39 |

Anexo 3. Topes Gastos Elecciones Territoriales 2019 (Resoluciones 253 y 254 de 2019 CNE) 40

Índice de tablas

| | |
|---|--------------------------------------|
| Tabla 1. Partidos Políticos con personería jurídica en 2019-2020 | 7 |
| Tabla 2. Universo de candidatos que reportaron ingresos y gastos de campañas en Cuentas Claras | 8 |
| Tabla 3. Recursos de financiación de funcionamiento de los partidos y movimientos políticos 2019-2020..... | 9 |
| Tabla 4. Gastos destinados para actividades del artículo 18 de la Ley 1475 de 2011 (2019-2020) . | 12 |
| Tabla 5. Gastos para la inclusión efectiva de mujeres en el proceso político - 2019..... | 18 |
| Tabla 6. Gastos para la inclusión efectiva de mujeres en el proceso político- 2020 | 18 |
| Tabla 7. Porcentaje de gastos para la inclusión efectiva de mujeres sobre ingresos por financiación estatal 2019-2020 | ¡Error! Marcador no definido. |
| Tabla 8. Top 6 de gastos no congruentes con la inclusión efectiva de mujeres en la política..... | 19 |
| Tabla 9. Ingresos campañas 2019 | 22 |
| Tabla 10. Top 10 de personas jurídicas que más donaron a campañas en 2019..... | 25 |
| Tabla 11. Top 10 de personas jurídicas que más entregaron créditos a campañas | 25 |
| Tabla 12. Créditos de Organizaciones Políticas entregados a campañas en 2019 | 28 |
| Tabla 13. Donaciones de Organizaciones Políticas a campañas en 2019 | 29 |
| Tabla 14. Total de gastos 2019..... | 30 |
| Tabla 15. Formulario 1B “Declaraciones de Patrimonio, Ingresos y Gastos Anuales” | 37 |
| Tabla 16. Formulario 5B “Informe Individual de Ingresos y Gastos de la Campaña” | 38 |

Índice de ilustraciones

| | |
|---|----|
| Ilustración 1. Financiación estatal por mujeres elegidas 2019-2020 | 11 |
| Ilustración 2. Gastos 15% art. 18 comparado con ingresos por financiación estatal 2019-2020..... | 13 |
| Ilustración 3. Candidatos/as y elegidos/as por género y corporación 2019..... | 21 |
| Ilustración 4. Mayores aportantes a mujeres – personas naturales y jurídicas..... | 23 |
| Ilustración 5. Ingresos per cápita Concejos municipales de Barranquilla, Cali y Medellín | 27 |
| Ilustración 6. Gastos Per Cápita Concejos municipales Barranquilla, Cali y Medellín | 31 |
| Ilustración 7. Gastos per cápita hombres y mujeres en propaganda electoral en campañas de Concejos Municipales de Barranquilla, Cali y Medellín | 33 |

Presentación

En el marco de la alianza entre la Embajada de Suecia y Transparencia por Colombia en desarrollo del Proyecto “Hacia un ejercicio del poder más transparente y responsable”, se presentan a continuación los resultados del análisis y seguimiento a la destinación de recursos públicos y privados para promover la inclusión de las mujeres en la política. Este documento parte del trabajo que Transparencia por Colombia ha venido desarrollando en años anteriores sobre el financiamiento de la política¹.

La Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres de 1979 (CEDAW), ha buscado disminuir las brechas para la participación política de las mujeres al establecer de manera concreta que la inclusión de las mujeres es una cuestión de derechos humanos, de interés global y que trae beneficios para todos los ciudadanos. (Asamblea General ONU, 1979) En la misma vía, se encuentra el Objetivo de Desarrollo Sostenible no. 5 Igualdad de Género, el cual propone en el objetivo 5.5. “Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública” (Naciones Unidas, 2020)

En consonancia con estos mandatos, la legislación colombiana ha buscado asegurar la participación política de las mujeres por medio de acciones afirmativas como las definición de cuotas para la conformación de listas a corporaciones públicas y a cargos de libre nombramiento y remoción, la designación de recursos de funcionamiento de los partidos y movimientos para incentivar la inclusión efectiva de las mujeres en política y, más recientemente, la disposición de medidas para enfrentar la violencia contra las mujeres en política, recogidas en la Reforma al Código Electoral y otras iniciativas legislativas que se encuentran en curso en el Congreso de la República².

Para promover la lucha contra la corrupción es necesario incrementar la transparencia en el sistema político, fortalecer la rendición de cuentas a las autoridades e incorporar medidas que permitan el acceso al poder político en condiciones de equidad. Sin embargo, el actual sistema de acceso al poder político para las mujeres presenta varias barreras, formales e

¹ Para consultar el trabajo previo ver: <https://transparenciacolombia.org.co/que-hacemos/sistema-politico/>

² El artículo 255 del Código Electoral (que se encuentra actualmente en revisión de constitucionalidad) dispuso que el Consejo Nacional Electoral debe sancionar los hechos asociados a la violencia contra las mujeres en política. Así mismo, en la Cámara de Representantes se encuentra en trámite legislativo un nuevo el Proyecto de Ley para prevenir y sancionar la violencia contra las mujeres en política luego de que el Proyecto de Ley 050 quedó archivado.

informales, que limitan las posibilidades de participación política de las mujeres, siendo el acceso a recursos para financiar sus campañas y promover su formación y liderazgo, una de éstas. Lo anterior impide el desarrollo de competencias electorales en igualdad de condiciones.

A partir de lo anterior, este documento profundiza en la identificación y análisis de los patrones de manejo de recursos públicos y privados de las organizaciones políticas y de las campañas electorales, particularmente de los que se destinan para promover la participación política de las mujeres, y proponer unas recomendaciones para abordar este tipo de barreras directamente asociadas al acceso a recursos.

La primera parte se concentra en el análisis de los ingresos y gastos de funcionamiento institucional de los partidos y movimientos políticos, de acuerdo con las categorías estipuladas por ley y la destinación que dan de estos recursos para promover la inclusión de las mujeres en la política.

La segunda parte hace una revisión del financiamiento de las campañas territoriales de 2019 para acercarse de manera desagregada al patrón de ingresos y gastos que tienen las campañas de las mujeres en comparación de las de los hombres, y determinar en qué medida el acceso a recursos para estas actividades electorales puede incidir en las barreras que limitan su participación efectiva.

Finalmente, se presentan unas conclusiones asociadas a los patrones en el acceso a la financiación política de las mujeres, tanto en los recursos que deben invertir los partidos y movimientos políticos en la inclusión de las mujeres antes de las elecciones, como en las formas en la que las mujeres financian sus candidaturas con recursos públicos y privados.

Introducción

En Colombia, a pesar de que se han adoptado mecanismos e incentivos para promover la participación de las mujeres en el ámbito público, la representación de las mujeres en los cargos de elección popular parece haberse estancado. De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos -OCDE (2020), la representación de las mujeres en la Cámara de Representantes es más baja que el promedio de los países que conforman la OECD. De igual forma, de acuerdo a la Registraduría Nacional del Estado Civil, a nivel local la representación de las mujeres es del 6% en gobernaciones, asambleas

17%, alcaldías 12%, concejos 18% y Juntas Administradoras Locales 41% (Peña, 2020). Esta brecha en la participación política en cargos y corporaciones entre hombres y mujeres, obliga a identificar las barreras que limitan el acceso al poder político de las mujeres.

Transparencia por Colombia ha venido abordando esta situación mediante una serie de análisis sobre la financiación de la política, incluyendo los recursos de campañas y los destinados para el fortalecimiento institucional de las organizaciones políticas. El presente documento “Acceso a Recursos para la Inclusión de las Mujeres en la Política”, complementa este análisis al profundizar la destinación de estos recursos para promover la participación política de las mujeres y cerrar las brechas que se lo impiden.

A partir del análisis desarrollado se identifican las siguientes brechas para las mujeres en el ámbito público que se profundizarán a lo largo del documento:

1. Poca destinación de recursos para la inclusión de las mujeres en la política: las organizaciones políticas invierten escasos recursos estatales que reciben para el funcionamiento en la inclusión efectiva de las mujeres en la política.
2. Poca claridad sobre la destinación de los recursos estatales para la inclusión de las mujeres en política: se encuentra incongruencia en las actividades a las que se destinan dichos recursos, haciendo difícil comprender de qué manera los partidos y movimientos políticos están buscando cerrar las brechas en la participación política de las mujeres.
3. No hay igualdad en el acceso a los recursos para las campañas políticas de las mujeres: las candidatas tienen que invertir más que los hombres para salir elegidas, aunque cuenten con menos recursos.
4. El sector privado destina menos para las campañas de las mujeres: las candidatas tienen menos acceso a los recursos de contribuciones, donaciones y créditos del sector privado, pues se evalúa la capacidad de éxito electoral previamente a recibir apoyos.
5. Los partidos y movimientos políticos no apoyan las campañas de las mujeres de la misma manera que las candidaturas de los hombres: no dan créditos ni donaciones en igualdad de condiciones que a los candidatos, haciendo que las brechas se mantengan incluso al interior de las organizaciones políticas.

Universo de datos

Los reportes contables de ingresos y gastos de campañas y de funcionamiento de partidos, disponibles a través del aplicativo Cuentas Claras, constituyen la principal fuente de información para este trabajo (<http://www.cnecuentasclaras.gov.co/>) (Anexo 1. Formularios 1b y 5b). El aplicativo Cuentas Claras³ es el canal oficial y obligatorio para el reporte, revisión y certificación del origen, monto y destinación de los recursos que sustentan las actividades político electorales de todas las organizaciones políticas y de los candidatos. Para complementar esta información, se hizo una revisión bibliográfica sobre documentos elaborados escritos por otras organizaciones de la sociedad civil expertas en participación política de las mujeres, la financiación política y las barreras para la inclusión efectiva de las mujeres en el ámbito público, tales como el Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria (NIMD), Misión de Observación Electoral (MOE), ONU Mujeres, Organización de los Estados Americanos (OEA) y el Instituto Internacional para la Democracia y Asistencia Electoral -IDEA Internacional. Así mismo, se desarrollaron seis entrevistas con mujeres que han participado en procesos electorales para conocer sus experiencias (Anexo 2. Ficha técnica de las entrevistas).

Informes de funcionamiento

Las organizaciones políticas que cuentan con personería jurídica están obligadas a reportar de manera pública en los Formularios 1B “Declaraciones de Patrimonio, Ingresos y Gastos Anuales”, el manejo de los recursos destinados anualmente para su funcionamiento. Estos reportes se envían al Consejo Nacional Electoral a través del aplicativo Cuentas Claras el primer cuatrimestre del año. En estos reportes las organizaciones políticas dan cuenta de los recursos públicos y privados recibidos en el año anterior, así como, de su inversión. El marco normativo colombiano indica que una parte de los aportes estatales para funcionamiento (mínimo el 15%) debe destinarse para apoyar “las actividades de sus centros de pensamiento, la realización de cursos de formación y capacitación política y electoral, y para la inclusión efectiva de jóvenes, mujeres y minorías étnicas en el proceso político” (Ley 1475 de 2011, art.18).

³ El aplicativo Cuentas Claras fue desarrollado por Transparencia por Colombia y fue donado al Consejo Nacional Electoral en el 2011. En el aplicativo hay una ventana pública para hacer consultas ciudadanas.

Para el análisis que se desarrolla en este documento, se tomaron los informes anuales de funcionamiento de todas las organizaciones políticas con personería jurídica válida en los años 2019 y 2020:

Tabla 1. Partidos Políticos con personería jurídica en 2019-2020

| Partidos y Movimientos políticos | | |
|----------------------------------|--|--|
| N° | 2019 | 2020 |
| 1 | Partido Liberal Colombiano | Partido Liberal Colombiano |
| 2 | Partido Social De Unidad Nacional Partido De La U | Partido Social De Unidad Nacional Partido De La U |
| 3 | Partido Conservador Colombiano | Partido Conservador Colombiano |
| 4 | Partido Cambio Radical | Partido Cambio Radical |
| 5 | Partido Centro Democrático | Partido Centro Democrático |
| 6 | Partido Alianza Verde | Partido Alianza Verde |
| 7 | Partido Político Fuerza Alternativa Revolucionaria Del Común | Partido Político Fuerza Alternativa Revolucionaria Del Común |
| 8 | Partido Político MIRA | Partido Político MIRA |
| 9 | Partido Polo Democrático Alternativo | Partido Polo Democrático Alternativo |
| 10 | Movimiento Alternativo Indígena Y Social MAIS | Movimiento Alternativo Indígena Y Social MAIS |
| 11 | Partido Alianza Social Independiente ASI | Partido Alianza Social Independiente ASI |
| 12 | Colombia Justa Libres | Colombia Justa Libres |
| 13 | Partido Unión Patriótica UP | Partido Unión Patriótica UP |
| 14 | Movimiento Autoridades Indígenas De Colombia AICO | Movimiento Autoridades Indígenas De Colombia AICO |
| 15 | Partido Colombia Renaciente | Partido Colombia Renaciente |
| 16 | Movimiento Político Alianza Afrocolombiana | Movimiento Político Alianza Afrocolombiana |
| 17 | Partido De Reivindicación Étnica PRE | |

Fuente: Elaboración Propia

Es importante tener en cuenta que al tomar estos dos años es posible observar la gestión de recursos de funcionamiento institucionales durante un año electoral (2019) y durante uno que no lo es (2020). Si bien, la normativa es clara frente a que estos recursos no pueden incidir en las campañas⁴, el análisis frente a cómo invierten los recursos institucionales para

⁴ El artículo 18 de la Ley 1475 de 2011 establece las actividades en las que los partidos y movimientos políticos deben destinar los recursos estatales para su funcionamiento, entre los que no se encuentra aportar a las campañas políticas.

promover liderazgos políticos y formación para las mujeres, es un elemento relevante para observar y comparar en estos dos años.

Informes de campañas políticas

De acuerdo con el artículo 25 de la Ley 1475 de 2011, los reportes consolidados de ingresos y gastos de campañas deben enviarse al Consejo Nacional Electoral dentro de los dos meses siguientes al día de las elecciones. Para las elecciones territoriales de 2019 se tomaron en cuenta los registros del formulario 5B “Informe Individual de Ingresos y Gastos de la Campaña”. Los reportes enviados a través de Cuentas Claras corresponden al siguiente universo de candidatos:

Tabla 2. Universo de candidatos que reportaron ingresos y gastos de campañas en Cuentas Claras

| Elecciones Territoriales de 2019 | | | | |
|---|---------------------------|---------------------------------------|--|-------------------|
| Cargo/Corporación | Cargos Por Proveer | Número de Candidatos Inscritos | Candidatos que reportaron en Cuentas Claras | Porcentaje |
| Gobernación | 32 | 175 | 164 | 94% |
| Asamblea | 418 | 3.591 | 3.233 | 90% |
| Alcaldía | 1.101 | 5.193 | 4.921 | 95% |
| Concejo | 12.063 | 95.712 | 87.876 | 92% |
| Juntas Administradoras Locales | 6.814 | 13.438 | 11.207 | 83% |
| Totales | 20.428 | 118.109 | 107.401 | 91% |

Fuente: Elaboración Propia con información del aplicativo Cuentas Claras

1. Financiación de funcionamiento de los partidos y movimientos políticos

Los partidos y movimientos políticos pueden financiar sus actividades institucionales con recursos estatales, siempre y cuando tengan personería jurídica vigente, y hayan obtenido un mínimo de 3% de votos en las elecciones de Congreso de la República. También, puede hacerlo mediante ingresos privados ya sean contribuciones, donaciones y/o créditos de sus afiliados y/o particulares, créditos de entidades bancarias, cuotas de afiliados, rendimientos financieros de inversiones, herencias e ingresos de actos públicos, publicaciones o cualquier otra actividad lucrativa (Ley 1475 de 2011, art. 16).

El cálculo del recurso público al que tienen derecho las organizaciones políticas se fija a partir de los criterios que indica el artículo 17 de la Ley 1475 de 2011:

“El Estado concurrirá a la financiación del funcionamiento permanente de los partidos y movimientos políticos con personería jurídica, por conducto del Fondo Nacional de Financiación política, de conformidad con las siguientes reglas de distribución de la correspondiente apropiación presupuestal: 1. El diez por ciento (10%) se distribuirá por partes iguales entre todos los partidos o movimientos políticos con personería jurídica. 2. El quince por ciento (15%) se distribuirá por partes iguales entre los partidos o movimientos políticos que hayan obtenido el 3% o más del total de votos emitidos válidamente en el territorio nacional en la última elección de Senado de la República o de Cámara de Representantes. 3. El cuarenta por ciento (40%) se distribuirá por partes iguales entre todos los partidos o movimientos en proporción al número de curules obtenidas en la última elección del Congreso de la República. 4. El quince por ciento (15%) se distribuirá, por partes iguales entre todos los partidos o movimientos políticos en proporción al número de curules obtenidas en la última elección de Concejos Municipales. 5. El diez por ciento (10%), se distribuirá por partes iguales entre todos los partidos o movimientos políticos en proporción al número de cundes obtenidas en la última elección de Asambleas Departamentales. 6. El cinco por ciento (5%), se distribuirá por partes iguales entre todos los partidos o movimientos políticos en proporción al número de mujeres elegidas en las corporaciones públicas. 7. El cinco por ciento (5%), se distribuirá por partes iguales entre todos los partidos o movimientos políticos en proporción al número de jóvenes elegidos en las corporaciones públicas”.

Tabla 3. Recursos de financiación de funcionamiento de los partidos y movimientos políticos 2019-2020

| Recursos de funcionamiento institucional organizaciones políticas | | | | |
|---|---------------------------|--------------------------|---------------------------|-------|
| Tipo De Ingreso | 2019 | 2020 | TOTAL | % |
| Aportes públicos | \$ 66.175.629.654 | \$ 65.206.735.956 | \$ 131.382.365.610 | 62,94 |
| Aportes privados (Código 102) | \$ 21.949.948.350 | \$ 647.501.261 | \$ 22.597.449.611 | 10,83 |
| Otras fuentes (Cod. 101, 103, 104, 105, 109) | \$ 34.292.899.298,38 | \$ 20.470.343.337,90 | \$ 54.763.242.636,28 | 26,23 |
| Total | \$ 122.418.477.302 | \$ 86.324.580.555 | \$ 208.743.057.857 | |

Fuente: Elaboración Propia con información del aplicativo Cuentas Claras

Como se puede observar, los partidos y movimientos políticos se financian mayormente por recursos públicos durante los años analizados. No obstante, los aportes privados, que se

conforman por contribuciones, donaciones y/o créditos que personas naturales y jurídicas, representan una importante fuente de recursos especialmente en el año electoral de 2019.

1.1 Financiación estatal

De acuerdo con el numeral 6 del artículo 17 de la Ley 1475 de 2011, las organizaciones políticas reciben un 5% de los recursos estatales cuando tienen mujeres electas en corporaciones públicas. Para Colombia, el incluir este porcentaje del 5% también es una forma de fomentar el interés desde las organizaciones políticas para que haya más mujeres elegidas, lo que a su vez debería contribuir a que haya menos candidaturas marginales y/o simbólicas de las mujeres dentro de listas a corporaciones públicas.

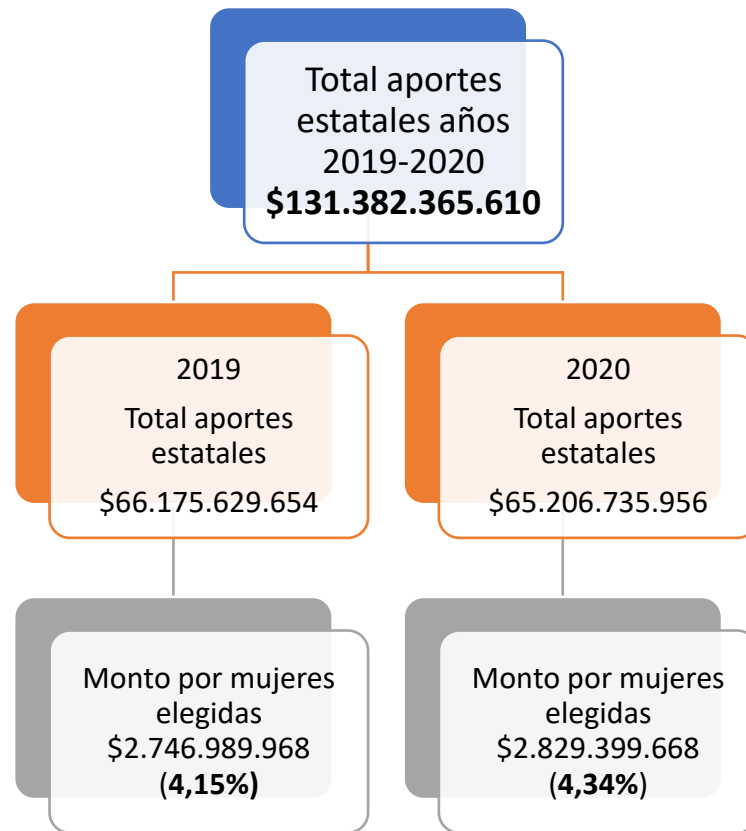
La instrumentalización de las mujeres en la conformación de las listas es un fenómeno que se presenta cuando entran a formar parte de estas sólo con el propósito de completar el porcentaje mínimo requerido del 30% para poder inscribir la lista como lo indica la Ley 1475 de 2011 en el artículo 28. Esta situación conocida como “rellenos de listas” es indicativa de la falta de interés de los partidos y movimientos políticos para que estas mujeres alcancen el éxito en las urnas, puesto que, no cuentan con su apoyo ni con acceso a la capacitación y formación política, y, por ende, se ven afectadas sus posibilidades reales de elección⁵.

La siguiente ilustración presenta los montos totales de recursos recibidos por las organizaciones políticas en 2019 y 2020 por este concepto: ⁶

⁵ Transparencia por Colombia. (2021). Corrupción desde un enfoque de género: tres casos de estudio que abordan esta relación. Consultar en: <https://transparenciacolombia.org.co/2021/11/30/corruccion-desde-un-enfoque-de-genero/>

⁶ Datos tomados a partir de las resoluciones no. 2160 de 2019 y 1943 de 2020 emitidas por el Consejo Nacional Electoral. Disponibles en : <https://alianzasocialindependiente.org/wp-content/uploads/2021/03/Resolucion-2160-de-2019-Gastos-de-Funcionamiento-2019.pdf> y https://www.mais.com.co/images/transparencia/PROYECTO_RESOLUCION_FUNCIONAMIENTO_2020_encrypted_encrypted_1_encrypted_.pdf

Ilustración 1. Financiación estatal por mujeres elegidas 2019-2020



Fuente: Elaboración Propia a partir de información del aplicativo Cuentas Claras y las resoluciones del CNE

Como se mencionó antes, disponer de recursos específicos por mujeres elegidas es una manera de fomentar la participación política de las mujeres, puesto que al incluir un enfoque de género en la definición de estos montos se espera que éstos repercutan en los procesos de selección de candidaturas, y en el interior de las estructuras partidarias para hacerlas más incluyentes. (International IDEA, 2018). Sin embargo, de acuerdo con la Ilustración 1, del porcentaje de recursos estatales que las organizaciones políticas recibieron entre el año 2019 y 2020, el 4.2% (\$5.576.389.636, fue gracias a las mujeres elegidas en el Congreso de 2018. Esta cifra no es significativamente alta y da cuenta de la importancia de reforzar los mecanismos de apoyo a las candidaturas de mujeres para asegurar su acceso efectivo a la política. Asimismo, obliga a considerar si en un proceso de reforma a la normativa vigente se debería considerar un porcentaje más alto de aportes estatales por cuentas de mujeres elegidas, de manera que las organizaciones políticas se vean más comprometidas en apoyar las candidaturas para incrementar sus posibilidades de acceso a recursos estatales.

1.2 Gastos de funcionamiento

1.2.1 Gastos de funcionamiento de las organizaciones políticas

De acuerdo con el artículo 18 de la Ley 1475 de 2011 los partidos y movimientos políticos deben invertir los recursos de financiación estatal en las siguientes actividades:

1. Para el funcionamiento de sus estructuras regionales, locales y sectoriales.
2. Para la inclusión efectiva de mujeres, jóvenes y minorías étnicas en el proceso político.
3. Para el funcionamiento de los centros y fundaciones de estudio, investigación y capacitación.
4. Para dar apoyo y asistencia a sus bancadas.
5. Para cursos de formación y capacitación política y electoral.
6. Para la divulgación de sus programas y propuestas políticas.
7. Para el ejercicio de mecanismos de democracia interna previstos en sus estatutos.

Además, la Ley dispone que mínimo del 15% de los recursos estatales se debe invertir en el funcionamiento de centros de pensamientos, la formación política y electoral, y la inclusión efectiva de mujeres, jóvenes y minorías étnicas. Aunque las siete categorías definidas en la ley recogen la generalidad de las actividades de funcionamiento de los partidos, no implican que la totalidad de los recursos estatales se destinen solo en las siete categorías anteriores.

De hecho, el análisis más detallado de los gastos de funcionamiento de los partidos muestra que las siete categorías anteriores no son las categorías en las que más recursos se destinan. La siguiente tabla muestra la distribución de los gastos conforme a lo estipulado en el artículo 18, en comparación con los aportes estatales recibidos en los años 2019 y 2020:

Tabla 4. Gastos destinados para actividades del artículo 18 de la Ley 1475 de 2011 (2019-2020)

| Gastos art. 18 Ley 1475 de 2011 | 2019 | % sobre el total de financiación estatal | 2020 | % sobre el total de financiación estatal |
|---------------------------------|------|--|------|--|
|---------------------------------|------|--|------|--|

| | | | | |
|---|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|
| Para cursos de formación y capacitación política y electoral | \$ 1.598.264.314 | 2,42% | \$ 737.461.550 | 1,13% |
| Para dar apoyo y asistencia a sus bancadas | \$ 886.965.032 | 1,34% | \$ 461.893.404 | 0,71% |
| Para divulgación de sus programas y propuestas políticas | \$ 536.130.379 | 0,81% | \$ 137.955.357 | 0,21% |
| Para el ejercicio de mecanismos de democracia interna en sus estatutos | \$ 2.541.669.202 | 3,84% | \$ 1.366.962.244 | 2,10% |
| Para funcionamiento de sus centros y fundaciones de estudio, investigación y capacitación | \$ 5.618.569.699 | 8,49% | \$ 7.049.850.329 | 10,81% |
| Para funcionamiento de sus estructuras regionales, locales y sectoriales | \$ 8.071.038.309 | 12,20% | \$ 3.997.656.584 | 6,13% |
| Para la inclusión efectiva de mujeres, jóvenes y minorías étnicas en el proceso político | \$ 3.949.079.887 | 5,97% | \$ 3.455.918.176 | 5,30% |
| Total | \$ 23.201.716.822 | | \$ 17.207.697.646 | |

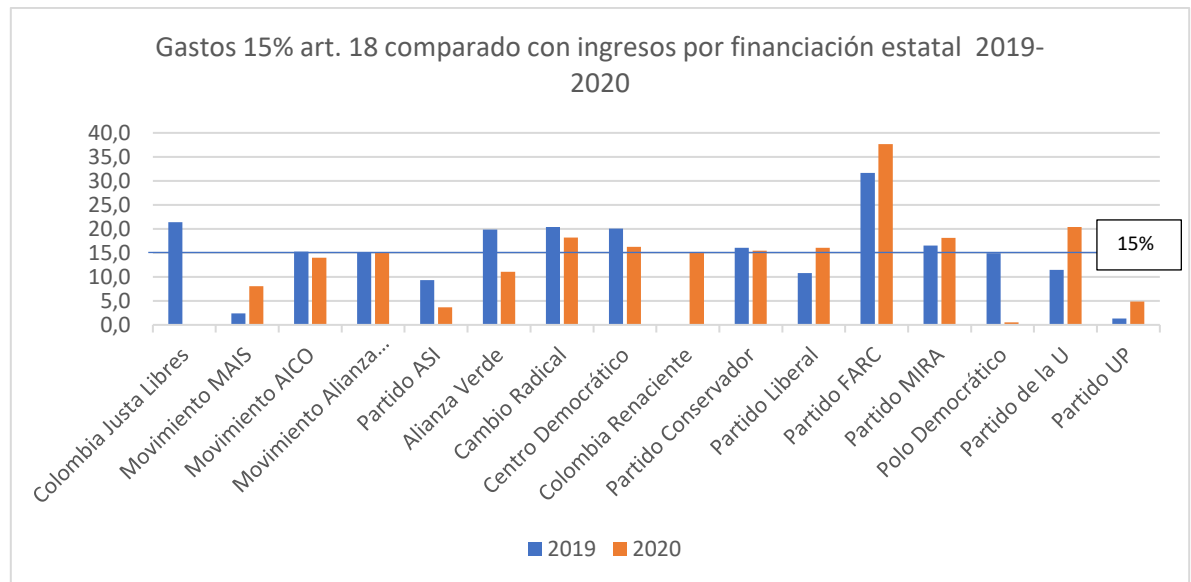
Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

Si se compara los aportes estatales para los años 2019 y 2020 (\$ 66.175.629.654 y \$ 65.206.735.956, respectivamente) con el total de recursos invertidos por las organizaciones políticas en las siete categorías específicas, se encuentra que sólo el 35% del total de recursos en el año 2019 y el 26% en el 2020, fueron destinados para el financiamiento de dichas actividades.

1.2.2 ¿Los partidos políticos cumplen con el 15% mínimo del artículo 18?

Como se indicó antes, el artículo 18 dispone que, del total de recursos estatales para el funcionamiento de las organizaciones políticas, se debe destinar como mínimo el 15% para los centros de pensamiento, cursos de formación y capacitación política y electoral e inclusión efectiva de jóvenes, mujeres y minorías étnicas en el proceso político. La asignación presupuestal para estas tres categorías permite observar qué tanta importancia los partidos y movimientos políticos le otorgan a estos tres componentes. La siguiente gráfica compara porcentualmente el gasto de cada organización en el periodo analizado, de acuerdo con la obligación legal de invertir en esas tres actividades.

Ilustración 2. Gastos 15% art. 18 comparado con ingresos por financiación estatal 2019-2020



Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

Tanto en el 2019 como el 2020, solo nueve de los partidos cumplieron con la destinación del mínimo 15% en las tres actividades antes descritas. Las organizaciones políticas invirtieron en 2019 y 2020 el 5,6% (\$ 7.404.998.063) del recurso estatal para la inclusión de mujeres, jóvenes y minorías étnicas. Sin embargo, al mirar más detalladamente la destinación de estos recursos se encuentra que las actividades exclusivas de inclusión efectiva de mujeres solo representan el 2,2% del aporte estatal (\$ 2.949.669.687), las actividades de inclusión de jóvenes el 2,2% (\$ 2.967.857.846) y el 1,1% (\$ 1.487.470.529,66) la inclusión de minorías étnicas.

Frente a estas cifras es importante preguntar las razones por las cuales las organizaciones políticas destinan menos recursos para la inclusión efectiva en la política de tres grupos poblacionales que históricamente se han visto marginados de la actividad política. Más aún, esta reflexión lleva a cuestionar hasta dónde es realmente una prioridad para las organizaciones políticas la promoción e inclusión de distintos grupos poblaciones en el liderazgo político.

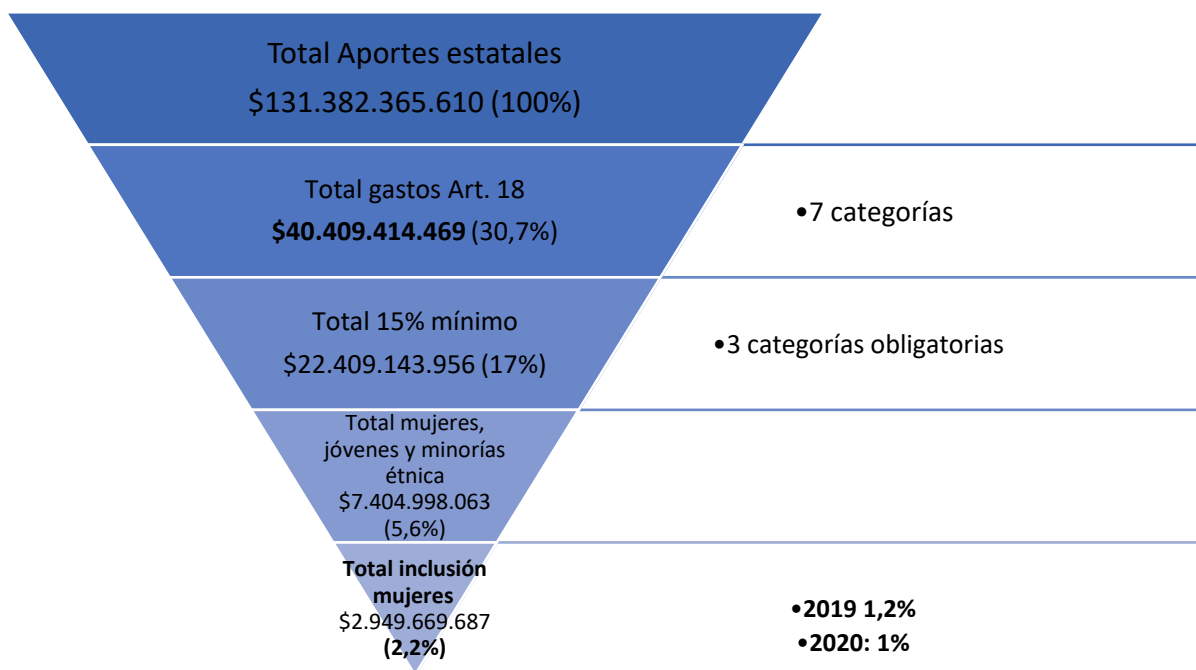
1.2.3 Destinación de recursos para la inclusión de las mujeres en la política

Aunque hay una obligación de invertir el 15% del aporte estatal en las tres categorías que indica el artículo 18 de la Ley 1475, al no haber un porcentaje mínimo específicamente para

la inclusión efectiva de las mujeres, los partidos y movimientos en general terminan destinado menos del 5% de sus ingresos estatales de funcionamiento para tal fin. Este es un patrón que Transparencia por Colombia ya había identificado⁷ en años anteriores, lo que lleva a insistir nuevamente en la necesidad de revisar los porcentajes actuales e incrementar significativamente la inversión de recursos para la promoción de la participación política de las mujeres, toda vez que, una forma de superar las condiciones de inequidad en la política, es a través de la destinación de recursos para desarrollar los mecanismos y herramientas necesarios para fortalecer su liderazgo y sus capacidades electorales y políticas.

No obstante, como se observa en la siguiente gráfica, los partidos y movimientos políticos entre 2019 y 2020 solamente destinaron el 2,2% de los recursos estatales para este propósito. Lo anterior es un indicador de la falta de interés de las organizaciones políticas por invertir recursos de manera específica en la promoción de la participación política de las mujeres.

Ilustración 3. Gráfica del total ingresos estatales invertidos en las actividades estipuladas en el artículo 18. Años 2019-2020



⁷ 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>

Fuente: Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

Adicionalmente, la situación se agrava al encontrar que la inversión que se realiza muchas veces se destina a actividades que no guardan relación alguna con la inclusión de las mujeres. Por consiguiente, a nivel de destinación de recursos, los partidos y movimientos políticos no han demostrado estar realmente comprometidos con la inclusión efectiva de las mujeres.

1.2.4 ¿Cuánto dinero invierten los partidos políticos en inclusión efectiva de mujeres en la política?

En la siguiente tabla se puede observar el resultado de una revisión más detallada de cada partido político y de sus gastos en la inclusión efectiva de mujeres en el proceso político:

Tabla 5. Porcentaje de gastos para la inclusión efectiva de mujeres sobre ingresos por financiación estatal 2019-2020

| Partidos y Movimientos Políticos | Porcentaje del aporte estatal invertido en la inclusión de mujeres: | |
|---|---|-----------------|
| | Porcentaje 2019 | Porcentaje 2020 |
| Colombia Justa Libres | 6,22% | 0% |
| Movimiento Alternativo Indígena Y Social MAIS | 2,38% | 6,09% |
| Movimiento Autoridades Indígenas De Colombia AICO | 0,77% | 1,03% |
| Movimiento Político Alianza Afrocolombiana | 5,00% | 5,00% |
| Partido Alianza Social Independiente ASI | 3,60% | 3,32% |
| Partido Alianza Verde | 5,94% | 1,11% |
| Partido Cambio Radical | 2,38% | 0,76% |
| Partido Centro Democrático | 4,40% | 3,72% |
| Partido Conservador Colombiano | 2,40% | 1,92% |
| Partido Liberal Colombiano | 1,72% | 2,64% |
| Partido Político MIRA | 7,48% | 10,81% |
| Partido Polo Democrático Alternativo | 2,92% | 0,32% |
| Partido Social De Unidad Nacional Partido De La U | 1,20% | 1,13% |
| Partido Unión Patriótica UP | 0,16% | 0,44% |

Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

De acuerdo con esa distribución porcentual, se observa que el Partido MIRA es el que más invirtió recursos estatales en la inclusión de las mujeres en la política, representando 7,48% en 2019 y 10,81% en 2020; en segundo lugar, se encuentra Alianza Afrocolombiana con el 5,00% en 2019 y 2020. En contraposición se encuentran otros partidos que han invertido menos del 2% de la financiación estatal en la inclusión efectiva de las mujeres:

- En el 2019: Movimiento AICO, Partido Liberal, Partido de la U y Partido Unión Patriótica.

- En el 2020: Movimiento AICO, Partido Alianza Verde, Partido Cambio Radical, Partido Conservador, Partido Polo Democrático, Partido de la U, Partido Unión Patriótica.

Por otro lado, está el partido Colombia Justa Libres que no invirtió ningún recurso en la inclusión de las mujeres en el 2020, a pesar de haber recibido \$15.653.663 de financiación estatal por cuenta de las mujeres elegidas.

De acuerdo con el formulario 1B para rendición de cuentas de ingresos y gastos anuales de funcionamiento, las organizaciones políticas deben desagregar los montos que invierten para la inclusión de las mujeres en la política, en las siguientes categorías:⁸

- **Formación Política para la inclusión efectiva de mujeres en el proceso político:** Esto se refiere a espacios de formación y acceso a herramientas para el desarrollo de habilidades para el liderazgo político de las mujeres, sus derechos políticos y la búsqueda de la igualdad de género en los ámbitos social, político y económico.
- **Formación Electoral para la inclusión efectiva de mujeres en el proceso político:** Están dirigidos a fomentar los conocimientos sobre el sistema electoral, el marco normativo y la participación política de las mujeres en todos los niveles. Esta actividad no incluye recursos destinados para apoyar las campañas políticas de las mujeres.
- **Publicaciones enfocadas en la inclusión efectiva de mujeres en el proceso político:** Consisten en documentos físicos o virtuales que se utilizan para socializar información relacionada con las actividades, acciones o programas destinados a promover y visibilizar la participación política femenina y la igualdad de género.
- **Estrategias de comunicación para promover la inclusión efectiva de mujeres en el proceso político:** publicidad y comunicaciones corporativas en todos sus formatos para transmitir y compartir información relacionada al análisis sobre el acceso a recursos para la inclusión efectiva de las mujeres en la política, a la participación y liderazgo de las mujeres y la igualdad de género.
- **Otros gastos:** gastos que tengan relación de causalidad con la inclusión efectiva de mujeres en el proceso político.

⁸ Estas categorías se construyeron para el formulario de rendición de cuentas de funcionamiento a través del aplicativo Cuentas Claras en el marco del proyecto desarrollado conjuntamente entre Transparencia por Colombia y ONU Mujeres entre el 2016 – 2017.

Las siguientes tablas, permiten ver más en detalle los recursos invertidos en estas categorías específicas:

Tabla 6. Gastos para la inclusión efectiva de mujeres en el proceso político - 2019

| Organizaciones políticas | Estrategias de comunicación | Formación Electoral | Formación Política | Publicaciones | Otros gastos | Total |
|-----------------------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Colombia Justa Libres | 0 | 0 | 0 | 0 | \$ 93.000.000 | \$ 93.000.000 |
| Movimiento MAIS | 0 | 0 | 0 | 0 | \$ 39.231.422 | \$ 39.231.422 |
| Movimiento AICO | \$ 7.210.010 | 0 | 0 | 0 | 0 | \$ 7.210.010 |
| Movimiento Alianza Afrocolombiana | \$ 7.737.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | \$ 7.737.000 |
| Partido ASI | 0 | 0 | \$ 58.750.000 | 0 | \$ 33.350.000 | \$ 92.100.000 |
| Partido Alianza Verde | 0 | \$ 4.000.000 | \$ 42.359.980 | \$ 46.720.390 | \$ 162.390.000 | \$ 255.470.370 |
| Partido Cambio Radical | 0 | 0 | 0 | \$ 195.154.913 | 0 | \$ 195.154.913 |
| Partido Centro Democrático | \$ 8.000.000 | 0 | \$ 12.951.103 | 0 | \$ 284.810.344 | \$ 305.761.447 |
| Partido Conservador | \$ 114.392.167 | 0 | \$ 6.496.027 | 0 | \$ 56.793.502 | \$ 177.681.696 |
| Partido Liberal | 0 | 0 | 0 | 0 | \$ 160.524.045 | \$ 160.524.045 |
| Partido MIRA | 0 | 0 | \$ 116.417.910 | 0 | \$ 20.689.148 | \$ 137.107.058 |
| Partido Polo Democrático | \$ 4.272.154 | 0 | \$ 8.129.700 | \$ 1.219.990 | \$ 53.500.126 | \$ 67.121.970 |
| Partido De La U | \$ 22.925.082 | \$ 40.946.194 | \$ 29.945.834 | \$ 27.227.722 | \$ 6.599.110 | \$ 127.643.942 |
| Partido UP | \$ 700.000 | 0 | \$ 516.000 | 0 | \$ 400.000 | \$ 1.616.000 |
| Total | \$ 165.236.413 | \$ 44.946.194 | \$ 275.566.554 | \$ 270.323.015 | \$ 911.287.697 | \$ 1.667.359.873 |

Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

Tabla 7. Gastos para la inclusión efectiva de mujeres en el proceso político- 2020

| Organizaciones políticas | Estrategias de comunicación | Formación Electoral | Formación Política | Publicaciones | Otros gastos | Total |
|-----------------------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| Movimiento MAIS | 0 | 0 | 0 | 0 | \$ 118.139.342 | \$ 118.139.342 |
| Movimiento AICO | 0 | 0 | \$ 10.000.000 | 0 | 0 | \$ 10.000.000 |
| Movimiento Alianza Afrocolombiana | 0 | 0 | \$ 31.019.454 | 0 | 0 | \$ 31.019.454 |
| Partido ASI | 0 | \$ 11.300.000 | 0 | 0 | \$ 52.400.000 | \$ 63.700.000 |
| Partido Alianza Verde | \$ 34.154.500 | 0 | \$ 11.925.500 | \$ 2.700.000 | \$ 2.978.973 | \$ 51.758.973 |
| Partido Cambio Radical | 0 | 0 | 0 | \$ 58.605.181 | 0 | \$ 58.605.181 |
| Partido Centro Democrático | 0 | 0 | \$ 280.710.227 | 0 | 0 | \$ 280.710.227 |
| Partido Conservador | \$ 88.464.250 | 0 | \$ 24.000.000 | 0 | \$ 27.168.750 | \$ 139.633.000 |
| Partido Liberal | 0 | 0 | 0 | 0 | \$ 232.971.715 | \$ 232.971.715 |
| Partido MIRA | 0 | 0 | \$ 199.682.265 | 0 | 0 | \$ 199.682.265 |
| Partido Polo Democrático | \$ 4.300.000 | \$ 2.500.000 | 0 | \$ 1.092.000 | \$ 2.000.000 | \$ 9.892.000 |
| Partido De La U | 0 | 0 | 0 | \$ 82.355.257 | 0 | \$ 82.355.257 |
| Partido UP | \$ 446.500 | 0 | \$ 2.462.900 | 0 | \$ 933.000 | \$ 3.842.400 |
| Total | \$ 127.365.250 | \$ 13.800.000 | \$ 559.800.346 | \$ 144.752.438 | \$ 436.591.780 | \$ 1.282.309.814 |

Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

Como se puede observar, la mayor cantidad de recursos está agrupada en la categoría “otros gastos”, categoría que recoge diversidad de conceptos que impiden reconocer la efectiva relación que tienen estos gastos con la inclusión de las mujeres en los partidos y movimientos políticos.

Una revisión año a año de los “otros gastos” indican que en el 2019 los partidos que más invirtieron recursos en esta categoría fueron el Centro Democrático, la Alianza Verde y el Partido Liberal. En el caso del Centro Democrático no se puede identificar a qué hacen referencia esos gastos pues la información no especifica el tipo de gasto. En el caso de la Alianza Verde y el Partido Liberal aparecen gastos que no se relacionan con la inclusión de las mujeres en la política.

En el 2020, en la categoría de “otros gastos” los partidos que más reportaron fueron el Movimiento MAIS y el Partido Liberal. En cuanto al Movimiento MAIS no se puede identificar en qué se invirtieron exactamente estos recursos, pues aparecen nombres de personas.

Ahora bien, es importante mencionar que en el 2019 se celebraron las elecciones territoriales, en las cuales participaron más de cien mil candidatos. Siendo así, llama la atención que el recurso invertido para promover la formación electoral y política de las mujeres para eventualmente participar como candidatas haya sido tan bajo, puesto que sólo representa el 19,2% del total de los recursos de inclusión de mujeres. Esto a pesar de que en los años de procesos electorales se esperaría que los partidos aumentaran los esfuerzos para capacitar e incentivar la participación política de las mujeres.

1.2.5 Gastos incongruentes con la inclusión de las mujeres en la política

Como se ha evidenciado anteriormente, las organizaciones políticas reportan gastos de inclusión efectiva de las mujeres en la política que no son congruentes con dichas actividades. A continuación, se muestran el top 6 de actividades que no corresponden con la inclusión de las mujeres:

Tabla 5. Top 6 de gastos no congruentes con la inclusión efectiva de mujeres en la política

| Top 6 de gastos no congruentes con la inclusión efectiva de mujeres en la política | | |
|--|--|--|
| | Concepto | Organizaciones políticas |
| 1 | Pago de salarios y honorarios: Salarios, honorarios, prestación de servicios, primas, vacaciones y bonificaciones. | Partido MIRA, Partido Alianza Verde y Partido Liberal |
| | Valor aproximado: \$ 250.600.000 | |
| 2 | Transporte: Terrestre, tiquetes aéreos, pago de peajes, tanqueo de combustible. | Movimiento MAIS, Partido Alianza Verde, Partido Cambio Radical, Partido Liberal, Partido de la U, Partido MIRA, Partido Polo Democrático |

| | | |
|---|---|---|
| | Valor aproximado: \$ 156.000.000 | |
| 3 | Gastos contables que no es posible identificar | Movimiento MAIS, Movimiento AICO, Alianza Verde, Partido Cambio Radical, Centro Democrático y Partido de la U |
| | Valor aproximado: \$ 300.000.000 | |
| 4 | Alimentos: Refrigerios, desayunos, almuerzos, cenas y compra de víveres y abarrotes. | Partido Alianza Verde, Partido Polo Democrático |
| | Valor aproximado: \$ 34.000.000 | |
| 5 | Artículos decorativos, navideños y prendas: monederos, arreglos florales, tarjetas de día de la mujer, decoración para el día de la mujer, regalos para los niños en navidad. | Partido Alianza Verde, Partido Polo Democrático, Partido Conservador y Partido de la U |
| | Valor aproximado: \$ 7.000.000 | |
| 6 | Pago de seguridad social y parafiscales: ARL, Caja de Compensación, Cesantías, ICBF, SENA, EPS y Pensiones | Partido MIRA |
| | Valor aproximado: \$3.000.000 | |

Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

En la revisión detallada de los gastos de inclusión de las mujeres se encontraron recursos destinados que no parecen tener relación con la participación política de las mujeres. Por ejemplo, el pago de salarios y honorarios, y el pago de seguridad social y parafiscales son gastos administrativos que deberían estar reportados con el código 201 “gastos administrativos”. Así mismo, los gastos de transporte deberían estar reportados con el código 205 “gastos de transporte” al igual que los gastos en artículos decorativos que deberían ser reportados con el código 202 “gastos de oficina y adquisiciones”.

Llama la atención encontrar gastos reportados como *servicios prestados para la entrega de regalos navideños para niños vulnerables*, así como gastos relacionados a la celebración al día de la mujer, como arreglos florales, alfajores, tarjetas y monederos. Este tipo de gastos no tienen relación con la participación política de las mujeres ni contribuyen a aumentar el número de mujeres que obtienen cargos de elección popular.

2. Financiamiento de campañas políticas y participación de mujeres, elecciones locales de 2019

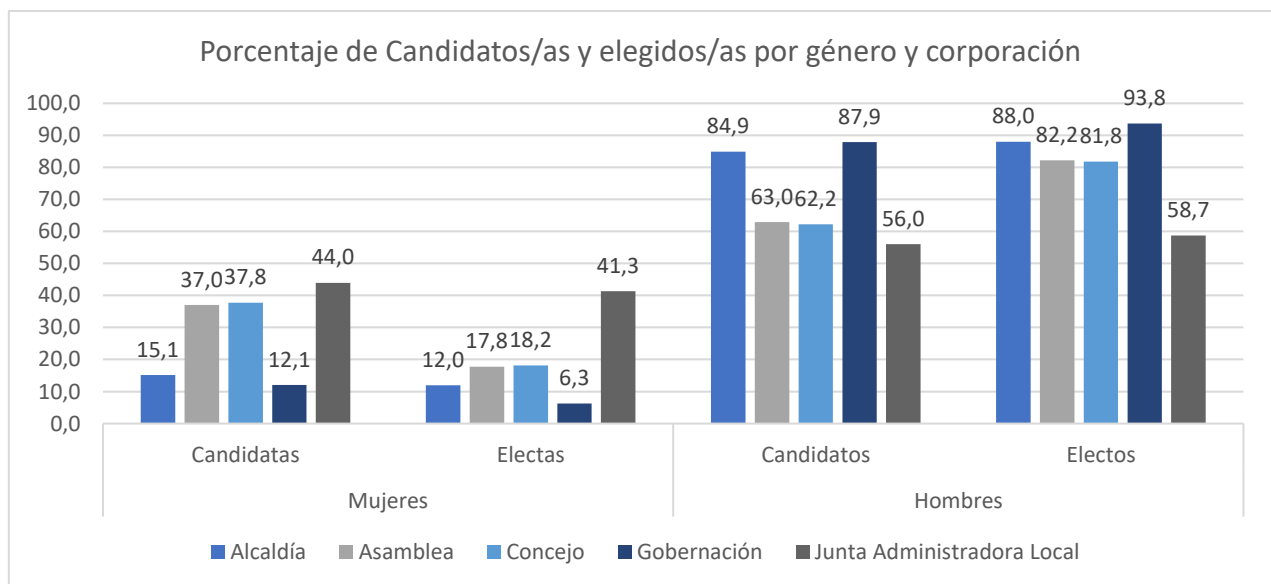
La participación política está ligada al acceso a recursos económicos, los cuales suelen ser dominados por los hombres, por lo que la falta o la limitación de éstos se considera una barrera de la participación política de las mujeres (Casas-Zamora & Falguera, 2017). Por lo tanto, el acceso a la financiación política en igualdad de condiciones para las mujeres y los hombres es una acción necesaria para que los procesos electorales puedan adelantarse de manera democrática, equitativa e incluyente.

Este capítulo ahonda en el financiamiento de las campañas políticas de las mujeres durante las elecciones locales de 2019. Para analizar de manera comparativa el origen, monto y destinación de los recursos que destinan las mujeres y los hombres para financiar sus campañas, y cómo termina esto incidiendo en el acceso al poder político mediante las urnas, es importante iniciar por la revisión normativa asociada a la conformación de las listas a corporaciones públicas.

2.1 Conformación de las Corporaciones

De acuerdo con el artículo 28 de la Ley 1475 de 2011 la conformación de las listas para corporaciones dónde se eligen 5 o más curules, debe tener un mínimo del 30% de alguno de los dos sexos, es decir hombres o mujeres. Esta medida afirmativa se adoptó por primera con el propósito de promover la participación política de las mujeres pues, tradicionalmente, han estado excluidas de las decisiones públicas. Sin embargo, esta cuota no ha representado necesariamente que más mujeres estén siendo elegidas a las corporaciones o cargos de elección popular como se puede observar en la siguiente gráfica:

Ilustración 3. Candidatos/as y elegidos/as por género y corporación 2019



Fuente: Elaboración Propia a partir de los datos publicados por la Registraduría Nacional del Servicio Civil

2.2 Ingresos de Campañas

En Colombia el financiamiento de las campañas políticas se desarrolla en un esquema mixto donde confluyen aportes públicos y privados. La financiación estatal consiste en

anticipos y, posterior a las elecciones, dependiendo del éxito en las urnas, se da una reposición de gastos por votos válidos obtenidos. Los aportes privados se conforman por contribuciones, donaciones y créditos de particulares, recursos propios de los/as candidatos/as y sus familiares, créditos bancarios y aportes de los partidos y movimientos políticos.

La siguiente tabla presenta el total de los ingresos reportados por las candidatas y los candidatos en Cuentas Claras, clasificados por fuente de ingreso:

Tabla 6. Ingresos campañas 2019

| Códigos | Total | % total |
|--|---------------------------|----------------|
| 101. Créditos o aportes que provengan del patrimonio de los candidatos o de sus parientes | \$ 332.109.155.925 | 62,7 |
| 102. Contribuciones, donaciones y créditos, en dinero o especie, que realicen los particulares | \$ 154.212.351.509 | 29,11 |
| 103. Créditos obtenidos en entidades financieras legalmente autorizadas | \$ 27.744.833.182 | 5,24 |
| 104. Ingresos originados en actos públicos, publicaciones y/o cualquier otra actividad lucrativa del partido o movimiento | \$ 6.088.192.090 | 1,15 |
| 105. Financiación estatal - Anticipos | \$ 1.300.267.218 | 0,25 |
| 106. Recursos propios de origen privado que los partidos y movimientos políticos destinen para el financiamiento de las campañas en las que participen | \$ 8.006.977.594 | 1,51 |
| 107. Otros ingresos (rendimientos financieros) | \$ 237.325.498 | 0,04 |
| Total | \$ 529.699.103.017 | |

Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

Los aportes provenientes del patrimonio de los candidatos y sus familias (código 101) fueron la principal fuente de recursos en el financiamiento de las campañas locales de 2019, seguidos por las contribuciones, donaciones y créditos de particulares (código 102). Entre esas dos fuentes de financiación se concentra el 91,8% del total de los ingresos.

Este patrón en el financiamiento ya se ha observado en los procesos electorales anteriores, a excepción de las elecciones presidenciales donde los aportes privados tienen unos límites diferentes según lo estipula en la Ley 996 de 2005.

Siendo así, es importante resaltar que la participación política de las mujeres se puede ver afectada si se impone un condicionante económico, puesto que, las desigualdades de género han ocasionado que las mujeres tengan menos recursos para financiar campañas políticas. Al respecto, resulta relevante considerar que en Colombia la probabilidad de que una mujer no cuente con un sustento económico propio es casi tres veces mayor que la de

un hombre, o que las mujeres reciben 12,1% menos que los hombres por concepto de ingresos laborales. (ONU Mujeres, DANE y CPEM, 2020)

Lo anterior se relaciona con el hecho de que las mujeres busquen financiarse con los recursos propios sin contar con el apoyo del sector privado por medio de donaciones o créditos. En entrevistas con candidatas por el Partido Verde y Liberal afirmaron que financiaron sus campañas con recursos propios y de sus familiares, pues no esperaban recibir financiación del sector privado. De igual forma, destacan que sus campañas fueron austeras por lo que no gastaron grandes sumas de dinero.

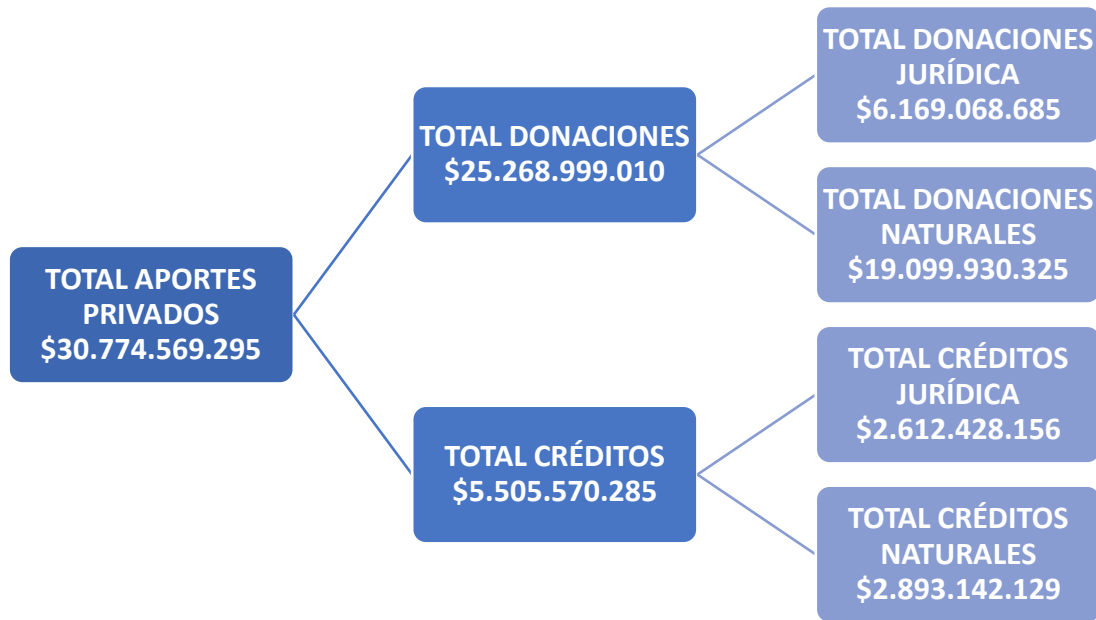
2.2.1 El peso de los aportes privados a campañas

La segunda fuente de recursos para las campañas políticas fueron los aportes privados. Para las campañas esta es una oportunidad para obtener apoyos en otras fuentes que no sea necesariamente su patrimonio o el de su familia. Este tipo de aportes se puede entregar mediante donaciones (en dinero o en especie) y/o créditos con personas naturales y/o jurídicas. El 29% de los ingresos de las mujeres en las campañas territoriales de 2019 se originó en estos aportes privados.

Es importante resaltar la diferencia que hay entre recibir una donación y configurar un crédito para las campañas. Aunque ambos tipos de aportes se reportan bajo un mismo concepto, las donaciones representan un recurso que se entrega de manera voluntaria para contribuir al financiamiento de las campañas, está sujeto a un tope máximo del 10% y, no se espera devolución alguna del mismo. Los créditos son recursos que se entregan con el compromiso de devolverlos incluso con los intereses a los que haya lugar este dinero al aportante (Transparencia por Colombia. 2019).

La siguiente ilustración presenta la distribución en los aportes privados para las candidatas desagregados por donaciones y créditos.

Ilustración 4. Mayores aportantes a mujeres – personas naturales y jurídicas



Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

En las elecciones territoriales los aportes privados a campañas se dan principalmente a través de donaciones de personas naturales. Como se observa, este aporte representa el 82% del total de los aportes privados para las candidatas.

La incidencia de los prestamistas también es alta. Si se compara los créditos financieros reportados a mujeres (\$ 6.069.227.798) con el total de créditos dados por personas privadas (\$5.505.570.285), se denota que no existe una gran diferencia en los aportes. Sin embargo, al mirar más detalladamente se encuentra que sólo 63 mujeres de 266 candidatos que recibieron créditos de entidades financieras, mientras que 956 mujeres reportaron créditos con personas naturales o jurídicas distintas a entidades bancarias.

2.2.2 Principales aportantes a las campañas de mujeres

El acceso a los recursos es esencial para la participación electoral, no obstante, hay diferencias entre las contribuciones privadas que reciben las mujeres y los hombres. Esta diferencia se asocia, en parte, con el concepto de “viabilidad electoral”, el cual consiste en que los financiadores donan o dan créditos dependiendo de si las candidaturas tienen verdaderas posibilidades de obtener votos y quedar electas, teniendo en cuenta si el candidato o candidata ha participado en elecciones previamente, si cuenta con el apoyo de líderes políticos tradicionales, y si creen en su capacidad de liderazgo (Casas-Zamora & Falguera, 2017). En ese sentido, las mujeres pueden quedar excluidas de la posibilidad de acceder a la financiación por parte de las empresas. En efecto, en las entrevistas

desarrolladas con candidatas a procesos electorales anteriores, esta situación fue referenciada como algo común a la hora de buscar apoyos financieros del sector privado.

A continuación, se muestran las personas jurídicas que más recursos donaron a las campañas en 2019: desagregado por los aportes entregados a candidatas y a candidatos⁹:

Tabla 7. Top 10 de personas jurídicas que más donaron a campañas en 2019.

| Donantes personas jurídicas | Candidatas | Donaciones | Candidatos | Donaciones | Total Donaciones |
|-----------------------------|------------|----------------|------------|----------------|------------------|
| Radio Cadena Nacional S A S | 14 | \$ 171.054.480 | 34 | \$ 567.642.426 | \$ 738.696.906 |
| Valorem S.A. | 2 | \$ 80.000.000 | 11 | \$ 327.000.000 | \$ 407.000.000 |
| Jaramillo Mora S.A. | 4 | \$ 313.740.000 | 4 | \$ 74.400.000 | \$ 388.140.000 |
| Fundación Bancolombia | 2 | \$ 55.000.000 | 11 | \$ 328.000.000 | \$ 383.000.000 |
| Bavaria S.A. | 0 | 0 | 7 | \$ 369.500.000 | \$ 369.500.000 |
| RACSO FG SAS | 1 | \$ 150.000.000 | 1 | \$ 150.000.000 | \$ 300.000.000 |
| Seguros Bolívar | 1 | \$ 75.000.000 | 5 | \$ 206.000.000 | \$ 281.000.000 |
| Fundación Grupo Argos | 1 | \$ 20.000.000 | 9 | \$ 255.000.000 | \$ 275.000.000 |
| Manuelita S.A. | 4 | \$ 34.980.000 | 5 | \$ 219.900.000 | \$ 254.880.000 |
| Fundación Propublica | 0 | 0 | 12 | \$ 250.000.000 | \$ 250.000.000 |

Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

Del Top 10 de las empresas que más donaron a las campañas, se observa que solo 31 candidatas (de los 114 candidatos), recibieron donaciones de estas empresas. Además, en comparación con los montos donados a los candidatos hombres, las mujeres recibieron 77% menos donaciones.

En cuanto a las empresas (personas jurídicas) que más créditos otorgaron a las campañas locales, la siguiente tabla desagrega estos recursos por candidatos y candidatas:

Tabla 8. Top 10 de personas jurídicas que más entregaron créditos a campañas

| Créditos personas jurídicas | Candidatas | Créditos | Candidatos | Créditos | Total Créditos |
|--|------------|----------------|------------|------------------|------------------|
| Confinautos Ltda. | 0 | 0 | 1 | \$ 1.500.000.000 | \$ 1.500.000.000 |
| Acuarela S.A.S | 0 | 0 | 1 | \$ 740.000.000 | \$ 740.000.000 |
| Sociedad Especial De Financiamiento Automotor Reponer S. A | 2 | \$ 530.000.000 | 0 | 0 | \$ 530.000.000 |
| Martin Aconcha Ríos | 0 | 0 | 1 | \$ 474.278.539 | \$ 474.278.539 |

⁹ Aunque algunos partidos y movimientos políticos aparecen como los principales donantes de campañas, el análisis acá se concentra en las donaciones de personas jurídicas distintas a las organizaciones políticas.

| | | | | | |
|---------------------------|---|----------------|---|----------------|----------------|
| CARAT Colombia S.A.S | 0 | 0 | 1 | \$ 325.185.312 | \$ 325.185.312 |
| Markelec S.A.S. | 0 | 0 | 1 | \$ 300.000.000 | \$ 300.000.000 |
| Frigoporcinos Bello S.A.S | 0 | 0 | 1 | \$ 259.991.000 | \$ 259.991.000 |
| Tasset S.A.S | 1 | \$ 258.526.712 | 0 | 0 | \$ 258.526.712 |
| Transportes Cava S.A.S | 0 | 0 | 1 | \$ 250.000.000 | \$ 250.000.000 |
| Dolmen S.A E.S.P | 0 | 0 | 1 | \$ 226.100.000 | \$ 226.100.000 |

Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

En este caso, también se observa que solo tres candidatas recibieron créditos de personas jurídicas. En otras palabras, más hombres se benefician de estos aportes en comparación con las mujeres, puesto que, tanto en cantidad de créditos otorgados como en el monto de los mismos, se les concedieron más créditos y por mayor dinero a los candidatos.

Ahora bien, las tres candidatas que recibieron créditos por estas empresas del Top 10, resultaron elegidas a sus cargos. Partiendo del hecho de que los créditos se basan en la obligación de retornar estos recursos, es importante detallar quienes recibieron estos aportes: La Sociedad Especial de Financiamiento Automotor Reponer S.A dio créditos a Clara Luz Roldán, candidata a la gobernación del Valle del Cauca, y a Tania Fernández Sánchez, candidata al concejo de Cali, ambas por el Partido de la U. Por otro lado, Tasset S.A.S le otorgó un crédito a Elsa Noguera, candidata a la gobernación de Atlántico por coalición entre Cambio Radical, Partido Conservador Colombiano, Partido Liberal Colombiano y Centro Democrático.

Frente a los pocos aportes que reciben las mujeres para campañas políticas, en las entrevistas desarrolladas con mujeres candidatas en el marco de este documento, se manifestó que, desde su experiencia, es difícil que los empresarios aporten a las campañas de personas nuevas por considerarlas “riesgosas”. Además, las mujeres deben demostrar capacidad para que las apoyen económicamente. Se identificó un caso en el cual una candidata logró recibir una donación del sector privado solamente cuando faltaban 20 días para el cierre de campaña y ya los resultados de su campaña eran visibles.

2.2.3 A mayores ingresos de campaña, mayores posibilidades de éxito electoral

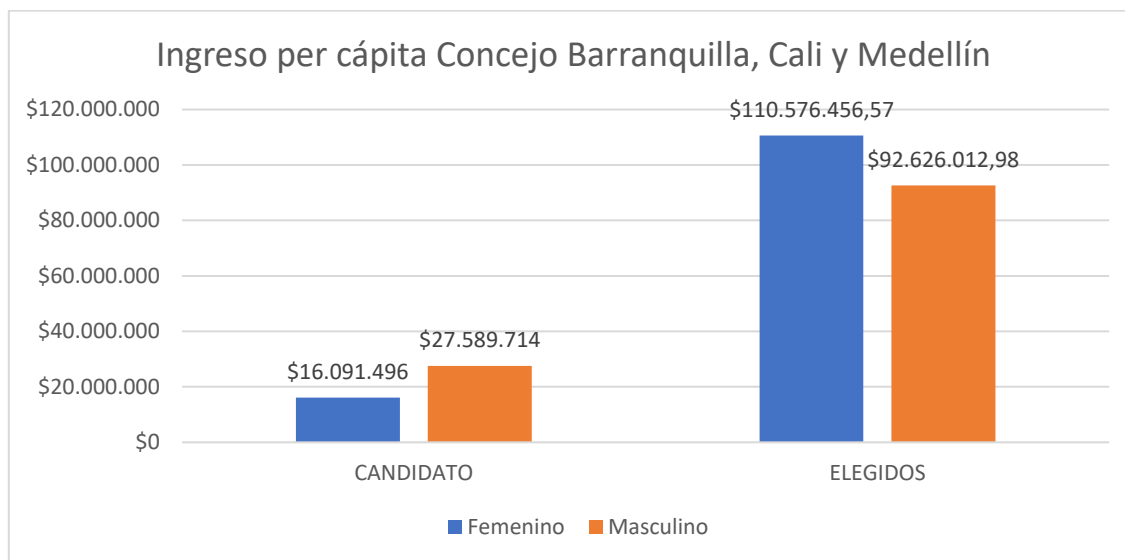
El acceso a financiación en las campañas es decisivo para poder participar en las elecciones y especialmente para poder obtener el cargo de elección popular. Además, en el sistema electoral colombiano, donde prevalecen las listas preferentes a partir de la

reforma política de 2003¹⁰, la competencia no es solo entre organizaciones políticas sino entre integrantes de la misma lista.

Para poder hacer la comparación entre lo que invierten los candidatos en las campañas y los que finalmente son elegidos, se tomaron los reportes de ingresos y gastos de campañas de las candidatas y los candidatos a los Concejos Municipales de Barranquilla, Cali y Medellín, puesto que son circunscripciones comparables ya que tienen el mismo tope de gastos de acuerdo con su censo electoral. Para que este análisis permita la comparación se debe revisar estos recursos per cápita, puesto que en las elecciones son menos candidatas que candidatos.

El siguiente ejercicio de comparación permite corroborar la hipótesis de que, a más recursos invertidos en campañas, mayores posibilidades de salir elegidos. Las siguientes dos gráficas comparan los ingresos per cápita entre candidatos y elegidos, clasificándolos por hombres y mujeres:

Ilustración 5. Ingresos per cápita Concejos Municipales de Barranquilla, Cali y Medellín



Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

Esta ilustración evidencia la relación que hay entre el total de ingresos y el éxito electoral. En el caso de las mujeres, para salir elegidas tuvieron que contar con casi siete veces más

¹⁰ El acto legislativo 01 de 2003 en su artículo 13 permitió a cada partido o movimiento optar por el mecanismo de voto preferente. “En tal caso, elector podrá señalar el candidato de su preferencia entre los nombres de la lista que aparezcan en la tarjeta electoral. La lista se reordenará de acuerdo con la cantidad de votos obtenidos por cada uno de los candidatos”. p 10.

ingresos, en comparación con una candidata. En el caso de los hombres necesitaron tres veces más recursos para salir elegidos.

En términos comparativos entre hombres y mujeres, estas últimas necesitaron aproximadamente \$18.000.000 más ingresos que los hombres elegidos, lo que indicaría que para una mujer también es más costoso hacer campaña.

2.2.4 Aportes de los partidos y movimiento políticos para el desarrollo de campañas (código 102)

El reporte de los ingresos de campañas recibidos por parte de las organizaciones políticas se registra en los códigos 102 del formulario 5b (ver anexo 1). Las siguientes dos tablas muestran los aportes de créditos y donaciones para hombres y mujeres que otorgaron los partidos y movimientos.

Tabla 9. Créditos de Organizaciones Políticas entregados a campañas en 2019

| Organizaciones políticas | Número candidatas | Créditos candidatas | Número candidatos | Créditos candidatos | Total créditos |
|---|-------------------|----------------------|-------------------|------------------------|------------------------|
| Partido Centro Democrático | 6 | \$324.000.000 | 14 | \$1.913.500.000 | \$2.237.500.000 |
| Partido Político MIRA | 562 | \$579.159.004 | 454 | \$864.785.370 | \$1.443.944.374 |
| Partido Alianza Verde | 3 | \$40.000.000 | 12 | \$619.000.000 | \$659.000.000 |
| Fondo Nacional Económico Del Partido Conservador Colombiano | 1 | \$9.500.000 | 7 | \$470.000.000 | \$479.500.000 |
| Partido Liberal Colombiano | 1 | \$28.000.000 | 8 | \$443.300.000 | \$471.300.000 |
| Centro Democrático CD ¹¹ | 0 | 0 | 1 | \$84.000.000 | \$84.000.000 |
| Partido Social De Unidad Nacional Partido De La U | 0 | 0 | 1 | \$26.000.000 | \$26.000.000 |
| Total | | \$980.659.004 | | \$4.420.585.370 | \$5.401.244.374 |

Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

Al igual que lo que se identificó en los créditos de personas jurídicas, se puede ver que las organizaciones políticas otorgan más créditos a las candidaturas de los hombres. Por ejemplo, en el caso del Partido Conservador, los candidatos recibieron siete veces más recursos que la única candidata. El Partido Centro Democrático le prestó más del doble de recursos a los candidatos en comparación con las candidatas. Por su parte, el Partido de la

¹¹ El Partido Centro Democrático aparece dos veces porque en el registro en el aplicativo Cuentas Claras fue registrado con dos NIT diferentes.

U no otorgó crédito alguno para mujeres candidatas. Contrario a lo anterior, el partido MIRA es el que más créditos otorgó a las campañas de las candidatas.

El mismo patrón observado en los créditos se observa en las donaciones que hicieron las organizaciones políticas a las campañas de candidatas y candidatos, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 10. Donaciones de Organizaciones Políticas a campañas en 2019

| Organizaciones políticas | Número candidatas | Donaciones candidatas | Número candidatos | Donaciones candidatos | Total donaciones |
|---|-------------------|------------------------|-------------------|------------------------|------------------------|
| Partido Político MIRA | 976 | \$622.442.352 | 774 | \$510.421.935 | \$1.132.864.287 |
| Partido Social De Unidad Nacional Partido De La U | 76 | \$306.329.534 | 134 | \$774.531.621 | \$1.080.861.155 |
| Partido Alianza Verde | 3 | \$466.730.280 | 9 | \$493.588.400 | \$960.318.680 |
| Partido Cambio Radical | 4 | \$181.300.000 | 16 | \$506.800.000 | \$688.100.000 |
| Partido Liberal Colombiano | 3 | \$2.069.230 | 17 | \$624.138.465 | \$626.207.695 |
| Fondo Nacional Económico Del Partido Conservador Colombiano | 6 | \$99.750.000 | 24 | \$515.907.356 | \$615.657.356 |
| Partido Centro Democrático | 3 | \$66.000.000 | 9 | \$510.000.000 | \$576.000.000 |
| Partido Alianza Social Independiente ASI | | | 2 | \$47.977.000 | \$47.977.000 |
| Partido Polo Democrático Alternativo | 2 | \$47.000.000 | | | \$47.000.000 |
| Movimiento Alternativo Indígena Y Social | | | 1 | \$25.000.000 | \$25.000.000 |
| Movimiento De Autoridades Indígenas De Colombia AICO | | | 1 | \$3.000.000 | \$3.000.000 |
| Alianza Democrática Afrocolombiana | | | 1 | \$1.000.000 | \$1.000.000 |
| Total | | \$1.791.621.396 | | \$4.012.364.777 | \$5.803.986.173 |

Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

Se puede observar que más organizaciones dieron contribuciones a las campañas en comparación con los créditos, pero de nuevo, los aportes son mayores para las campañas de los hombres candidatos en comparación con las mujeres. Ejemplo de esto es el partido Centro Democrático el cual otorgó el doble de recursos a los candidatos que a las candidatas. El Partido Alianza Verde dio donaciones de manera similar tanto a hombres como a mujeres. Por su parte, el Partido MIRA se destaca nuevamente al ser el que más aportó más a las candidaturas de las mujeres tanto en número de candidatas como en cantidad de recursos.

2.3 Gastos de Campañas

Con el fin de controlar la cantidad de recursos que se pueden invertir en las campañas, para cada elección a cargo o corporación se fija un monto límite para gastos de campaña

de acuerdo con el censo electoral. El Anexo 3 muestra los topes por cargo o corporación según las resoluciones 0253¹² y 0254¹³ de 2019 del CNE.

Ahora bien, el total de gastos reportados por los candidatos en las campañas territoriales de 2019 ascendió a \$525.820.455.030. Esta cifra representa casi la mitad de lo que fue destinado para el Programa de Alimentación Escolar (PAE), que fue de 1.1 billones de pesos en el 2021.¹⁴

Tabla 11. Total de gastos 2019

| Códigos | Total | % sobre el código |
|---|---------------------------|-------------------|
| 201. Gastos de administración | \$ 88.202.731.489 | 17% |
| 202. Gastos de oficina y adquisiciones | \$ 14.753.576.809 | 3% |
| 203. Inversión en materiales y publicaciones | \$ 39.718.091.449 | 8% |
| 204. Actos públicos | \$ 64.842.582.420 | 12% |
| 205. Servicio de transporte y correo | \$ 68.169.412.948 | 13% |
| 206. Gastos de capacitación e investigación política | \$ 6.969.439.974 | 1% |
| 207. Gastos judiciales y de rendición de cuentas | \$ 49.411.819.376 | 9% |
| 208. Gastos de propaganda electoral | \$ 181.629.959.574 | 35% |
| 209. Costos financieros | \$ 1.795.502.591 | 0,3% |
| 210. Gastos que sobrepasan la suma fijada por el Consejo Nacional Electoral | \$ 3.726.050 | 0,001% |
| 211. Otros gastos | \$ 10.323.612.350 | 2% |
| Total | \$ 525.820.455.030 | 100% |

Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

El mayor gasto de campañas se relaciona con la inversión de recursos para propaganda electoral (de los cuales, más adelante en el texto se hará un análisis más completo). Los gastos de administración constituyen el segundo rubro con mayor inversión de recursos para las campañas. Estos incluyen arriendo de sedes de campañas, pagos de servicios públicos y pagos para los equipos de campañas.

¹² Resolución 0253 de 2019 Consejo Nacional Electoral. Consultar en: <https://www.cne.gov.co/resoluciones-cne?download=647:resolucion-no-0253>

¹³ Resolución 0254 de 2019 Consejo Nacional Electoral. Consultar en: https://www.polodemocratico.net/pdf/ELECCIONES_2019/Res_025419%20Topes_Asambleas_Consejos_y_Jal.PDF

¹⁴ RCN Noticias. (2021). Gobierno destinó más de 1.1 billones de pesos para Alimentación Escolar en 2021. Consultar: <https://www.rcnradio.com/economia/gobierno-destino-mas-de-11-billones-de-pesos-para-alimentacion-escolar-en-2021#:~:text=Gobierno%20destin%C3%B3%20m%C3%A1s%20de%201.1%20billones%20de%20pesos%20para%20Alimentaci%C3%B3n%20Escolar%20en%202021>

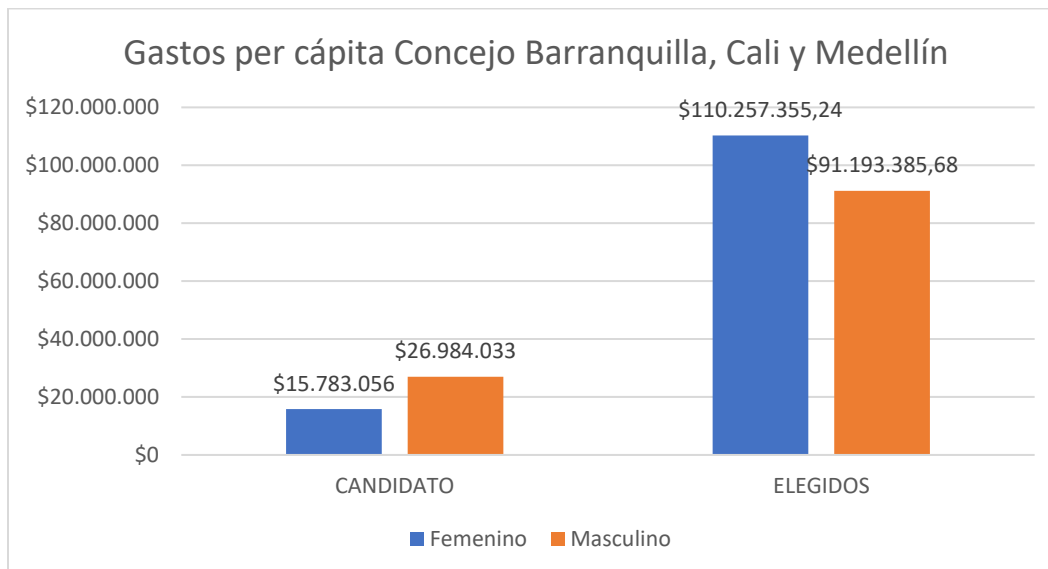
Los gastos asociados a transportes (cód. 205) y a actos públicos (cód. 204), representan sólo el 25% del total de gastos reportados. Teniendo en cuenta que las campañas políticas requieren del desarrollo de distintas actividades de interacción con los ciudadanos, más aún cuando son de carácter regional, llama la atención que no se reporte mayor inversión de recursos en estos dos conceptos.

Ahora bien, al comparar los gastos de los candidatos con las candidatas se encuentra una relación de 4:1. Es decir que los hombres invirtieron 4 veces más que las mujeres. Es importante mencionar que esta tendencia ya se había observado en las elecciones legislativas de 2018 dónde los hombres gastaron 3 veces más que las mujeres. (Transparencia por Colombia, 2019)

2.3.1 A mayores gastos, mayores posibilidades de éxito en las urnas.

El mismo análisis que se aplicó para los ingresos de campañas, se hizo para los gastos, comparando los reportados por los candidatos y elegidos a las campañas de los Concejos Municipales de Barranquilla, Cali y Medellín. La siguiente ilustración, permite observar la diferencia en la inversión de recursos entre candidatos y candidatas vs. elegidos y elegidas a estas corporaciones municipales:

Ilustración 6. Gastos Per Cápita Concejos municipales Barranquilla, Cali y Medellín



Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

En el caso de los gastos de campaña se mantienen las diferencias entre la inversión que hacen las candidatas y los candidatos. En el caso de los hombres, la diferencia entre un candidato y un elegido es que el elegido invirtió aproximadamente 3.3 veces más recursos. Para el caso de las candidatas, una mujer elegida invirtió aproximadamente 7 veces más recursos en su campaña en comparación con una candidata.

Así mismo, en promedio una candidata tuvo que invertir \$19.000.000 más que los hombres para quedar elegida al concejo.

2.3.2 Gastos de propaganda electoral

Los gastos de propaganda electoral se relacionan con la publicidad de las candidaturas para conseguir los votos de los ciudadanos¹⁵, esto incluye el uso de medios masivos de comunicación, pautas en radios, periódicos, revistas, televisión y las vallas. El CNE estableció mediante las resoluciones 0715 de 2019¹⁶ y 0261 de 2019¹⁷ 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 acuerdo a la Ley 1475 de 2011, la propaganda en medios de comunicación podrá realizarse dentro de los 60 días anteriores a la fecha de la respectiva votación, y la que se realice empleando el espacio público podrá realizarse dentro de los 3 meses anteriores a la fecha de la respectiva votación.

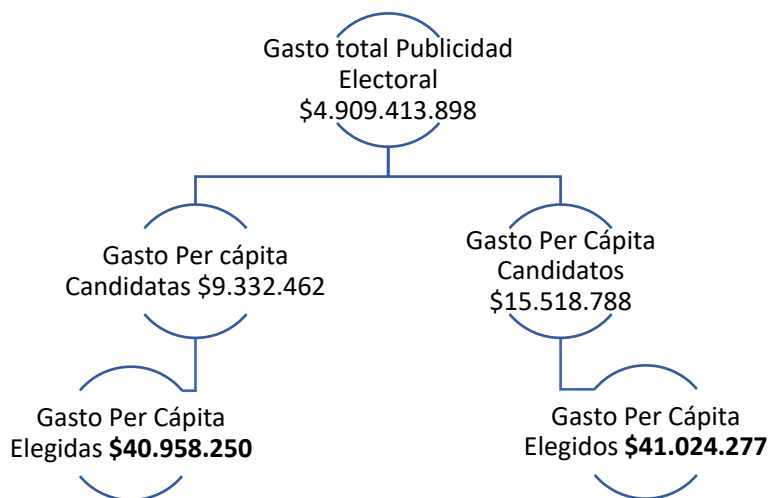
Para avanzar con el análisis comparativo, se toman como ejemplos los reportes de gastos de campañas a los Concejos Municipales de Barranquilla (Atlántico), Cali (Valle del Cauca) y Medellín (Antioquia), dado el mismo tope de gastos permitido de acuerdo con su censo electoral. A continuación, se analiza el comportamiento per cápita de los gastos en propaganda electoral en estas circunscripciones, teniendo en cuenta que es el gasto más alto en el que incurrieron en 2019.

¹⁵ Este tipo de propaganda se refiere a la que las campañas pagan por canales y medios privados, no la propaganda en espacios gratuitos en los medios de comunicación que se entiende como financiación estatal indirecta.

¹⁶ Resolución 0715 de 2019. Consultar en: http://www.partidocambioradical.org/wp-content/uploads/2019/07/Resolucion_0715_2019_CNE.pdf

¹⁷ Resolución 0261 de 2019. Consultar en: http://www.partidocambioradical.org/wp-content/uploads/2019/07/Resoluci%C3%B3n_0261_2019_CNE.pdf

Ilustración 7. Gastos per cápita hombres y mujeres en propaganda electoral en campañas de Concejos Municipales de Barranquilla, Cali y Medellín



Fuente: Elaboración Propia con información reportada en el aplicativo Cuentas Claras

Al comparar el gasto per cápita, se puede ver que los **candidatos** invirtieron casi el doble de recursos que las candidatas en gastos de publicidad. Ahora bien, al analizar esta información per cápita entre las y los **elegidos**, se observa que es gastos es aproximadamente el mismo en ambos casos. Lo anterior indica que, aunque en promedio las candidatas invirtieron menos recursos en propaganda electoral, las que salieron elegidas debieron invertir aproximadamente la misma cantidad que los hombres elegidos. Esto confirma la situación que ya se ha venido mencionado a lo largo de este documento y en otros análisis desarrollados por Transparencia por Colombia, respecto a la relación directa entre la mayor inversión de recursos y las posibilidades de salir elegidos¹⁸.

4. Conclusiones

A pesar de la adopción de medidas y mecanismos normativos afirmativos para superar las desigualdades de género en la política, aún quedan esfuerzos por hacer, especialmente al interior de las organizaciones políticas. Luego de hacer la revisión del acceso a la financiación política para las mujeres a partir de los recursos de funcionamiento de las

¹⁸ 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>

organizaciones políticas y de los recursos en las campañas políticas de 2019, se confirma que hay barreras en el financiamiento de las mujeres que participan en política electoral.

Esto se debe a que en un contexto donde la cultura política es predominantemente patriarcal, las posibilidades de que las mujeres logren con éxito participar en las contiendas políticas es todavía una deuda pendiente. (Sarmiento Osorio, 2019) Es, por lo tanto, pertinente seguir profundizando en la problemática para alentar a los responsables a adoptar medidas efectivas, pues deben darse transformaciones de fondo para anular los prejuicios y estereotipos de género.

Aunque se han designado recursos específicos para fomentar la participación política de las mujeres como la financiación para el funcionamiento que reciben los partidos y movimientos políticos por cuenta de las mujeres electas, y hay recursos que se deben destinar a la inclusión efectiva de las mujeres en la política al interior de las organizaciones; no se evidencia que estos recursos sean dirigidos para estos fines específicamente ni tampoco que sean suficientes. Especialmente, teniendo en cuenta que las mujeres son una población mayoritaria, cerrar las brechas de género en la política implica demostrar acciones reales que conduzcan a la paridad efectiva.

Ahora bien, este informe logró establecer las barreras a las que se enfrentan las mujeres en la política:

1. Se logra demostrar que el porcentaje de los aportes estatales a las organizaciones políticas que son para la inclusión efectiva de las mujeres es de apenas 2,2% en 2019 y 2020, lo que no es suficiente para aumentar el número de mujeres que participan en los procesos electorales.
2. Además, no hay claridad frente a los recursos que se han invertido pues hay incongruencias en las actividades.
3. Esto a su vez repercute directamente en los resultados electorales, pues hay una brecha entre los recursos de las mujeres y los hombres en donde las candidatas tienen que invertir más que los hombres para salir elegidas, aunque cuenten con menos recursos.
4. Las candidatas tienen menos acceso a los recursos del sector privado, pues se evalúa la capacidad de éxito electoral previamente a recibir apoyos.

5. Los partidos políticos apoyan en menor medida a las candidatas con donaciones y créditos, haciendo que las brechas se mantengan incluso al interior de las organizaciones políticas.

A continuación, se retoman las principales conclusiones sobre el análisis de los recursos de funcionamientos de las organizaciones políticas y los ingresos y gastos de las campañas electorales de 2019:

Los ingresos y gastos de funcionamiento de partidos y movimientos políticos:

Luego de revisar los ingresos de funcionamiento de los partidos y movimientos políticos se puede observar el siguiente patrón de financiamiento:

1. **Los ingresos estatales son la mayor fuente de financiación de funcionamiento para las organizaciones políticas.** Para el 2019 la financiación estatal fue el 54% del total de ingresos de funcionamiento, mientras que para el 2020 fue del 75,5%. Por lo tanto, los recursos que los partidos y movimientos políticos reciben por cuenta de las mujeres elegidas en corporaciones públicas deben ser un incentivo para promover la participación efectiva de las mujeres en política y, en consecuencia, deben ser invertidos para acciones y actividades encaminadas a dicho propósito.
2. En cuanto a los aportes privados, **la mayor parte ingresaron a los partidos y movimientos políticos fueron dados en época electoral**, lo que debería traducirse en una oportunidad para fomentar el acceso a los recursos para las mujeres al interior de las organizaciones políticas. En este sentido, se pueden buscar incentivos para que el sector privado destine recursos para apoyar la participación política de las mujeres.
3. **Como se ha señalado, la mayor parte de los partidos no cumplen con la destinación mínima del 15% para centros de pensamiento, capacitación política y electoral, y la inclusión efectiva de mujeres, jóvenes y minoría étnicas en el proceso político.** Además, hay una mínima destinación presupuestal para la inclusión efectiva de las mujeres que se agrava con la incongruencia de las actividades a las que se destinan dichos recursos.

Ingresos y gastos de las campañas electorales 2019

1. **Los recursos para la financiación de campañas son decisivos para asegurar el cargo de elección popular, por lo que el hecho de que las mujeres cuentan con menos recursos para invertir en sus campañas las pone en una condición**

de desventaja en la competencia. Siendo así, en el ejercicio comparativo de las elecciones de los Concejos de Barranquilla, Cali y Medellín se pudo identificar que las mujeres tienen que invertir más que los hombres para salir elegidas, aunque tengan menos recursos.

2. **Los ingresos propios y los de los familiares son la principal fuente de financiación de las candidaturas en las elecciones territoriales.** Esto puede crear efectos nocivos para la competencia electoral, así como un riesgo en la administración de los recursos públicos.
3. Los aportes privados benefician más las candidaturas de los hombres, mientras que los recursos para las mujeres parecen estar mediados por indicadores de viabilidad electoral, siendo una barrera más para el acceso a la financiación de las campañas femeninas.
4. La financiación estatal por medio de los anticipos estatales es, de nuevo, una fuente que poco incide en los ingresos de campañas, sin embargo, se ve una clara diferencia entre lo que reciben los hombres a comparación de las mujeres, pues solo el 2,2% de los recursos de anticipos fueron para las candidatas.
5. Los partidos y movimientos políticos no contribuyen de manera equitativa a las campañas políticas de las mujeres frente a las de los hombres, a pesar de tener los mecanismos y los recursos necesarios para superar las brechas de género en la política. Lo anterior demuestra que las organizaciones políticas no han hecho los esfuerzos necesarios para fomentar la participación política de las mujeres.

Referencias

- Asamblea General ONU. (1979). Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer.
- Casas-Zamora, K., & Falguera, E. (2017). Financiación política y participación equitativa de las mujeres en Colombia: análisis de la situación. Bogotá: NIMD.
- 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.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1475_2011.html
- 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>
- International IDEA. (2018). Gender-targeted Public Funding for Political Parties. Estocolmo: International Institute for Democracy and Electoral Assistance.

- Naciones Unidas. (2020). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- Peña, A. P. (2020). *La participación y representación política de las mujeres*. Bogotá: Ministerio del Interior.
- Sarmiento Osorio, M. (2019). *Feminizar la política, politizar lo cotidiano*. Bogotá: Fundación Heinrich Böll.
- 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). Corrupción desde un enfoque de género: tres casos de estudio que abordan esta relación. Bogotá: Transparencia por Colombia.
- Tula, M. (2017). Mujeres y Política: Un panorama sobre la adopción de las cuotas de género y sus efectos en América Latina y Colombia. En: Casas-Zamora, K., Vidaurri, M., Muñoz-Pogossian, B., & Chanto, R. (Ed.). *Reformas Políticas en América Latina, Tendencias y Casos* (pp. 135 – 164). Organización de los Estados Americanos OEA.
- ONU Mujeres, DANE y CPEM (2020). Mujeres y hombres: brechas de género en Colombia. Consultar en:
<https://colombia.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Colombia/Documentos/Publicaciones/2020/11/Mujeres%20y%20Hombres%20brechas%20de%20genero.pdf>
- Consejo Nacional Electoral (2019). Resolución 2160. Por la cual se fija la cuantía y se asignan entre los partidos y movimientos políticos con personería jurídica vigente, los recursos estatales destinados a la financiación del funcionamiento de los mismos para la vigencia de 2019; se determina el porcentaje correspondiente a la deducción del costo con destino al sistema de auditoría externa y se ordenan deducciones por concepto de sanciones a los partidos y movimientos políticos con personería jurídica vigente, con cargo a la financiación del funcionamiento de acuerdo con los actos administrativos del Consejo Nacional Electoral. Disponible en: <https://alianzasocialindependiente.org/wp-content/uploads/2021/03/Resolucion-2160-de-2019-Gastos-de-Funcionamiento-2019.pdf>
- Consejo Nacional Electoral (2020). Resolución 1943. Por la cual se fija la cuantía y se asignan entre los partidos y movimientos políticos con personería jurídica vigente, los recursos estatales destinados a la financiación del funcionamiento de los mismos para la vigencia de 2020, se determina el porcentaje correspondiente a la deducción del costo con destino al sistema de auditoría externa y se ordenan deducciones por concepto de sanciones a los partidos y movimientos políticos con personería jurídica vigente, con cargo a la financiación del funcionamiento de acuerdo con los actos administrativos del Consejo Nacional Electoral. Disponible en: https://www.mais.com.co/images/transparencia/PROYECTO_RESOLUCION_FUNCIONAMIENTO_2020_encrypted_encrypted_1_encrypted_.pdf

Anexos

Anexo 1. Los formularios 1b y 5b

Tabla 12. Formulario 1B “Declaraciones de Patrimonio, Ingresos y Gastos Anuales”

| Código | Concepto | ANEXO |
|--------|--|--------------|
| 100 | TOTAL DE LOS INGRESOS ANUALES | |
| 101 | Cuotas de sus afiliados, de conformidad con sus estatutos. | |
| 102 | Contribuciones, donaciones y créditos, en dinero o en especie de sus afiliados y/o partic. | (Anexo 1.1B) |
| 103 | Créditos obtenidos en entidades financieras legalmente autorizadas | (Anexo 1.2B) |
| 104 | Ingresos originados en actividades contempladas en el num. 4, art. 16. Ley 1475 de 2011. | (Anexo 1.3B) |
| 105 | Rendimientos financieros de inversiones temporales que realicen con sus recursos propios. | |
| 106 | Herencia o legados que reciban | |
| 107 | Financiación estatal para funcionamiento | |
| 108 | Financiación estatal para reposición de campañas | |
| 109 | Otros Ingresos | |
| 200 | TOTAL DE LOS GASTOS ANUALES | |
| 201 | Gastos de administración | |
| 202 | Gastos de oficina y adquisiciones | |
| 203 | Inversiones en materiales y publicaciones | |
| 204 | Actos públicos | |
| 205 | Servicio de transporte | |
| 206 | Gastos judiciales y de rendición de cuentas | |
| 207 | Gastos de propaganda política | |
| 208 | Cancelación de créditos | |
| 209 | Gastos que sobrepasan la suma fijada por el Consejo Nacional Electoral | |
| 210 | Gastos por reposición a candidatos | |
| 211 | Gastos destinados para actividades según artículo 18 de la Ley 1475 de 2011. | (Anexo 1.4B) |
| 212 | Gastos recursos propios de origen privado para la financiación de campañas | (Anexo 1.5B) |
| 213 | Otros Egresos | |

Elaboración propia con los códigos del Aplicativo Cuentas Claras

Tabla 13. Formulario 5B "Informe Individual de Ingresos y Gastos de la Campaña"

| CODIGO | DESCRIPCIÓN | ANEXO |
|--------|---|-------------|
| 100 | TOTAL DE LOS INGRESOS DE LA CAMPAÑA | |
| 101 | Créditos o aportes que provengan del patrimonio de los candidatos, de sus cónyuges o de sus compañeros permanentes o de sus parientes | Anexo 5.1 B |
| 102 | Contribuciones, donaciones y créditos, en dinero o especie, que realicen los particulares | Anexo 5.2 B |
| 103 | Créditos obtenidos en entidades financieras legalmente autorizadas | Anexo 5.3 B |
| 104 | Ingresos originados en actos públicos, publicaciones y/o cualquier otra actividad lucrativa del partido o movimiento | |
| 105 | Financiación estatal - Anticipos | Anexo 5.4 B |

| | | |
|-----|---|--------------|
| 106 | Recursos propios de origen privado que los partidos y movimientos políticos destinen para el financiamiento de las campañas en las que participen | Anexo 5.5 B |
| 107 | Otros ingresos (rendimientos financieros) | |
| 200 | TOTAL DE LOS GASTOS DE LA CAMPAÑA | |
| 201 | Gastos de administración | Anexo 5.8 B |
| 202 | Gastos de oficina y adquisiciones | |
| 203 | Inversión en materiales y publicaciones | |
| 204 | Actos públicos | Anexo 5.9 B |
| 205 | Servicio de transporte y correo | Anexo 5.10 B |
| 206 | Gastos de capacitación e investigación política | |
| 207 | Gastos judiciales y de rendición de cuentas | |
| 208 | Gastos de propaganda electoral | Anexo 5.7 B |
| 209 | Costos financieros | |
| 210 | Gastos que sobrepasan la suma fijada por el Consejo Nacional Electoral | |
| 211 | Otros gastos | |

Elaboración propia con los códigos del Aplicativo Cuentas Claras

Anexo 2. Ficha técnica de las entrevistas

| | |
|--|--|
| Número y perfil de las mujeres entrevistadas | Fueron 6 mujeres entrevistas, 5 mujeres fueron candidatas a alguna corporación pública o cargo de elección popular por distintos partidos políticos en periodos entre 2015 y 2019. Dos mujeres actualmente ejercen un cargo de elección popular y dos más son candidatas actualmente. Una mujer hace parte de una organización de mujeres dedicada al fortalecimiento político femenino. |
| Fechas en las que se realizaron | Se realizaron de manera virtual entre el 27 de octubre al 19 de noviembre de 2021. |
| Temáticas y preguntas | Las preguntas que se realizaron fueron en primer lugar sobre la vida pública de las mujeres, cuándo y cómo empezaron a participar en espacios electorales, cómo fue su interacción con los partidos y movimientos políticos. Después de esta introducción se preguntaron acerca de las barreras y dificultades que tuvieron especialmente en lo relacionado al financiamiento de sus campañas. El rol que tuvieron los partidos o movimientos durante las campañas políticas más allá de otorgar el aval, las formas en que se financiaron, los procesos de rendición de cuentas y del manejo de sus recursos. Así mismo, se preguntaron sobre hechos de violencia contra las mujeres en política como hechos de estigmatización o agresiones por parte de sus copartidarios y opositores. |
| Total de participantes por entrevista | Entrevista 1: participaron cuatro personas del equipo de Transparencia por Colombia. Entrevista 2: participaron cinco personas del equipo de Transparencia por Colombia. Entrevista 3: participaron dos personas del equipo de Transparencia por Colombia. Entrevista 4: participó una persona del equipo de Transparencia por Colombia. Entrevista 5: participaron dos personas del equipo de Transparencia por Colombia. Entrevista 6: participaron cuatro personas del equipo de Transparencia por Colombia. |

Anexo 3. Topes Gastos Elecciones Territoriales 2019 (Resoluciones 253 y 254 de 2019 CNE)

| Censo Electoral | Gobernaciones |
|-----------------------------------|----------------------|
| 4.000.001 o más | \$4.296.425.547 |
| 3.000.001 -4.000.000 | 4.180.511.437 |
| 1.500.001-3.000.000 | 4.151.414.585 |
| 885.001 – 1.500.000 | 2.118.763.731 |
| 690.001 – 885.000 | 1.774.683.785 |
| 400.001 – 690.000 | 1.772.939.073 |
| 200.001 – 400.000 | 1.330.629.638 |
| Igual o inferior a 200.000 | 1.104.848.253 |

| Censo Electoral | Alcaldía |
|----------------------------------|-----------------|
| 5.000.001 o más | \$4.172.120.979 |
| 1.000.001 – 5.000.000 | \$2.087.673.268 |
| 500.001 – 1.000.000 | \$1.956.868.383 |
| 250.001 – 500.000 | \$1.477.937.042 |
| 100.001 – 250.000 | \$1.307.056.252 |
| 50.001 – 100.000 | \$654.437.075 |
| 25.001 – 50.000 | \$218.145.688 |
| Igual o inferior a 25.000 | \$114.526.487 |

| Censo Electoral | Asambleas |
|-----------------------------------|-------------------|
| 4.000.001 o más | \$ 11.091.042.662 |
| 3.000.001 -4.000.000 | \$ 6.101.225.248 |
| 1.500.001-3.000.000 | \$ 4.826.037.614 |
| 885.001 – 1.500.000 | \$ 3.498.408.695 |
| 690.001 – 885.000 | \$ 2.924.455.972 |
| 400.001 – 690.000 | \$ 2.790.422.997 |
| 200.001 – 400.000 | \$ 2.072.527.146 |
| Igual o inferior a 200.000 | \$ 668.786.604 |

| Censo Electoral | Concejos |
|----------------------------------|-------------------|
| 5.000.001 o más | \$ 21.245.808.221 |
| 1.000.001 – 5.000.000 | \$ 6.692.885.372 |
| 500.001 – 1.000.000 | \$ 4.291.525.748 |
| 250.001 – 500.000 | \$ 2.692.997.919 |
| 100.001 – 250.000 | \$ 1.035.468.710 |
| 50.001 – 100.000 | \$ 741.585.784 |
| 25.001 – 50.000 | \$ 564.429.180 |
| Igual o inferior a 25.000 | \$ 444.951.470 |

“Las Juntas Administradoras Locales, podrán invertir en la campaña electoral hasta el diez por ciento (10%) del monto de gastos autorizados para el respectivo concejo municipal o distrital.