REPÚBLICA DE COLOMBIA

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA
SENADO DE LA REPÚBLICA

GACETA DEL CONGRESO

SENADO Y CÁMARA

(Artículo 36, Ley 5ª de 1992)

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA
www.imprenta.gov.co

ISSN 0123 - 9066

AÑO XXXV - Nº 1781 Bogotá, D. C., miércoles, 11 de noviembre de 2026 EDICIÓN DE 19 PÁGINAS

DIRECTORES: DIEGO ALEJANDRO GONZÁLEZ GONZÁLEZ
SECRETARIO GENERAL DEL SENADO
www.secretariasenado.gov.co

MIGUEL ÁNGEL SÁNCHEZ VÁSQUEZ
SECRETARIO GENERAL DE LA CÁMARA
www.camara.gov.co

RAMA LEGISLATIVA DEL PODER PÚBLICO

SENADO DE LA REPÚBLICA

PROYECTOS DE LEY

PROYECTO DE LEY NÚMERO 312 DE 2026 SENADO

por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. Ley Ana Lucía Pineda.

Alejandro Ocampo
SENADOR

PROYECTO DE LEY N.º _____ DE 2026 SENADO

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

ARTÍCULO 1. Objeto y ámbito. La presente ley establece obligaciones de transparencia, acceso a la información y rendición de cuentas a cargo de quienes realicen campañas públicas de recaudo de donaciones, para que los donantes y la ciudadanía conozcan cuánto se recauda, cómo se administran los recursos y cuál es su destino final. Se aplica a personas naturales, personas jurídicas de derecho privado y organizaciones sin personería jurídica que realicen dichas campañas en Colombia o dirigidas a residentes en el país.

Parágrafo. No están sujetos a la presente ley, y continuarán rigiéndose por las normas especiales que actualmente los regulan:

1. Los aportes y donaciones destinados a partidos y movimientos políticos, grupos significativos de ciudadanos y campañas electorales, que se rigen por la Ley 130 de 1994, la Ley 1475 de 2011, la Ley 996 de 2005 y las demás normas sobre financiación de la política.
2. Los recursos que reciban las entidades públicas, que se rigen por las normas presupuestales, de contratación estatal y de control fiscal.
3. Los aportes que una organización, incluidas las iglesias y confesiones religiosas reguladas por la Ley 133 de 1994, solicite exclusivamente a sus miembros o asociados por sus canales internos.

Cuando cualquiera de estas personas o entidades realice una campaña dirigida al público en general, fuera de los supuestos anteriores, quedará sujeta a esta ley.

ARTÍCULO 2. Definiciones. Para efectos de esta ley:

1. **Campaña pública de recaudo:** solicitud de donaciones en dinero o en especie dirigida a un público indeterminado, por cualquier medio de difusión, físico o digital, para una finalidad anunciada.
2. **Responsable:** quien organiza o promueve la campaña o recibe o administra los recursos. En las organizaciones sin personería jurídica responden solidariamente quienes las representen o administren los recursos.
3. **Canal de convocatoria:** cada medio, cuenta, perfil o espacio por el cual se difundió la solicitud.
4. **Gastos de intermediación:** costos de operación de la campaña y comisiones cobradas por entidades financieras, plataformas o terceros.
5. **Gastos de administración y operación:** costos directos e indirectos de personal y logística del organizador.

ARTÍCULO 3. Umbrales. Según el monto total recaudado por todos los canales, las campañas se sujetarán a:

1. **Hasta 20 SMMLV:** solo deberán identificar al responsable y la finalidad del anuncio y publicar un reporte simplificado de cierre.
2. **Más de 20 y hasta 100 SMMLV:** anuncio, informe de recaudo e informe final.
3. **Más de 100 SMMLV:** la totalidad de las obligaciones de esta ley.

Parágrafo. Fraccionar una campaña para eludir los umbrales constituye infracción.

ARTÍCULO 4. Anuncio de la campaña. Al iniciar la campaña, el responsable publicará en cada canal de convocatoria su identificación, la finalidad específica, la meta económica si existe, las cuentas o plataformas de recaudo, que deberán estar a su nombre, las fechas de inicio y cierre, el plazo de ejecución y el destino previsto para los excedentes.

ARTÍCULO 5. Rendición de cuentas por el mismo medio. Los informes de esta ley se publicarán en cada canal de convocatoria, con alcance y visibilidad equivalentes a los de la solicitud de donaciones. Si la campaña se difundió en televisión, radio o prensa, la mención de remisión al informe final podrá realizarse a través de las redes sociales oficiales del medio de comunicación o espacios institucionales gratuitos, conforme a la reglamentación.

Los informes no podrán publicarse solo en formatos efímeros y permanecerán accesibles al menos doce (12) meses después del informe final. Si el canal deja de existir, se publicarán en un medio de alcance similar.

ARTÍCULO 6. Informes. El responsable publicará:

1. **Informe de recaudo,** dentro de los diez (10) días hábiles siguientes al cierre: monto total, periodo, monto por canal, donaciones en especie y gastos de intermediación causados. Si el recaudo dura más de tres meses, habrá informes parciales trimestrales.
2. **Informes de ejecución,** cada tres (3) meses en las campañas de más de 100 SMMLV, mientras haya recursos por ejecutar: recursos ejecutados, destino, gastos de intermediación y saldo.
3. **Informe final,** dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a la ejecución total o al vencimiento del plazo de ejecución: destino de los recursos por rubros, gastos de intermediación en valor y porcentaje, recursos entregados a la finalidad, excedentes y cambios de finalidad.

Parágrafo. El plazo de ejecución no podrá superar doce (12) meses desde el cierre, salvo prórroga justificada y anunciada por el mismo medio antes de su vencimiento.

ARTÍCULO 7. Finalidad, soportes e información al donante. La finalidad solo podrá cambiarse cuando su cumplimiento sea imposible o se haya completado, por una finalidad equivalente, anunciándolo por el mismo medio con diez (10) días hábiles de antelación; igual regla aplica al destino de los excedentes.

El responsable llevará registro separado de cada campaña y conservará los soportes por cinco (5) años, a través de medio físico o digital. En campañas de más de 100 SMMLV, los recursos se recibirán en cuentas exclusivas. Deberá suministrarse a quien lo solicite, dentro de quince (15) días hábiles, la información sobre el recaudo y la ejecución, sin revelar datos personales protegidos por la Ley 1581 de 2012.

ARTÍCULO 8. Campañas de entidades del Régimen Tributario Especial. Adiciónese el siguiente parágrafo al artículo 364-5 del Estatuto Tributario:

> *"**Parágrafo.** Las entidades que realicen campañas públicas de recaudo de donaciones incluirán en el registro web el informe final de cada campaña, con el monto recaudado, los gastos de intermediación, el destino de los recursos y los excedentes, discriminado por campaña aun cuando los donantes no sean identificables."*

Parágrafo. Las personas naturales, jurídicas y organizaciones que ejecuten campañas públicas de recaudo que superen los cien (100) SMMLV, deberán reportar su informe final en la plataforma electrónica que para tal efecto disponga la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), la cual será de libre consulta pública. El Gobierno nacional reglamentará las condiciones técnicas de este reporte.

ARTÍCULO 9. Inspección, vigilancia y control. La verificación del cumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente ley se ejercerá de acuerdo con las siguientes reglas de competencia exclusiva:

1. La Superintendencia de Industria y Comercio será la autoridad competente respecto de las personas naturales, las organizaciones sin personería jurídica y las personas jurídicas que no estén sometidas a otro control sectorial específico.
2. Las Gobernaciones Departamentales y la Alcaldía Mayor de Bogotá, a través de sus dependencias de inspección, vigilancia y control, serán las competentes respecto de las entidades sin ánimo de lucro domiciliadas en su respectiva jurisdicción.
3. Las superintendencias sectoriales vigilarán a los sujetos regulados que se encuentren bajo su control principal, de conformidad con sus regímenes especiales.

Parágrafo 1. Cuando en una misma campaña pública de recaudo confluyan de forma conjunta o concurrente personas naturales y entidades sin ánimo de lucro, o cuando exista duda sobre la autoridad competente, la Superintendencia de Industria y Comercio asumirá el conocimiento preferente de la investigación.

Parágrafo 2. En el marco de sus competencias, las autoridades señaladas en este artículo podrán requerir información y soportes contables, ordenar la publicación o corrección de informes y suspender, como medida cautelar y preventiva, la difusión de nuevas solicitudes de recaudo ante la evidencia de incumplimientos graves o riesgo inminente de desvío de los recursos.

Parágrafo 3. Las autoridades competentes intercambiarán información con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF) y las cámaras de comercio, con estricta sujeción a la reserva legal. Cuando adviertan la posible comisión de conductas punibles, compulsarán copias de manera inmediata a la Fiscalía General de la Nación.

ARTÍCULO 10. Infracciones y sanciones. Constituye infracción incumplir cualquiera de las obligaciones de esta ley, publicar información falsa o engañosa, desatender los requerimientos de la autoridad o fraccionar campañas para eludir los umbrales. Previo procedimiento de los artículos 47 y siguientes de la Ley 1437 de 2011 y según los criterios de su artículo 50, la autoridad podrá imponer:

1. Amonestación con orden de subsanar.
2. Multa de hasta doscientos (200) SMMLV a personas naturales u organizaciones sin personería, y de hasta mil (1.000) SMMLV a personas jurídicas, siempre que la sanción no supere el 50% del monto total recaudado en la campaña objeto de infracción.
3. Prohibición de organizar nuevas campañas hasta por tres (3) años.

Parágrafo 1. Estas sanciones no excluyen la responsabilidad penal, tributaria, fiscal o civil. En las entidades sin ánimo de lucro, el incumplimiento reiterado será valorado por la autoridad de inspección para adoptar las demás medidas a su cargo.

Parágrafo 2. Corresponderá a las autoridades del artículo 9 la imposición de las sanciones previstas en la presente ley.

ARTÍCULO 11. Reglamentación y transición. El Gobierno nacional reglamentará esta ley dentro de los seis (6) meses siguientes a su promulgación y pondrá a disposición formatos gratuitos para el anuncio y los informes. Las obligaciones serán exigibles seis (6) meses después de la reglamentación; las campañas en curso en esa fecha publicarán su informe final conforme a esta ley.

ARTÍCULO 12. Vigencia. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

Del Honorable Congreso de la República,

ALEJANDRO OCAMPO GIRALDO
Senador de la República
Pacto Histórico

ARTICULADO

FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Rincón".

ARTICULADO

FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".

Johana Osorio

Karmelia Senadora

Isabel Zuleta

Esmeralda Hernandez P. H.

Claudia Romero Cámara Bogotá P.H.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".

Jorge Palacio

Renzo García

ARTICULADO

FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".

Natalia Narvaez Rep. Cundinamarca Pti

Jairo León Vargas.

Paola D'Luna

R.C. Christian Palacios C.

ARTICULADO

FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".

Oscar B.	4 feb 26
Representante Romero Santander.	Representante Valle
Carlos Mario Calde Cuval Indígena Movimiento Unidad.	
Iván Sandoval	

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA

SENADO DE LA REPÚBLICA

SECRETARÍA GENERAL / RADICACIÓN DE PROYECTOS

[X] PROYECTO DE LEY (P.L.) No.: 312/26

[ ] PROYECTO ACTO LEGISLATIVO (PAL) No.:

FECHA: 27 / 10 / 26 FOLIOS:

AUTOR(ES):

FIRMA SECRETARIO GENERAL

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. Objeto del proyecto

El proyecto busca que los donantes no dependan solo de la buena fe de quien organiza una campaña. Quien pida dinero al público deberá informar, por el mismo medio en que lo pidió, cuánto recaudó y qué hizo con los recursos. Responde a cuatro preguntas: quién rinde cuentas, qué publica y en qué plazo, quién verifica y qué pasa si no cumple.

II. Problema público

En Colombia es cada vez más frecuente que fundaciones, organizaciones y personas naturales pidan donaciones por redes sociales, televisión, radio y páginas web, en especial ante emergencias. La solidaridad ciudadana responde con rapidez, pero la información sobre el destino del dinero no llega con la misma rapidez, ni por el mismo canal.

El problema no consiste en presumir irregularidades en las entidades sin ánimo de lucro, que cumplen una labor social valiosa. Consiste en que el ordenamiento no garantiza que el donante pueda conocer y verificar qué pasó con lo que entregó. Hoy, quien quiere saberlo debe acudir a un derecho de petición o a una acción de tutela, con resultados inciertos.

La experiencia reciente de control político lo confirma. Tras el terremoto de agosto de 2026 surgieron campañas de recaudo para atender a los damnificados, como la iniciativa "Petronio Solidario", sobre la cual fue necesario acudir al derecho de petición para obtener información. En otro caso, relativo al denominado "Fondo Milagro", un juez de primera instancia negó en septiembre de 2026 la tutela interpuesta para obtener respuesta a una petición formulada en ejercicio del control político. Si un congresista enfrenta esa dificultad, la del ciudadano común es mayor.

Con independencia de cómo se resuelvan esos casos, ilustran una falla estructural: no existe un deber legal claro de informar públicamente sobre una campaña específica.

III. Marco normativo vigente y vacíos identificados

El ordenamiento colombiano sí regula a las entidades sin ánimo de lucro, pero sus obligaciones están pensadas por entidad y por año, no por campaña, y no alcanzan a quien recauda sin ser una ESAL calificada en el Régimen Tributario Especial.

Instrumento vigente	Qué garantiza	Por qué no basta
Registro en cámaras de comercio (Decreto Ley 2150 de 1995, arts. 40 a 45; Decreto 1074 de 2015)	Existencia y representación pública de la ESAL	No contiene información financiera ni de campañas
IVC de gobernaciones y Bogotá (Ley 22 de 1987; Decretos 1318 de 1988 y 1093 de 1989)	Entrega anual de estatutos, presupuestos y balances	La información llega a la autoridad, no al público; reglas de 1988–1990
Contabilidad (Ley 1314 de 2009; art. 364 ET)	Estados financieros de la entidad	Ingresos por donaciones agregados; sin unidad de reporte por campaña
Registro web del RTE (art. 364-5 ET)	Publicación anual de donantes, montos y destinación	Voluntario; anual; en donaciones colectivas basta el monto global
Ley 1712 de 2014, art. 5	Acceso a información de privados con recursos públicos	Excluye las donaciones privadas
Derecho de petición ante privados (art. 32 CPACA)	Petición ante fundaciones y asociaciones	Solo para garantizar derechos fundamentales; resultados inciertos

Instrumento vigente	Qué garantiza	Por qué no basta
Código Penal, arts. 246 y 249	Sanción de la estafa y el abuso de confianza	Opera después del daño y exige probar el delito
Decreto 1357 de 2018	Regulación de la financiación colaborativa	Excluye expresamente las donaciones

De allí se derivan cuatro vacíos:

1. **Vacío de unidad de reporte:** ninguna norma exige informar por campaña el recaudo, los gastos de intermediación, la ejecución y los saldos.
2. **Vacío subjetivo:** las personas naturales y los colectivos sin personería que recaudan públicamente no tienen obligación alguna de rendir cuentas.
3. **Vacío de canal:** cuando existe información, se entrega a una autoridad o se publica en un registro que el donante no consulta, y no por el medio en que se le pidió el dinero.
4. **Vacío de verificación:** ninguna autoridad tiene competencia expresa para verificar que una campaña cumplió lo anunciado; la DIAN fiscaliza con fines tributarios y la IVC se ocupa de la entidad en general.

Estos vacíos no se resuelven con aplicar mejor las normas vigentes, porque las obligaciones que se echan de menos no existen. Se requiere intervención legislativa.

IV. Fundamento constitucional y legal

Competencia del Congreso. El artículo 150, numeral 8, de la Constitución atribuye al Congreso expedir las normas a las que debe sujetarse el Gobierno para ejercer la inspección y vigilancia. El artículo 189, numeral 26, asigna al Presidente la inspección y vigilancia de las instituciones de utilidad común para que sus rentas se conserven y se apliquen debidamente. El proyecto desarrolla ese fin y lo extiende a la relación con los donantes.

Derechos que se protegen. El derecho a recibir información veraz e imparcial (art. 20 C.P.) adquiere especial relevancia cuando alguien solicita dinero al público con una finalidad anunciada: el donante entrega sus recursos con base en esa información.

Límites que el proyecto respeta:

- **Libertad de asociación (art. 38 C.P.):** las cargas son proporcionales al monto recaudado; las campañas pequeñas quedan exentas o en régimen simplificado, y no se exige autorización previa para recaudar.
- **Intimidad y habeas data (art. 15 C.P.; Ley 1581 de 2012):** los informes no revelan datos sensibles de beneficiarios ni identifican donantes sin su autorización.
- **Libertad religiosa:** se excluyen los aportes que las confesiones solicitan a sus fieles por canales internos.
- **Libertad de expresión y de empresa de las plataformas:** se les impone un deber de colaboración, no de vigilancia del contenido.

Naturaleza ordinaria de la ley. El proyecto no modifica las leyes estatutarias de transparencia (Ley 1712 de 2014) ni de derecho de petición (Ley 1755 de 2015), ni regula el núcleo de un derecho fundamental. Crea deberes legales de información derivados de la actividad de recaudo público y fija reglas de inspección y vigilancia, materias de ley ordinaria (art. 150, num. 8 y 23, C.P.). El deber de responder al donante (art. 7) es una obligación legal autónoma, no una ampliación del derecho de petición.

Reserva de ley en materia sancionatoria. Las infracciones, sanciones, autoridades y procedimiento quedan definidos en la ley (arts. 10 y 11), en cumplimiento del principio de legalidad del derecho administrativo sancionador (art. 29 C.P.).

V. Explicación del articulado

El proyecto tiene 12 artículos. Su eje es la **rendición de cuentas por el mismo medio** (art. 5): si se pidió el dinero en Instagram, se informa en Instagram.

Artículos	Contenido y razón
1 a 3	Objeto, ámbito (incluye personas naturales y colectivos), definiciones y umbrales: hasta 20 SMMLV solo identificación; hasta 100 SMMLV régimen simplificado; por encima, régimen completo. Protege las colectas pequeñas y solidarias
4 a 7	Ciclo de información: anuncio al iniciar, rendición por el mismo medio sin contenidos efímeros, informe de recaudo en 10 días hábiles, informes trimestrales de ejecución, informe final en 30 días hábiles, reglas de cambio de finalidad, soportes por 5 años y deber de responder al donante
8 y 9	Las ESAL del RTE informan cada campaña también en el registro web de la DIAN
10	Autoridad de IVC existente para las ESAL; la SIC para personas naturales y colectivos, hoy sin supervisor. Facultades de requerimiento, orden de publicación y suspensión cautelar. Coordinación con DIAN, UIAF y Fiscalía. Plataformas: deber de colaboración, no de vigilancia
11	Infracciones; amonestación, multas diferenciadas (200 SMMLV personas naturales, 1.000 jurídicas) y prohibición de nuevas campañas hasta 3 años, con el procedimiento de la Ley 1437 de 2011
12	Reglamentación en 6 meses, formatos gratuitos, exigibilidad 6 meses después de reglamentada y vigencia

Por qué la SIC. Es la autoridad con mayor experiencia en información dirigida al público y publicidad engañosa, tiene presencia nacional y capacidad sancionatoria. La alternativa de asignar la función a las gobernaciones multiplicaría criterios dispares; la de crear una entidad nueva no se justifica.

VI. Impacto fiscal

En cumplimiento del artículo 7 de la Ley 819 de 2003, se precisa que el proyecto no ordena gasto nuevo ni crea entidades, cargos ni beneficios tributarios. Sus costos de implementación son marginales y se atienden con recursos existentes:

- **Función de la SIC:** se ejerce con su estructura y su procedimiento sancionatorio actuales.
- **Autoridades de IVC:** la verificación se integra a la función que ya cumplen.
- **Formatos y pedagogía:** contenidos digitales de bajo costo.

El proyecto puede generar ingresos por multas. Se solicitará concepto al Ministerio de Hacienda y Crédito Público durante el trámite.

VII. Conflicto de interés

En cumplimiento del artículo 291 de la Ley 5ª de 1992, modificado por el artículo 3 de la Ley 2003 de 2019, se señala que el proyecto establece obligaciones generales y abstractas para todos los responsables de campañas públicas de recaudo, por lo que, en principio, no genera beneficio particular, actual y directo para los congresistas. Podría configurarse un conflicto de interés para quien, o cuyo cónyuge, compañero permanente o parientes dentro de los grados legales, organice campañas públicas de recaudo o administre una entidad que las realice. La descripción de estas circunstancias no exime a cada congresista de identificar otras causales que considere aplicables.

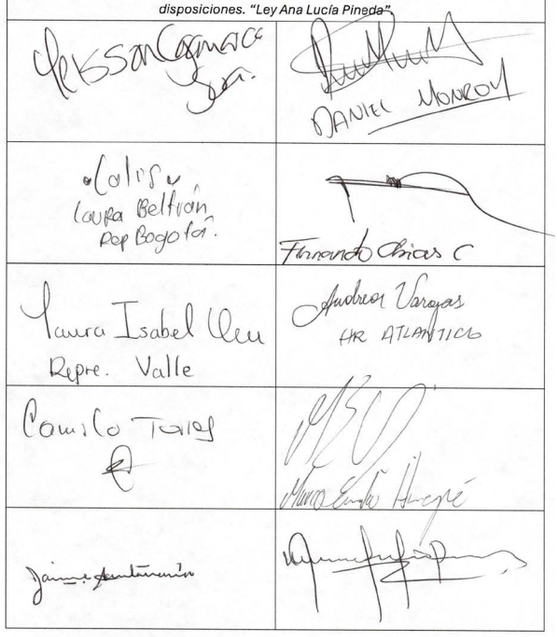
Del Honorable Congreso de la República,

ALEJANDRO OCAMPO GIRALDO
Senador de la República
Pacto Histórico

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".



EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".



EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".



FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".



EXPOSICIÓN DE MOTIVOS
FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026
Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".

Miguel Angel Pinto Hernandez	José Felipe Hernandez
Natalia Marcela Rep. Cundinamarca P.H	Luis Ballesteros
Ana Tarazo	
Jairo León Vargas.	
Paola Dhavo	R.c. Christian Palacios C.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS
FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026
Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".

Oscar B.	Alfa M
Yolanda Sabrina Duarte Repre Santander	
Carlos Mario Calvo Cavul Nuevo Liderazgo Movimiento Unidad	
Jorge Bastidas	

Bogotá D.C.; Octubre de 2026

Señores
SECRETARÍA GENERAL
Senado de la República
Ciudad

Asunto.: *Radicación Proyecto de Ley "Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones".*

Respetados,

Atendiendo a lo estipulado en la Ley 5 de 1992, presentamos a consideración del Congreso de la República el Proyecto de Ley ***"Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones".*** El Proyecto de Ley cumple las disposiciones correspondientes de la normatividad vigente.

Agradecemos surtir el trámite legislativo previsto en el artículo 144 de la Ley 5 de 1992.

Del Honorable Congreso de la República,

ALEJANDRO OCAMPO GIRALDO Senador de la República Pacto Histórico	María del Mar

FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026
Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".

Jessica Gamarra Sra.	Daniel Monroy
Laura Beltrán Rep Bogotá.	Fernando Araujo C
Laura Isabel Lesmes Repre. Valle	Andrés Vargas HR ATLANTICO
Camilo Torres	Mario Castaño Hernández
Jaime Antonio	

FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".



FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".



ARTICULADO

FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".



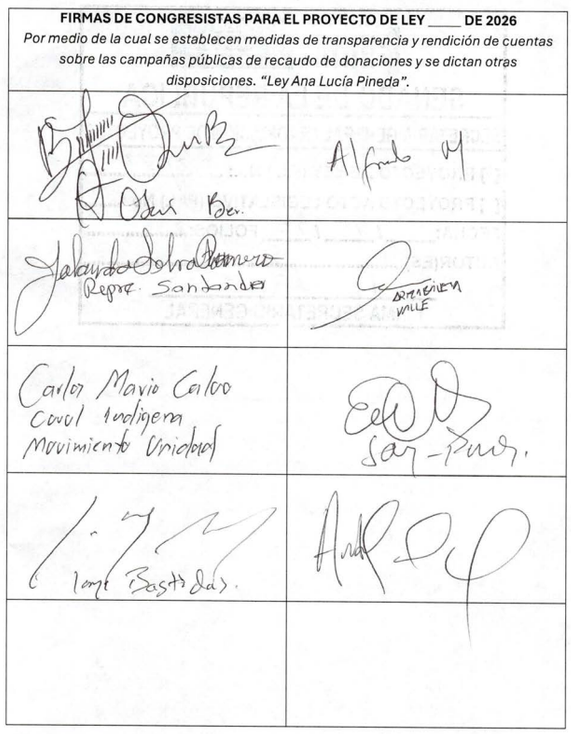
FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY ____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".



FIRMAS DE CONGRESISTAS PARA EL PROYECTO DE LEY _____ DE 2026

Por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. "Ley Ana Lucía Pineda".



CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA

SENADO DE LA REPÚBLICA

SECRETARÍA GENERAL / RADICACIÓN DE PROYECTOS

[X] **PROYECTO DE LEY (P.L.) No.:** 312/26

[ ] **PROYECTO ACTO LEGISLATIVO (PAL) No.:**.....

FECHA: 27 / 10 / 26 **FOLIOS:**.....

AUTOR(ES):.....

FIRMA SECRETARIO GENERAL

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA
SENADO DE LA REPÚBLICA

SECCIÓN DE LEYES

SENADO DE LA REPÚBLICA – SECRETARIA GENERAL – TRAMITACIÓN LEYES

Bogotá D.C., 27 de octubre de 2026

Señor Presidente:

Con el fin de repartir el Proyecto de Ley No.312/26 Senado **"POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN MEDIDAS DE TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS SOBRE LAS CAMPAÑAS PÚBLICAS DE RECAUDO DE DONACIONES Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES – LEY ANA LUCÍA PINEDA"**, me permito remitir a su despacho el expediente de la mencionada iniciativa, presentada el día de hoy ante la Secretaría General del Senado de la República por los Honorables Senadores ALEJANDRO OCAMPO GIRALDO, DEISY JOHANA OSORIO MARQUEZ, FERNEY SILVA IDROBO, WILSON NEBER ARIAS CASTILLO, YAINI ISABEL CONTRERAS JIMÉNEZ, SANDRA CLAUDIA CHINDOY JAMIOY, KAMELIA EDITH ZULUAGA NAVARRO, LAURA CRISTINA AHUMADA GARCÍA, DIANA CAROLINA CORCHO MEJÍA, WALTER ALFONSO RODRÍGUEZ CHAPARRO, CARMEN PATRICIA CAICEDO OMAR, ALEJANDRA OMAÑA, MARTIN ALONSO CAICEDO CARABALI, DAVID RICARDO RACERO MAYORCA, CRISTIAN KEVIN GÓMEZ PAZ, ISABEL CRISTINA ZULETA LÓPEZ, CARLOS ALBERTO BENAVIDES SOLARTE, MARTHA PERALTA EPIEYÚ, JENNIFER PEDRAZA SANDOVAL, ESMERALDA HERNÁNDEZ SILVA, ARIEL FERNANDO ÁVILA MARTÍNEZ, ANTONIO JOSÉ CORREA JIMÉNEZ; y los Honorables Representantes MARÍA DEL MAR PIZARRO, YEISSON GERARDO SUA CAJAMARCA ZAPATA, DANIEL MAURICIO MONROY HERNÁNDEZ, LAURA DANIELA BELTRÁN PALOMARES, FERNANDO ARIAS CARDONA, LAURA ISABEL VERA ZAPATA, ANDREA CAMILA VARGAS DE LA HOZ, CAMILO ALFONSO TORRES PRADA, MARCO EMILIO HINCAPIÉ RAMÍREZ, JAIME SANTAMARÍA ACOSTA, AMAURY JULIO PÉREZ, CLAUDIA TERESA ROMERO NADER, SANTIAGO OSORIO MARÍN, GABRIEL BECERRA YÁÑEZ, JORGE AUGUSTO PALACIO GARZÓN, MIGUEL ÁNGEL GRISALES SUAREZ, RENZO GARCÍA PARRA, MARÍA FERNANDA CARRASCAL ROJAS, LUZ VERÓNICA ESTRADA HOLGUIN, LOURDES PAOLA MATEUS SERRANO, MIGUEL ÁNGEL RUBIO BRAVO, JOSÉ FELIPE HERNÁNDEZ POLO, FRANCY NATALIA MORENO PUIN, ANA LEIDY ERAZO RUIZ, JAIRO LEÓN VARGAS, AIDA MARINA QUILCUÉ VIVAS, PAOLA ANDREA QUIÑONES D'HARO, CHRISTIAN HOSEP PALACIOS LEDEZMA, OSCAR BENAVIDES, ALFREDO MONDRAGÓN GARZÓN, YOLANDA SILVA ROMERO, CARLOS EDUARDO ARIZABALETA, CARLOS MARIO CALVO LARGO, ELIZABETH JAY PANG, JORGE BASTIDAS ROSERO, LUIS FERNANDO BALLESTEROS MEZA y otras firmas ilegibles. La materia de que trata el mencionado Proyecto de Ley es competencia de la Comisión **PRIMERA** Constitucional Permanente del Senado de la República, de conformidad con las disposiciones Constitucionales y Legales.

DIEGO ALEJANDRO GONZÁLEZ GONZÁLEZ
Secretario General

AQUÍ VIVE LA DEMOCRACIA

Edificio Capitolio Nacional – Sótano
leyes@senado.gov.co

PRESIDENCIA DEL H. SENADO DE LA REPÚBLICA – OCTUBRE 27 DE 2026

De conformidad con el informe de Secretaría General, dese por repartido el precitado Proyecto de Ley a la Comisión **PRIMERA** Constitucional y envíese copia del mismo a la Imprenta Nacional para que sea publicado en la Gaceta del Congreso.

CÚMPLASE

EL PRESIDENTE DEL HONORABLE SENADO DE LA REPÚBLICA

HONORIO MIGUEL HENRÍQUEZ PINEDO

SECRETARIO GENERAL DEL HONORABLE SENADO DE LA REPÚBLICA

DIEGO ALEJANDRO GONZÁLEZ GONZÁLEZ

Proyectó: Sarly Novoa
Revisó: Dra. Luciana González

PROYECTO DE LEY ESTATUTARIA NÚMERO 316 DE 2026 SENADO

por medio del cual se modifica la Ley 996 de 2005, se crea la obligación a los candidatos presidenciales de asistir a debates públicos para presentar a la ciudadanía su programa de gobierno y se dictan otras disposiciones.

Bogotá, D.C., 27 de Octubre de 2026

Señor
Diego Alejandro González González
Secretario General
Senado de la República de Colombia
Bogota D.C,

Asunto: Radicación de proyecto de ley Estatutaria ***"Por medio del cual se modifica la Ley 996 de 2005, se crea la obligación a los candidatos presidenciales de asistir a debates públicos para presentar a la ciudadanía su programa de gobierno y se dictan otras disposiciones"***

Respetado Sr. Secretario:

En nuestra condición de miembros del Congreso de la República y en uso del derecho establecido en el artículo 150 de la Constitución Política de Colombia, por su digno conducto nos permitimos poner a consideración del Congreso de la República el siguiente proyecto de ley Estatutaria ***"Por medio del cual se modifica la Ley 996 de 2005, se crea la obligación a los candidatos presidenciales de asistir a debates públicos para presentar a la ciudadanía su programa de gobierno y se dictan otras disposiciones"***

Agradecemos surtir el trámite correspondiente.

Cordialmente;

DAVID RICARDO RACERO MAYORCA
Senador de la República de Colombia
Pacto Histórico

I. OBJETO DEL PROYECTO DE LEY

Este proyecto de ley estatutaria tiene como objeto promover la democratización del Estado y aportar en la búsqueda de legitimidad de la política con una medida orientada a garantizar los derechos políticos en la contienda electoral a la Presidencia de la República. En aras que los comicios sean un ejercicio abierto, democrático, transparente y que dé confianza y garantías para que la ciudadanía dé su voto verdaderamente informado en la elección del cargo más importante del país.

Además, en la necesidad de fomentar la participación política y afianzar el sentido de responsabilidad ciudadana sobre lo público, es esencial este cambio normativo, otorgando una mayor garantía de concurrir en las decisiones políticas de la nación.

En ese sentido, este proyecto busca establecer la obligatoriedad, para los candidatos a la Presidencia de la República, de participar en debates públicos durante el periodo de campaña, con la finalidad de dar a conocer y debatir ante el electorado los planes de gobierno.

En función de ello, el proyecto de ley adiciona un capítulo V (A) a las disposiciones contenidas en la ley 996 del 2005 *"por medio de la cual se reglamenta la elección de Presidente de la República, de conformidad con el artículo 152 literal f) de la Constitución Política de Colombia, y de acuerdo con lo establecido en el Acto Legislativo 02 de 2004, y se dictan otras disposiciones"*, asuntos que ostentan reserva de ley estatutaria en los términos del artículo 152° de la Constitución Política de Colombia.

Este proyecto contiene un total de 8 artículos. En los que se plantea: 1) El objeto 2) Modificación Ley 996 de 2005 3) Cantidad de debates y fechas 4) Emisión 5) Audiencia de reglamentación 6) Incumplimiento 7) Disposiciones presupuestales y 8) Vigencia y derogatorias.

II. ANTECEDENTES TRÁMITE LEGISLATIVO

El presente proyecto de ley estatutaria, de iniciativa congresional, fue radicado por primera vez ante el Congreso de la República de Colombia el día cinco (5) de diciembre de dos mil veintitrés (2023), ante la Secretaría General de la Cámara de Representantes, por el entonces H. Representante a la Cámara **David Ricardo Racero Mayorca**. La iniciativa fue identificada como **Proyecto de Ley Estatutaria No. 328 de 2023 Cámara** y publicada en la **Gaceta del Congreso No. 1826 de 2023**. Para su trámite legislativo fue remitida a la Comisión Primera Constitucional Permanente de la Cámara de Representantes, cuya Mesa Directiva designó como ponente único al entonces Representante David Ricardo Racero Mayorca. El proyecto fue posteriormente archivado de conformidad con lo dispuesto en el artículo 190 de la Ley 5ª de 1992.

La iniciativa fue radicada nuevamente el día veintidós (22) de julio de dos mil veinticuatro (2024), ante la Secretaría General de la Cámara de Representantes, por el entonces H. Representante a la Cámara **David Ricardo Racero Mayorca**, correspondiéndole la numeración **Proyecto de Ley Estatutaria No. 027 de 2024 Cámara**, publicado en la **Gaceta del Congreso No. 1065 de 2024**. El proyecto fue remitido para su trámite a la Comisión Primera Constitucional Permanente de la Cámara de Representantes, en la cual el entonces Representante David Ricardo Racero Mayorca fue designado nuevamente como ponente único. La ponencia positiva para primer debate fue radicada el día veintiocho (28) de agosto de 2024.

Posteriormente, el día veinte (20) de noviembre de dos mil veinticuatro (2024), la Comisión Primera Constitucional Permanente de la Cámara de Representantes debatió y **aprobó por unanimidad** la iniciativa, según consta en el Acta No. 24 de la misma fecha. Durante su discusión fueron radicadas diecinueve (19) proposiciones, de las cuales quince (15) fueron acogidas e incorporadas durante el trámite legislativo. En esa misma sesión, la Mesa Directiva de la Comisión designó al entonces H. Representante **David Ricardo Racero Mayorca** como ponente único para rendir ponencia para segundo debate ante la Plenaria de la Cámara de Representantes.

Posteriormente, el día veinte (20) de agosto de dos mil veinticinco (2025), el entonces H. Representante a la Cámara **David Ricardo Racero Mayorca** radicó ante la Secretaría General de la Cámara de Representantes una nueva versión de la iniciativa, denominada **"Por medio del cual se modifica la Ley 996 de 2005, se crea la obligación a los candidatos presidenciales de asistir a debates públicos para presentar a la ciudadanía su programa de gobierno y se dictan otras disposiciones"**, a la cual le correspondió la numeración **Proyecto de Ley Estatutaria No. 256 de 2025 Cámara**.

III. CONTENIDO DEL PROYECTO DE LEY

El proyecto de ley Estatutaria ***"Por medio del cual se modifica la Ley 996 de 2005, se crea la obligación a los candidatos presidenciales de asistir a debates públicos para presentar a la ciudadanía su programa de gobierno y se dictan otras disposiciones"*** Se estructura a partir de 8 artículos, los cuales se presentan a continuación.

Tabla 1. Contenido del Proyecto de Ley Obligatoriedad de Debates Presidenciales

ARTÍCULO 1. Objeto
ARTÍCULO 2. Modificación Ley 996 de 2005
ARTÍCULO 3. Cantidad de Debates y Fechas
ARTÍCULO 4. Emisión
ARTÍCULO 5. Audiencia de reglamentación
ARTÍCULO 6. Incumplimiento
ARTÍCULO 7. Disposiciones presupuestales
ARTÍCULO 8. Vigencia

Fuente: Elaboración propia

CONFLICTO DE INTERESES.

Dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 3° de la Ley 2003 del 19 de noviembre de 2019, por la cual se modifica parcialmente la Ley 5ª de 1992, se hacen las siguientes consideraciones:
Se estima que de la discusión y aprobación del presente proyecto de ley no podría generarse un conflicto de interés en consideración al interés particular, actual y directo de los congresistas, de su cónyuge, compañero o compañera permanente, o parientes dentro del segundo grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil, por cuanto se tratan de disposiciones de carácter general.

Sobre este asunto ha señalado el Consejo de Estado (2019)[1]: "No cualquier interés configura la causal de desinvestidura en comento,

[1] Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sala Especial de Decisión 6. Sentencia del 16 de julio de 2019. Radicación: 11001-03-15-000-2019-02830-00 (PI). Consejero ponente: Carlos Enrique Moreno Rubio. Numeral 3.5.

pues se sabe que sólo lo será aquel del que se pueda predicar que es directo, esto es, que *per se* el alegado beneficio, provecho o utilidad encuentre su fuente en el asunto que fue conocido por el legislador; particular, que el mismo sea específico o personal, bien para el congresista o quienes se encuentren relacionados con él; y actual o inmediato, que concurra para el momento en que ocurrió la participación o votación del Congresista, lo que excluye sucesos contingentes, futuros o imprevisibles.

También se tiene noticia que el interés puede ser de cualquier naturaleza, esto es, económico o moral, sin distinción alguna". De igual forma, es pertinente señalar lo que la Ley 5ª de 1992 dispone sobre la materia en el artículo 286, modificado por el artículo 1°de la Ley 2003 de 2019: "Se entiende como conflicto de interés una situación donde la discusión o votación de un proyecto de ley o acto legislativo o artículo, pueda resultar en un beneficio particular, actual y directo a favor del Congresista.

I. Beneficio particular: aquel que otorga un privilegio o genera ganancias o crea indemnizaciones económicas o elimina obligaciones a favor del Congresista de las que no gozan el resto de los ciudadanos. Modifique normas que afecten investigaciones penales, disciplinarias, fiscales o administrativas a las que se encuentre formalmente vinculado.
II. Beneficio actual: aquel que efectivamente se configura en las circunstancias presentes y existentes al momento en el que el Congresista participa de la decisión.
III. Beneficio directo: aquel que se produzca de forma específica respecto del Congresista, de su cónyuge, compañero o compañera permanente, o parientes dentro del segundo grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil".

Se recuerda que la descripción de los posibles conflictos de interés que se puedan presentar frente al trámite del presente proyecto de ley, conforme a lo dispuesto en el artículo 291 de la Ley 5ª de 1992 modificado por la Ley 2003 de 2019, no exime al Congresista de identificar causales adicionales.

IMPACTO FISCAL

El artículo 7° de la Ley 819 de 2003 "Por la cual se dictan normas orgánicas en materia de presupuesto, responsabilidad y transparencia fiscal y se dictan otras disposiciones.", determina que en la exposición de motivos y en las ponencias de los proyectos de ley se debe hacer explícito el costo fiscal que se genera por el gasto ordenado o por el otorgamiento de beneficios tributarios, que debe ser compatible con el marco fiscal de mediano plazo, al mismo tiempo que debe señalar la fuente de financiación de dicho costo.

Ahora bien, en cumplimiento a la disposición referida, en lo que respecta a esta iniciativa en específico, se deja de manifiesto que este proyecto de ley no ordena gasto público.

1. Objeto del proyecto de ley y su contenido

Este proyecto de ley estatutaria tiene como objeto promover la democratización del Estado y aportar en la búsqueda de legitimidad de la política con una medida orientada a garantizar los derechos políticos en la contienda electoral a la presidencia. En aras que los comicios sean un ejercicio abierto, democrático, transparente y que de confianza y garantías para que la ciudadanía dé su voto verdaderamente informado en la elección del cargo más importante del país.

Además, en la necesidad de fomentar la participación política y afianzar el sentido de responsabilidad ciudadana sobre lo público, es esencial este cambio normativo, otorgando una mayor garantía de concurrir en las decisiones políticas de la nación.

En ese sentido, este proyecto busca establecer la obligatoriedad para las y los candidatos a la Presidencia de la República de participar en debates públicos durante el periodo de campaña, con la finalidad de dar a conocer y debatir ante el electorado los planes de gobierno.

En función de ello, el proyecto de ley adiciona un capítulo V (A) a las disposiciones contenidas en la Ley 996 del 2005 *"por medio de la cual se reglamenta la elección de Presidente de la República, de conformidad con el artículo 152 literal f) de la Constitución Política de Colombia, y de acuerdo con lo establecido en el Acto Legislativo 02 de 2004, y se dictan otras disposiciones"*, asuntos que ostentan reserva de ley estatutaria en los términos del artículo 152° de la Constitución Política de Colombia.

Este proyecto contiene un total de 8 artículos. En los que se plantea: 1) Objeto 2) Modificación Ley 996 de 2005 3) Cantidad de debates y fechas 4) Emisión 5) Audiencia de reglamentación 6) Incumplimiento 7) Disposiciones presupuestales y 8) Vigencia y derogatorias.

2. **Justificación**

2.1. Marco jurídico

El principio democrático, bajo el amparo de la Constitución Política de 1991, desarrolla una multiplicidad de funciones, dentro de las cuales figura aquella consistente en legitimar la subsistencia del Estado Social de Derecho. Es decir que, la democracia se presenta como un principio estructural y valor fundante del orden jurídico, por cuanto permite la expresión espontánea y libre de la voluntad popular, que a su vez sustenta la existencia misma del Estado, en su acepción de nación jurídicamente organizada.

En este mismo sentido, se aduce que la esencia del preámbulo está estrechamente relacionado con la eficacia del derecho de libertad del elector en:

1. Expresar libremente sus preferencias respecto de las diferentes opciones; y
2. Concurrir a las urnas, también bajo condiciones de plena libertad y autonomía, a votar de conformidad con dichas preferencias

Esta libertad cuenta igualmente con desarrollo en la normatividad internacional debidamente ratificada por Colombia, como lo es el artículo 25 del Pacto de Derechos Civiles y Políticos y el artículo 23 de la Convención Interamericana establecen que es derecho de toda persona votar y ser elegido en elecciones periódicas por un sistema de voto secreto "que garantice la libre expresión de la voluntad de los electores"[1]

En palabras de la Corte Constitucional "*Sin la participación activa de los ciudadanos en el gobierno de los propios asuntos, el Estado se expone a una pérdida irrecuperable de legitimidad como consecuencia de su inactividad frente a las cambiantes y particulares necesidades de los diferentes sectores de la sociedad*"[2].

Resulta a todas luces necesario ofrecer a la ciudadanía una diversidad de medios de participación política, que tiendan a legitimar la supervivencia misma del Estado, como lo sería participar en las contiendas electorales de manera realmente informada dando así el día de los comicios un voto consciente.

2.2. El carácter democrático del Estado y el derecho a elegir y ser elegido

El preámbulo de la Constitución Política establece como valor fundante del Estado su carácter democrático y participativo, lo cual condiciona la interpretación del conjunto del sistema normativo, esto quiere decir que toda norma jurídica debe considerar el respeto a ese marco democrático y participativo en tanto el preámbulo constitucional posee fuerza vinculante. Esto se traduce además en el artículo segundo superior que establece que se debe facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación.

Una de las formas en que estos principios se concretan es el derecho a la participación es la conformación, ejercicio y control del poder político, que tiene como una de sus manifestaciones el derecho a elegir y ser elegido, consagrado en el artículo 40 constitucional. El derecho a elegir y ser elegido es un principio fundamental en las democracias y sistemas políticos que buscan la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones. Este derecho se refiere a la capacidad de los individuos de participar en la elección de sus representantes y líderes, así como tener la posibilidad de presentarse como candidatos para ocupar cargos públicos.

En términos generales, el derecho a elegir implica que la ciudadanía tiene el derecho de votar en elecciones para seleccionar a sus representantes en los distintos niveles de gobierno, ya sea a nivel local, regional o nacional. Por otro lado, el derecho a ser elegido significa que cualquier persona que cumpla con los requisitos legales puede presentarse como candidato a un cargo público y ser considerado para ocupar ese puesto, siempre y cuando cuente con el respaldo necesario de los votantes. Este derecho es esencial para el funcionamiento de los sistemas políticos democráticos, donde los ciudadanos tienen la oportunidad de influir en la toma de decisiones y de elegir a aquellos que consideran que los representarán de manera adecuada en las instituciones gubernamentales.

Uno de los casos superiores de manifestación de este derecho es el relacionado con el derecho a elegir presidente de la República y ser elegido presidente de la República, que tiene derivación en el artículo 152 constitucional. Este proceso es crucial, ya que se trata de una dignidad central en la toma de decisiones y la representación del país a nivel nacional e internacional. La participación de los ciudadanos en la elección del presidente contribuye a la legitimidad del gobierno y refuerza la idea de que el poder político emana del pueblo. Es fundamental que estos procesos electorales sean transparentes, justos y respeten el principio democrático y participativo para garantizar la legitimidad y la representatividad del presidente elegido.

Sin embargo, debe señalarse que el derecho político de elegir y ser elegido no se limita únicamente a la posibilidad de postularse como candidato a una campaña y a ejercer el sufragio el día de las elecciones. Se trata de un derecho fundamental que lleva inmanente una prerrogativa a cargo de todos los ciudadanos de poder ver y/o escuchar las ideas que son postuladas por los candidatos para el escrutinio público, de forma que se conozca su ideología, convicciones, propuestas y otros rasgos distintivos, más aún cuando se trata de ver y/o escuchar a los candidatos postulados a la dignidad que otorga la presidencia de la República.

Permitir que todos los ciudadanos tengan acceso a las ideas y propuestas de los candidatos facilita una toma de decisiones informada, promoviendo así la transparencia en la contienda electoral y fortaleciendo la participación de la ciudadanía en la vida política. El derecho a conocer las ideas de los candidatos es esencial para el ejercicio de la democracia. Al tener acceso a la ideología, convicciones y propuestas de los aspirantes a la presidencia, los ciudadanos pueden evaluar de manera crítica y fundamentada las opciones disponibles. Esto contribuye a la formación de una opinión pública informada, fomentando un debate democrático robusto y permitiendo que los ciudadanos elijan a sus representantes en función de sus valores y expectativas.

La posibilidad de ver y escuchar a los candidatos no solo es crucial durante la campaña, sino que también establece las bases para un gobierno transparente y responsable. Al conocer las posturas y propuestas de los candidatos, los ciudadanos están mejor preparados para evaluar el desempeño de los líderes electos una vez que están en el cargo. Esto contribuye a un sistema de rendición de cuentas, ya que los ciudadanos pueden comparar las promesas de campaña con las acciones gubernamentales y exigir responsabilidad a aquellos que han sido elegidos para ocupar cargos públicos.

2.3. La responsabilidad de los candidatos frente a los derechos del elector

Los candidatos a la presidencia de la República de Colombia tienen deberes frente a los derechos del elector debido a la naturaleza misma de un sistema democrático basada en una representación responsable:

1) Al postularse asumen la responsabilidad de representar a todos los ciudadanos de manera justa e inclusiva;

2) Tienen el deber de conducir campañas electorales transparentes y éticas, proporcionando información precisa sobre sus plataformas y propuestas para que los electores tomen decisiones informadas;

3) Deben trabajar para garantizar que todos los ciudadanos tengan acceso equitativo a la participación en el proceso electoral, abogando por la eliminación de barreras que puedan obstaculizar el ejercicio del derecho al voto informado y promover la inclusión de todas las voces en el debate público.

En el caso de candidatos a la presidencia de la República que acudan a la segunda vuelta, se trata de personas que, aunque ostentan una mera expectativa de acceder a la presidencia de la República, lo cierto es que en esta instancia (segunda vuelta presidencial), con seguridad ejercerán un cargo público de interés nacional, pues quien quede de segundo en las elecciones, podrá tomar posesión como senador de la República, conforme lo prevé el inciso cuarto del artículo 112 constitucional.

No se trata entonces de un simple derecho en un solo sentido (a favor del candidato o su partido), sino que, por el principio democrático y participativo incluido en el preámbulo constitucional, dicha prerrogativa lleva implícito un deber y obligación de hacer uso de esos derechos frente a los demás beneficiarios de dicha prestación, que no son otros que los ciudadanos a quienes éstos pretenden convencer. En otras palabras, los debates presidenciales son en sí mismos considerados, un derecho del candidato para exponer sus ideas, pero al mismo tiempo un deber frente al conglomerado social.

Aspecto que en las últimas elecciones no se ha materializado así, al ser en este momento una alternativa para el candidato y no una obligatoriedad como lo podemos observar en la siguiente tabla:

Elecciones	Candidatos que no participaron en debates presidenciales
2006	Candidato Álvaro Uribe Vélez se negó a participar de debates presidenciales
2010	Todos los candidatos presidenciales asistieron a los debates
2014	Candidato Juan Manuel Santos no asistió a debates presidenciales
2018	Candidato Iván Duque no asistió a debates presidenciales en segunda vuelta
2022	Candidatos Gustavo Petro y Rodolfo Hernández se ausentaron en diferentes ocasiones a debates de segunda vuelta
2026	No se realizaron debates presidenciales debido a la falta de consenso entre las campañas sobre el formato del encuentro, específicamente en relación con la participación de las fórmulas vicepresidenciales.

Tabla 1. Candidatos que no participaron en debates presidenciales. *Elaboración propia.*

2.4. La responsabilidad de los partidos políticos

La calidad de los candidatos no debe valorarse como sujetos particulares individualmente considerados, sino que representan los deberes democráticos y participativos de la organización política que avaló y permitió su inscripción en las elecciones para Presidente de la República, y frente a los cuales, para los fines eminentemente democráticos, los ciudadanos están en estado de subordinación, porque no intervienen en la toma de decisiones que les incumben ni intervienen en la elaboración de las propuestas que serán puestas a consideración del electorado.

2.5. La campaña electoral y el acceso a medios de comunicación

La campaña electoral es definida en el artículo segundo de la Ley 996 de 2005 como el conjunto de actividades realizadas con el propósito de divulgar el proyecto político y obtener apoyo electoral a favor de alguno de los candidatos. En un sistema democrático como el colombiano, una campaña electoral es un proceso organizado y regulado en el cual los candidatos y partidos políticos compiten para persuadir a los votantes y ganar su apoyo en las elecciones. Estas campañas son fundamentales para el funcionamiento de la democracia, ya que brindan a los ciudadanos la oportunidad de conocer a los candidatos, sus propuestas y sus visiones para el país.

En Colombia, las campañas electorales suelen tener un período definido que antecede a las elecciones. Durante este tiempo, los candidatos buscan promover sus ideas, conectarse con los votantes y generar apoyo para sus candidaturas. Los candidatos utilizan diversos medios de comunicación, como la televisión, la radio, los periódicos, las redes sociales y los eventos públicos, para difundir sus mensajes. La publicidad electoral está regulada por la ley para garantizar la equidad y evitar prácticas desleales.

Los ciudadanos participan activamente en la campaña, asistiendo a eventos, expresando sus opiniones en las redes sociales, y, finalmente, votando en el día de las elecciones. La participación ciudadana es esencial para el éxito de la democracia y para asegurar que los líderes electos reflejen los intereses y valores de la población.

En este sentido, la Ley 966 de 2005 en su artículo 23 establece la regulación referida al acceso a medios de comunicación por parte de los candidatos que adelanten campaña para ser elegidos como presidente de la República:

> *Artículo 23. Acceso Al Canal Institucional y la Radiodifusora Nacional. Durante el período de campaña presidencial los partidos y movimientos políticos con personería jurídica, mantendrán el acceso a los medios de comunicación social en los términos de la ley de partidos y movimientos políticos. Tendrán los mismos derechos de estos, los movimientos sociales y los grupos significativos de ciudadanos que inscriban candidato a la Presidencia de la República en los términos de la presente ley.*
>
> *Además de los programas de televisión del Canal Institucional previstos en la ley, durante la campaña presidencial los partidos o movimientos políticos con personería jurídica, los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos que inscriban candidato a la Presidencia de la República, tendrán derecho a:*
>
> *1. Realizar tres (3) debates de hasta sesenta (60) minutos cada uno, por parte y a petición conjunta de todos los candidatos presidenciales o de algunos de ellos, con las reglas y sobre los temas que ellos señalen en la petición durante el período de campaña presidencial.*
>
> *2. Realizar una intervención de hasta cinco (5) minutos por parte de cada candidato, dentro de la semana siguiente al inicio de la campaña presidencial, con el fin de presentar su programa de gobierno a los ciudadanos. Estas transmisiones se realizarán en enlace nacional de todos los canales de televisión y estaciones de radio, estatales.*
>
> *3. Realizar una intervención de hasta diez (10) minutos por parte de cada candidato presidencial, ocho (8) días antes de las elecciones a la Presidencia de la República, con el fin de presentar a los ciudadanos sus palabras de cierre de campaña. Estas transmisiones se realizarán en enlace nacional de todos los canales de televisión y estaciones de radio, estatales. El Consejo Nacional Electoral, de acuerdo con sus competencias, reglamentará la materia dentro de los tres (3) días siguientes al cierre de la inscripción de los candidatos a la Presidencia de la República.*

El Consejo Nacional Electoral mediante Resolución asigna y difunde los espacios que pueden usar los candidatos presidenciales dentro de los contenidos institucionales en radio y televisión nacional, donde se destaca el asignado a los debates mencionados en la Ley 966 de 2005.

2.6. Los debates y el voto informado

Si bien los planes de gobierno se ponen a disposición de la ciudadanía en la página web de los candidatos, ese mecanismo de comunicación de la plataforma de gobierno, las propuestas y apuestas de los candidatos resulta insuficiente si se piensa en el gran número de electores que no tienen acceso a internet, o no pueden o no entienden los postulados consignados por escritos en esos documentos.

La importancia de la elección presidencial exige respecto de la ciudadanía, garantizar el derecho fundamental a participar, como futuro elector, en la conformación del poder político, y de esta forma, poder asumir con seriedad una posición para el día de las elecciones, lo cual demanda la garantía de su derecho de acceso a información sobre los programas y propuestas que se ponen a su consideración como votante, lo cual permite emitir un voto informado.

El voto informado se refiere a la práctica de emitir un voto después de haber adquirido un conocimiento adecuado sobre los candidatos y sus propuestas, y otros aspectos relevantes relacionados con el proceso electoral. En lugar de votar de manera impulsiva o basándose en información limitada, los votantes informados se esfuerzan por obtener una comprensión completa de los temas y candidatos antes de tomar una decisión.

Algunos elementos clave del voto informado incluyen:

a) Conocimiento de la revisión de las plataformas políticas, antecedentes, experiencias previas, y cualquier otra información relevante que ayude a evaluar la idoneidad para el cargo de los candidatos;

b) Reconocimiento de problemas clave y las posturas de los candidatos sobre estos problemas y cómo planean abordarlos;

c) Observación de debates donde los candidatos discuten sus puntos de vista y responden preguntas, lo cual proporciona una visión más directa de las ideas y habilidades de los candidatos.

A partir de estos elementos los votantes son capaces de evaluar críticamente la información que encuentran y se les presenta y de discernir entre hechos y opiniones. Están dispuestos a cuestionar afirmaciones y a buscar evidencia que respalde las promesas y propuestas de los candidatos, lo cual redunda en una mejor y mayor participación ciudadana y en un interés mayor en el control social a la gestión pública.

En sintonía con esta relevancia de la ciudadanía en el proceso democrático, en el ordenamiento jurídico colombiano se reconoce la necesidad de asegurar que la información relevante para la toma de decisiones electorales sea accesible a todos. Es así como se consagra el derecho de las organizaciones políticas a acceder a los medios de comunicación, una disposición destinada a facilitar a la ciudadanía el conocimiento detallado de los candidatos, sus ideologías y propuestas.

Dada la importancia de la elección del presidente de la República en Colombia, se ha considerado necesario en el ordenamiento jurídico la necesidad de incluir un derecho de acceso a los medios de comunicación por parte de las organizaciones políticas (partidos políticos, movimientos sociales y políticos, grupos significativos de ciudadanos). Este derecho tiene implícito un deber frente a la ciudadanía de permitirle conocer los candidatos, ideas y propuestas, en tanto los candidatos representan a las organizaciones políticas que les dieron su aval.

Aunque existen múltiples modalidades de exposición en los medios de comunicación, el intercambio, confrontación y contrastación de ideas que genera un debate, no se suple con entrevistas, comunicados o avisos en medios de comunicación o redes sociales.

3. Acceso ciudadano a los programas de gobierno

3.1. Cobertura de internet en Colombia: la más baja de la OCDE

Según la Organización para la Cooperación para el Desarrollo Económico (OCDE) Colombia es el país miembro con menor cobertura de internet en el puesto 38, con el 60,5% de población con acceso a este servicio. Esta posición está muy lejos entre los países que lideran estos accesos, como es el caso de Corea con el 99,9% y Noruega con el 99%.

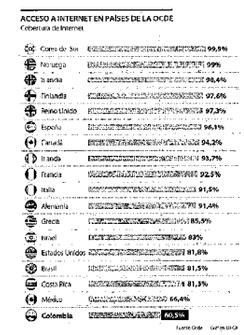


Imagen 1. Acceso a internet en países de la OCDE. *Tomado de Diario La República, 2023.*

Cabe resaltar que la brecha digital en Colombia no solo tiene que ver con el acceso a internet, según la OCDE, Colombia es el país con el porcentaje más reducido de computadores en los hogares, con 37,2%; seguido por Brasil, 39,2%; México, 44,2%; Turquía, 50%; y Costa Rica, 52,8%. Además, en Colombia la mayoría de los ordenadores se encuentran en las zonas urbanas. Bogotá y el Valle del Cauca son las zonas con mayor porcentaje de acceso a internet, con cifras de 81,5% y 79,0%, respectivamente. Seguidos por Risaralda (72,8%);

Tolima (67%) y Caldas (66,8%). En contraposición, se ubican; Vichada (4,6%), Vaupés (10,6%) y Chocó (14,6%).

3.2. RTVC como sistema que alcanza casi la totalidad el territorio colombiano

El sistema de medios públicos de Colombia RTVC tiene como objeto participar en cualquier etapa de la cadena de agregación de valor de contenidos multiplataforma de audio, vídeo y/o digitales incluidos los relacionados con la memoria histórica, para sí mismo o para terceros dentro y fuera del territorio nacional; así como ofrecer todos los servicios asociados con la comunicación, promoción y divulgación, en cualquier plataforma, incluyendo la prestación del servicio de asistencia técnica en todos aquellos temas en que cuente con la idoneidad y experiencia requerida, de acuerdo con lo determinado en la Ley 182 de 1995. Artículo 2).

Para ello, dentro de sus actividades se encuentran: 1) Programar la televisión pública nacional, radio pública nacional, en todas las plataformas que se dispongan y existan para tal fin; 2) Idear, crear, producir y desarrollar directamente o a través de terceros cualquier tipo de formato audiovisual, sonoro, multiplataforma, y contenidos digitales y/o convergentes, para ser transmitidos por sus propias plataformas o plataformas de terceros; y 3) Transmitir programas educativos, culturales, deportivos, recreativos, informativos, de ciencia y tecnología, y entretenimiento.

Las marcas de radio y televisión de RTVC: Señal Colombia, Canal Institucional, Radio Nacional de Colombia, Radiónica y RTVCPlay llegan en la actualidad al 96% de la población colombiana. Gracias a los esfuerzos del Sistema de Medios Públicos para ampliar su cobertura en Televisión Digital Terrestre, TDT. De esta manera, RTVC se ratifica como el sistema de medios con más cobertura en Colombia, siendo la única opción que llega a rincones periféricos y apartados del país con su oferta de información, entretenimiento y educación.

Según información publicada por RTVC Sistema de Medios Públicos en noviembre de 2022, Señal Colombia, Canal Institucional y RTVCPlay alcanzaban al 93 % de la población colombiana. La entidad relacionó este alcance con los avances en la ampliación de la cobertura de la Televisión Digital Terrestre (TDT) y destacó su contribución al acceso a contenidos informativos, educativos y de entretenimiento en las regiones periféricas y apartadas del país[2]

4. Derecho comparado

La reglamentación del debate presidencial no es un tema que sea de interés exclusivamente nacional o producto del clima de la última elección, es un tema de larga tradición y data a nivel mundial. La obligatoriedad de asistir a debates no es ajena a la tradición latinoamericana sino cada vez toma más fuerza, ejemplo de ello:

País	Norma que regula
 **Brasil**	**Ley 13488 de 2017** **Mínimo de debates obligatorios: 2** Art. 46. Independientemente de la transmisión de propaganda electoral gratuita en el horario definido en esta Ley, se permite la transmisión por estación de radio o televisión de debates sobre elecciones mayoritarias o proporcionales, asegurando la participación de candidatos de partidos con representación en el Congreso Nacional de al menos cinco parlamentarios, y el resto se permiten, observándose lo siguiente: I - en elecciones mayoritarias, la presentación de debates podrá realizarse: a) conjuntamente, con todos los candidatos para el mismo cargo electo presentes; b) en grupos, con al menos tres candidatos presentes; II - en las elecciones proporcionales, los debates deben organizarse de manera que se asegure la presencia de un número equivalente de candidatos de todos los partidos para un mismo cargo electivo y podrán desarrollarse durante más de un día, respetando la proporción establecida de hombres y mujeres en § 3 del art. 10 de esta Ley; (Redacción dada por la Ley Nº 14.211, de 2021) III - los debates deben formar parte de un programa previamente establecido y publicado por la emisora, siendo la elección del día y del orden de intervención de cada candidato mediante sorteo, salvo acuerdo en otro efecto entre los interesados y coaliciones. 1.º Se permitirán los debates sin la presencia de un candidato de un partido, siempre que el medio de comunicación responsable acredite haberlo invitado al menos setenta y dos horas antes del desarrollo del debate. 2.º Se prohíbe la presencia de un mismo candidato a elecciones proporcionales en más de un debate en la misma emisora. 3. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo somete a la empresa infractora a las sanciones previstas en el art. 56. 4º El debate se realizará conforme a las reglas establecidas en un convenio suscrito entre los partidos políticos y la persona jurídica interesada en la realización del evento, siendo informado al Tribunal Electoral. (Incluido por la Ley Nº 12.034, de 2009) 5º Para los debates que tengan lugar en la primera vuelta de las elecciones, se considerarán aprobadas las reglas, incluidas las que definen el número de participantes, que obtengan el acuerdo de al menos 2/3 (dos tercios) de los candidatos elegibles, en el caso de mayoría electoral, y al menos 2/3 (dos tercios) de los partidos con candidatos elegibles, en el caso de elecciones proporcionales. (Redacción dada por la Ley Nº 14.211, de 2021)
México	**Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales** **Mínimo de debates obligatorios: 2** CAPÍTULO VIII De los Debates Artículo 218. 1. El Consejo General organizará dos debates obligatorios entre todos los candidatos a la Presidencia de la República y promoverá, a través de los consejos locales y distritales, la celebración de debates entre candidatos a senadores y diputados federales. 2. Para la realización de los debates obligatorios, el Consejo General definirá las reglas, fechas y sedes, respetando el principio de equidad entre los candidatos. 3. Los debates obligatorios de los candidatos al cargo de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, serán transmitidos por las estaciones de radio y televisión de las concesionarias de uso público. Los concesionarios de uso comercial deberán transmitir dichos debates en por lo menos una de sus señales radiodifundidas cuando tengan una cobertura de cincuenta por ciento o más del territorio nacional. Las señales de radio y televisión que el Instituto genere para este fin podrán ser utilizadas, en vivo y en forma gratuita, por los demás concesionarios de radio y televisión, así como por otros concesionarios de telecomunicaciones. El Instituto realizará las gestiones necesarias a fin de propiciar la transmisión de los debates en el mayor número posible de estaciones y canales. 4. En los términos que dispongan las leyes de las entidades federativas, los consejos generales de los Organismos Públicos Locales, organizarán debates entre todos los candidatos a Gobernador o Jefe de Gobierno del Distrito Federal; y

[2] RTVC Sistema de Medios Públicos. (21 de noviembre de 2022). *RTVC conecta a los colombianos con cultura, entretenimiento e información a través de la televisión pública.* Apartado 1: «Cobertura». Disponible en: https://www.inravision.gov.co/noticia/logros-rtvc-dia-mundial-de-la-television

	promoverán la celebración de debates entre candidatos a diputados locales, presidentes municipales, Jefes Delegacionales y otros cargos de elección popular, para lo cual las señales radiodifundidas que los Organismos Públicos Locales generen para este fin podrán ser utilizadas, en vivo y en forma gratuita, por los demás concesionarios de radio y televisión, así como por otros concesionarios de telecomunicaciones. 5. En el supuesto del párrafo anterior, los debates de los candidatos a Gobernador y Jefe de Gobierno del Distrito Federal, deberán ser transmitidos por las estaciones de radio y televisión de las concesionarias locales de uso público, en la entidad federativa de que se trate. El Instituto promoverá la transmisión de los debates por parte de otros concesionarios de radiodifusión con cobertura en la entidad federativa que corresponda y de telecomunicaciones. 6. Los medios de comunicación nacional y local podrán organizar libremente debates entre candidatos, siempre y cuando cumplan con lo siguiente: a) Se comunique al Instituto o a los institutos locales, según corresponda; b) Participen por lo menos dos candidatos de la misma elección, y c) Se establezcan condiciones de equidad en el formato. 7. La transmisión de los debates por los medios de comunicación será gratuita y se llevará a cabo de forma íntegra y sin alterar los contenidos. La no asistencia de uno o más de los candidatos invitados a estos debates no será causa para la no realización del mismo.
	Ley 19827 de 2019

Uruguay	**Mínimo de debates obligatorios: 1** Artículo 1. Declárase de carácter obligatorio la celebración de un debate entre los candidatos a la Presidencia de la República que, no habiendo logrado la mayoría absoluta de votos requeridos para ser electos en la fecha establecida en el numeral 9°) del artículo 77 de la Constitución de la República, deban comparecer a una segunda elección, tal como lo establece el artículo 151 de la Constitución. El debate se realizará de conformidad con los criterios establecidos en la presente ley. Artículo 2. El debate que se celebre será transmitido en vivo y en horario central por cadena nacional de radio y televisión, de acuerdo con lo establecido por la Ley N° 19.307, de 29 de diciembre de 2014 y su duración no excederá las dos horas. El Servicio de Comunicación Audiovisual Nacional y todo el sistema de medios públicos del país dispondrán lo necesario para la producción técnica y transmisión del debate Artículo 3. La organización del debate será competencia de la Corte Electoral, en consulta con la organización más representativa de los periodistas de los medios de comunicación del país y el sistema de medios públicos del Uruguay. La Corte Electoral dispondrá las reglas que lo regirán y procurará hacerlo en acuerdo con los participantes y el o los moderadores. Artículo 4. El debate deberá observar los principios de trato equitativo e imparcial para con los participantes, así como garantizar la efectiva exposición e intercambio de posiciones entre estos y los periodistas que puedan intervenir, según la modalidad de organización que se disponga. Artículo 5. Los candidatos a la Presidencia de la República referidos en el artículo 1° que se nieguen a participar del

	debate no percibirán la contribución del Estado para los gastos de la segunda elección nacional prevista en el artículo 20 de la Ley N° 18.485, de 11 de mayo de 2009.
Argentina	**Ley 27337 de 2017** Artículo 2: Incorpórese el artículo 64 quinquies al Capítulo IV bis del Título III del Código Nacional Electoral, ley 19.945 y sus modificatorias, el que quedará redactado de la siguiente manera: Artículo 64 quinquies: Obligatoriedad de los debates. Establécese la obligatoriedad de debates preelectorales públicos entre candidatos a Presidente de la Nación, con la finalidad de dar a conocer y debatir ante el electorado las plataformas electorales de los partidos, frentes o agrupaciones políticas. Artículo 3: Incorpórese el artículo 64 sexies al Capítulo IV bis del Título III del Código Nacional Electoral, ley 19.945 y sus modificatorias, el que quedará redactado de la siguiente manera: Artículo 64 sexies: Alcance de la obligatoriedad. La obligatoriedad fijada en el artículo anterior comprende a todos los candidatos cuyas agrupaciones políticas superen el piso de votos establecido para las elecciones primarias abiertas, simultáneas y obligatorias reguladas por la ley 26.571. Artículo 4: Incorpórese el artículo 64 septies al Capítulo IV bis del Título III del Código Nacional Electoral, ley 19.945 y sus modificatorias, el que quedará redactado de la siguiente manera: Artículo 64 septies: Incumplimiento. La Cámara Nacional Electoral convocará a quienes estén obligados a participar del debate en los cinco (5) días hábiles posteriores a su

	proclamación como candidatos, una vez superadas las elecciones primarias, a fin de determinar su voluntad de participación en el debate fijado por esta ley. Aquellos candidatos que por imperio de lo aquí dispuesto se encuentren obligados a participar de los debates y no cumplan con dicha obligación serán sancionados con el no otorgamiento de espacios de publicidad audiovisual, establecidos en el Capítulo III bis del Título III de la ley 26.215, incorporado por el artículo 57 de la ley 26.571. Dichos espacios se repartirán de manera equitativa entre el resto de los candidatos participantes. Asimismo, el espacio físico que le hubiera sido asignado al candidato faltante permanecerá vacío junto al resto de los participantes, a fin de denotar su ausencia. Artículo 5: Incorpórese el artículo 64 octies al Capítulo IV bis del Título III del Código Nacional Electoral, ley 19.945 y sus modificatorias, el que quedará redactado de la siguiente manera: Artículo 64 octies: Temas a debatir. La Cámara Nacional Electoral, con asesoramiento de organizaciones del ámbito académico y de la sociedad civil comprometidas con la promoción de los valores democráticos, convocará a los candidatos o representantes de las organizaciones políticas participantes, a una audiencia destinada a acordar el reglamento de realización de los debates, los moderadores de los mismos y los temas a abordar en cada uno de ellos. En todos los casos, a falta de acuerdo entre las partes, la decisión recaerá en la Cámara Nacional Electoral. Los resultados de la audiencia deberán hacerse públicos. Artículo 6: Incorpórese el artículo 64 nonies al Capítulo IV bis del Título III del Código Nacional Electoral, ley 19.945 y sus

	modificatorias, el que quedará redactado de la siguiente manera: Artículo 64 nonies: Cantidad de Debates y Fechas. Las temáticas mencionadas en el artículo anterior se abordarán en dos (2) instancias de debate, uno de los cuales deberá llevarse a cabo en el interior del país, en la capital de provincia que determine la Cámara Nacional Electoral. Los debates tendrán lugar dentro de los veinte (20) y hasta los siete (7) días anteriores a la fecha de la elección. En caso de que la elección presidencial se decida a través del procedimiento de ballotage, se realizará un debate adicional, con los candidatos que accedan a la elección definitoria, el que tendrá lugar dentro de los diez (10) días anteriores a la fecha de la elección.

Tabla 2. Derecho comparado de reglamentación de debate presidencial. *Elaboración propia.*

5. Aspectos positivos de la obligatoriedad de asistencia a debates presidenciales

En el marco del fortalecimiento de la democracia en Colombia, es imperativo establecer mecanismos que fomenten la transparencia y la participación ciudadana en el proceso electoral. La obligatoriedad de la asistencia de los candidatos presidenciales a debates se erige como una herramienta fundamental para que la ciudadanía conozca a fondo las propuestas, planes y visiones de aquellos que buscan liderar el país. La exposición pública de ideas y la confrontación de opiniones en debates proporcionan a los votantes una visión más clara de las posturas de los candidatos, permitiéndoles tomar decisiones informadas y conscientes en el ejercicio de su derecho al voto.

Asimismo, la participación en debates contribuye a la construcción de una cultura política basada en el diálogo y el intercambio de ideas. La obligatoriedad de asistir a estos eventos garantiza la exposición de plataformas políticas y promueve un ambiente de debate respetuoso y constructivo. Al fomentar el diálogo público, se nutre el tejido democrático, generando una ciudadanía más crítica y comprometida con el devenir político de la nación.

La exposición detallada de propuestas y la confrontación de ideas en un formato accesible para la población facilita la comprensión de los programas políticos y su impacto en la sociedad. Este proceso educativo fortalece la capacidad de discernimiento de los votantes y, por ende, mejora la calidad de las decisiones electorales. Además, la participación en debates permite a los candidatos presentar sus argumentos de manera más completa y detallada que en otros formatos de comunicación política. El electorado, al tener acceso a información más profunda, puede evaluar de manera más precisa la viabilidad y coherencia de las propuestas presentadas. Así, se fomenta un debate público más sofisticado y se eleva el nivel de exigencia de la ciudadanía hacia sus futuros líderes.

Cuando los líderes políticos se someten a la exposición pública y al escrutinio de la ciudadanía, se genera un vínculo más estrecho entre los representantes y los representados. Esta conexión directa reduce la percepción de distancia entre los ciudadanos y los líderes políticos, generando confianza en las instituciones democráticas. En última instancia, la legitimidad institucional se consolida cuando los ciudadanos sienten que tienen un papel activo y que su voz cuenta en la toma de decisiones políticas.

Al promover la participación de distintas voces y corrientes ideológicas en un mismo escenario, se enriquece el debate público y se amplían las perspectivas consideradas en la toma de decisiones. Este enfoque inclusivo no solo beneficia a la sociedad al garantizar una representación más completa de sus intereses, sino que también favorece la construcción de consensos y la búsqueda de soluciones más equilibradas. La obligatoriedad de los debates desalienta prácticas políticas basadas en el populismo y la demagogia, ya que los candidatos se ven compelidos a sustentar sus propuestas de manera argumentada y coherente. Esta exigencia contribuye a la formación de un electorado más crítico y reflexivo, capaz de discernir entre discursos vacíos y propuestas fundamentadas. En consecuencia, se promueve un espacio político en el que la calidad del discurso y la consistencia de las ideas priman sobre estrategias superficiales de persuasión.

6. Impacto Fiscal

En lo referente al cumplimento de lo ordenado en el artículo 7° de la Ley 819 de 2003, la Corte Constitucional en Sentencia C-859 de 2001 y C- 766 de 2010 ha reiterado que:

> *"(...) en materia de gasto público, la competencia parlamentaria desarrolla el principio superior de legalidad del gasto público, según el cual corresponde al Congreso, en su condición de órgano de representación popular, ordenar las erogaciones necesarias para ejecutar los compromisos inherentes al Estado Social de Derecho (artículos 150 y 347 Constitución Política). Sin embargo, el legislador primario por vía de excepción, reservó para el Ejecutivo la iniciativa legislativa en relación con algunos aspectos (artículo 154 Constitución Política)*

Así las cosas, se debe establecer el costo y la fuente presupuestal que respaldará la iniciativa. Sin embargo, al respecto de esto la misma Corte señaló en la Sentencia C-507 de 2008, que si bien

> *"(...) El mencionado artículo 7° de la Ley 819 de 2003 se erige como una importante herramienta tanto para racionalizar el proceso legislativo como para promover la aplicación y el cumplimiento de las leyes, así como la implementación efectiva de las políticas públicas.* ***Pero ello no significa que pueda interpretarse que este artículo constituye una barrera para que el Congreso ejerza su función legislativa o una carga de trámite que recaiga sobre el legislativo exclusivamente.*** *(...)" (subrayado fuera de texto)*

Sin embargo, la Ley 819 de 2003 busca garantizar la efectiva puesta en marcha de las iniciativas, que no se consigue únicamente con la mera expedición de la ley, sino con la atención a la fuente de recursos conducentes a lograr la ejecución de ésta. Por lo anterior, la implementación de la presente ley estatutaria no generará costos fiscales puesto que serán asumidos con los recursos asignados para el funcionamiento de la entidad en armonía con el Marco Fiscal de Mediano Plazo (MFMP).

Por tanto, al revisar con detenimiento el articulado se puede aseverar como él mismo utiliza verbos rectores del articulado de carácter facultativo, sin imponer o condicionar al Gobierno en relación a partidas presupuestales o incorporaciones que vulneren su autonomía presupuestal, por tanto, este proyecto de ley se enmarca en la competencia de iniciativa del gasto que tiene el Congreso, sin vulnerar el marco fiscal a mediano plazo.

Así mismo, en el marco del primer debate se recibió concepto del Ministerio de Hacienda y Crédito Público radicado el 13 de noviembre de 2024 con Radicado: 2-2024-060370 en el cual se menciona que, "según lo establecido en el artículo 7 de la Ley 819 de 2003, el cual determina que todo proyecto de ley debe hacer explícita su compatibilidad con el Marco Fiscal de Mediano Plazo". Dado lo anterior, en el transcurso del primer debate fue radicada y acogida una proposición aditiva para solventar esta solicitud de la entidad y dar cumplimto a la Ley 819 de 2003.

7. Conflicto de Interés

Con base en el artículo 3° de la Ley 2003 de 2019, según el cual el autor del proyecto y los ponentes presentan en el cuerpo de la exposición de motivos un acápite que describe las circunstancias o eventos que podrían generar un conflicto de interés para la discusión y votación del proyecto, de acuerdo con el artículo 286. Estos serán criterios guías para que otros congresistas tomen una decisión en torno a si se encuentran en una causal de impedimento, no obstante, otras causales que el Congresista pueda encontrar.

A continuación, se pondrán de presente los criterios que la Ley 2003 de 2019 contempla para hacer el análisis frente a los posibles impedimentos que se puedan presentar en razón a un conflicto de interés en el ejercicio de la función congresional, entre ellas la legislativa.

"Artículo 1°. El artículo 286 de la Ley 5 de 1992 quedará así: (...)

1. Beneficio particular: aquel que otorga un privilegio o genera ganancias o crea indemnizaciones económicas o elimina obligaciones a favor del congresista de las que no gozan el resto de los ciudadanos. Modifique normas que afecten investigaciones penales, disciplinarias, fiscales o administrativas a las que se encuentre formalmente vinculado.

2. Beneficio actual: aquel que efectivamente se configura en las circunstancias presentes y existentes al momento en el que el congresista participa de la decisión.

3. Beneficio directo: aquel que se produzca de forma específica respecto del congresista, de su cónyuge, compañero o compañera permanente, o parientes dentro del segundo grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil.

Para todos los efectos se entiende que no hay conflicto de interés en las siguientes circunstancias:

1. Cuando el congresista participe, discuta, vote un proyecto de ley o de acto legislativo que otorgue beneficios o cargos de carácter general, es decir cuando el interés del congresista coincida o se fusione con los intereses de los electores.

2. Cuando el beneficio podría o no configurarse para el congresista en el futuro.

3. Cuando el congresista participe, discuta o vote artículos de proyectos de ley o acto legislativo de carácter particular, que establezcan sanciones o disminuyan beneficios, en el cual, el congresista tiene un interés particular, actual y directo. El voto negativo no constituirá conflicto de interés cuando mantiene la normatividad vigente.

4. Cuando el congresista participe, discuta o vote artículos de proyectos de ley o acto legislativo de carácter particular, que regula un sector económico en el cual el congresista tiene un interés particular, actual y directo, siempre y cuando no genere beneficio particular, directo y actual.

5. Cuando el congresista participe, discuta o vote artículos de proyectos de ley o acto legislativo que tratan sobre los sectores económicos de quienes fueron financiadores de su campaña siempre y cuando no genere beneficio particular, directo y actual para el congresista. El congresista deberá hacer saber por escrito que el artículo o proyecto beneficia a financiadores de su campaña. Dicha manifestación no requerirá discusión ni votación.

6. Cuando el congresista participa en la elección de otros servidores públicos mediante el voto secreto. Se exceptúan los casos en que se presenten inhabilidades referidas al parentesco con los candidatos (...)".

De lo anterior y de manera meramente orientativa, se considera que para la discusión y aprobación de este Proyecto de Ley no existen circunstancias que pudieran dar lugar a un eventual conflicto de interés por parte de los Honorables Congresistas, pues es una iniciativa de carácter general, impersonal y abstracta, con lo cual no se materializa una situación concreta que permita enmarcar un beneficio particular, directo ni actual. En suma, se considera que este proyecto se enmarca en lo dispuesto por el literal **a.** del artículo primero de la Ley 2003 de 2019 sobre las hipótesis de cuando se entiende que no hay conflicto de interés.

En todo caso, es pertinente aclarar que los conflictos de interés son personales y corresponde a cada Congresista evaluarlos, pudiendo manifestar cuando considere que está inmerso en impedimento.

8. Conveniencia de la Iniciativa

Por las razones antes expuestas, dejamos a consideración de la Honorable Cámara de Representantes, el texto de este proyecto de ley estatutaria. ***"Por medio del cual se modifica la ley 996 de 2005, se crea la obligación a los candidatos presidenciales de asistir a debates, para presentar a la ciudadanía su programa de gobierno y se dictan otras disposiciones"***

En razón a que en la actualidad no existe una legislación clara en esta materia y al no existir una obligación clara y expresa queda facultativo la posibilidad de comparecer a debates presidenciales, siendo necesario para garantizar los derechos electorales y escenarios deliberativos y participativos de los ciudadanos la realización de estos ejercicios democráticos de forma obligatoria.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Normatividad colombiana

Constitución Política de Colombia (1991).

Ley 5ª de 1992. Por la cual se expide el Reglamento del Congreso; el de cada una de las Cámaras y se dictan otras disposiciones.

Ley 819 de 2003. Por la cual se dictan normas orgánicas en materia de presupuesto, responsabilidad y transparencia fiscal y se dictan otras disposiciones.

Ley 996 de 2005. Por medio de la cual se reglamenta la elección de Presidente de la República, de conformidad con el artículo 152 literal f) de la Constitución Política de Colombia.

Ley 2003 de 2019. Por la cual se modifica parcialmente la Ley 5ª de 1992 y se dictan otras disposiciones en materia de conflicto de intereses.

Jurisprudencia colombiana

Consejo de Estado. (2019, 16 de julio). *Sentencia 11001-03-15-000-2019-02830-00 (PI)* [Sala de lo Contencioso Administrativo, Sala Especial de Decisión, 6; C. P. Carlos Enrique Moreno Rubio]. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=97930

Corte Constitucional. (2001, 15 de agosto). *Sentencia C-859/01* [M. P. Clara Inés Vargas Hernández]. https://forseti.defensoria.gov.co/gestor/compilacion/docs/c-859-2001.htm

Corte Constitucional. (2008, 21 de mayo). *Sentencia C-507/08* [M. P. Jaime Córdoba Triviño]. https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2008/c-507-08.htm

Corte Constitucional. (2010, 22 de septiembre). *Sentencia C-766/10* [M. P. Humberto Antonio Sierra Porto]. https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2010/c-766-10.htm

Instrumentos internacionales

Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José).

Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

Cordialmente;

DAVID RICARDO RACERO MAYORCA
Senador de la República de Colombia
Pacto Histórico

FIRMA:

SENADO DE LA REPÚBLICA
SECRETARÍA GENERAL / RADICACIÓN DE PROYECTOS
[X] PROYECTO DE LEY (P.L.) No.: 316/26
[ ] PROYECTO ACTO LEGISLATIVO (PAL) No.:
FECHA: 27 / 10 / 26 FOLIOS:
AUTOR(ES):
FIRMA SECRETARIO GENERAL

VIII. PROYECTO DE LEY

PROYECTO DE LEY ESTATUTARIA No. _____ DE 2026 Senado

"Por medio del cual se modifica la Ley 996 de 2005, se crea la obligación a los candidatos presidenciales de asistir a debates públicos para presentar a la ciudadanía su programa de gobierno y se dictan otras disposiciones"

El Congreso de la República de Colombia

DECRETA:

Artículo 1°. Objeto: La presente ley tiene por objeto establecer la obligatoriedad para los candidatos a la Presidencia de la República de participar en debates públicos durante el periodo de campaña electoral, con la finalidad de dar a conocer y debatir ante el electorado los programas de gobierno radicados ante la organización electoral o quien haga sus veces.

Artículo 2. Modifíquese el numeral primero del artículo 23 de la Ley 996 de 2005, el cual quedará así:

Artículo 23. Acceso al canal institucional y la radiodifusora nacional. Durante el período de campaña presidencial, los partidos y movimientos políticos con personería jurídica, mantendrán el acceso a los medios de comunicación social en los términos de la ley de partidos y movimientos políticos. Tendrán los mismos derechos de éstos, los movimientos sociales y los grupos significativos de ciudadanos que inscriban candidato a la Presidencia de la República en los términos de la presente ley.

Además de los programas de televisión del Canal institucional previstos en la ley, durante la campaña presidencial los partidos o movimientos políticos con personería jurídica, los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos que inscriban candidato a la Presidencia de la República, tendrán derecho a:

1. Realizar tres (3) debates de hasta sesenta (60) minutos cada uno, (durante el período de campaña presidencial).

(...)

Artículo 3°. Adiciónese al Título II de la Ley 996 del 2005 el Capítulo V-A de la "Obligatoriedad de los debates en las campañas presidenciales", en los siguientes términos:

CAPÍTULO V(A)

OBLIGATORIEDAD DE LOS DEBATES EN CAMPAÑAS PRESIDENCIALES

Artículo 28 A. Cantidad de Debates y Fechas. Será obligatorio para los candidatos a la Presidencia de la República reconocidos ante la organización electoral o quien haga sus veces, a asistir a mínimo un (1) debate durante el periodo de campaña presidencial en la primera vuelta. En caso de que se desarrolle la segunda vuelta presidencial, será obligatorio para los candidatos que continúen en la contienda electoral asistir a mínimo un (1) segundo debate. Los debates se realizarán a las 20:00 horas, de preferencia el domingo, siendo el primer debate en la semana previa a la primera vuelta y el segundo debate en la semana previa a la segunda vuelta. No obstante, con el fin de garantizar su adecuado desarrollo y máxima audiencia, podrá concertarse previamente una fecha distinta.

Artículo 4°. Adiciónese al Capítulo V-A el Artículo 28 B en los siguientes términos:

Artículo 28 B. Emisión. Los debates obligatorios serán realizados y emitidos por el Sistema de Medios Públicos Radio Televisión Nacional de Colombia –RTVC-. Además, RTVC coordinará y pondrá a disposición de todos los medios de comunicación social, públicos y privados del país, las señales radiofónicas y televisivas de forma gratuita para que éstos transmitan obligatoriamente el debate de forma simultánea.

La transmisión deberá contar con mecanismos de accesibilidad para personas con discapacidad visual o auditiva, incluyendo lenguaje de señas, subtitulado visible y oculto, audio descripción y otros mecanismos que pudieran implementarse en el futuro.

Durante la transmisión del debate presidencial se suspenderá la publicidad electoral en los servicios de comunicación audiovisual y los anuncios públicos de los actos de Gobierno.

Artículo 5°. Adiciónese al Capítulo V-A el artículo 28 C en los siguientes términos:

Artículo 28 C. El Consejo Nacional Electoral en coordinación técnica con el Sistema de Medios Públicos RTVC, y con asesoramiento de organizaciones del ámbito académico y de la sociedad civil comprometidas con la promoción de los valores democráticos, convocará a los candidatos a la presidencia o representantes de las organizaciones o campañas políticas participantes, a una audiencia destinada a acordar el reglamento de realización de los debates organizados por el Sistema de Medios Públicos RTVC, los moderadores y los temas a abordar en cada uno de ellos. En todos los casos, a falta de acuerdo entre las partes, la decisión recaerá en el Consejo Nacional Electoral. Los resultados de la audiencia deberán hacerse públicos.

En todo caso, los moderadores serán seleccionados bajo criterios de imparcialidad y experiencia, para garantizar la equidad del debate.

Parágrafo 1. El Consejo Nacional Electoral, de acuerdo con sus competencias, reglamentará las reglas de la audiencia pública dentro de los tres (3) días siguientes al cierre de la inscripción de los candidatos a la Presidencia de la República, señalando como mínimo la forma de convocatoria, las reglas del debate, sanciones y garantía de participación.

Parágrafo 2. El Consejo Nacional Electoral en coordinación técnica con el sistema de Medios Públicos RTVC parametrizarán la forma de selección de las organizaciones de ámbito académico y de la sociedad civil comprometidas con la promoción de los valores democráticos de manera que se garantice la neutralidad de las asesorías que prestarán y la transparencia en los procesos.

Artículo 6°. Adiciónese al Capítulo V-A el artículo 28 D en los siguientes términos:

Artículo 28 D. Incumplimiento. Aquellos candidatos que por imperio de lo aquí dispuesto se encuentren obligados a participar de los debates, y qué sin tener una justificación válida, sea por fuerza mayor o caso fortuito, incumplan con dicha obligación serán objeto de sanción, así:

a) Cancelación de espacios en medios de comunicación social que usan el espectro electromagnético según lo establecido en el artículo 22 de la Ley 996 del 2005.
b) Reducción en un 25% de los recursos establecidos en el numeral 3 del literal A del artículo 11 de la Ley 996 del 2005.
c) Durante el debate permanecerá vacío el espacio físico que le hubiera sido asignado al candidato que falte, junto con el nombre e identificación plena del candidato a fin de denotar su ausencia. Esta sanción será evaluada por el Consejo Nacional Electoral, tomando en cuenta las circunstancias del candidato y las razones del incumplimiento,

Parágrafo. En caso de que alguno de los candidatos no pueda asistir al debate por razones de fuerza mayor o caso fortuito, debidamente comprobadas y avaladas por el Consejo Nacional Electoral, se suspenderán las sanciones previstas en el presente artículo.

Artículo 7°. Disposiciones presupuestales. El Gobierno Nacional incorporará, dentro del Presupuesto General de la Nación y en armonía con el Marco Fiscal

de Mediano Plazo y el Marco de Gasto de Mediano Plazo, las asignaciones presupuestales necesarias a las entidades de los sectores responsables para la correcta implementación de las disposiciones de esta Ley.

Artículo 8º. Vigencia. La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

Cordialmente;

DAVID RICARDO RACERO MAYORCA
Senador de la República de Colombia
Pacto Histórico

CONGRESO DE LA REPÚBLICA
SENADO DE LA REPÚBLICA
SECRETARÍA GENERAL (TRAMITACIÓN DE PROYECTOS)
[X] PROYECTO DE LEY (X) No.: 316/26
[ ] PROYECTO ACTO LEGISLATIVO (A.L.) No.:
FECHA: 27 / 10 / 26 FOLIOS:
AUTOR(ES):
FIRMA SECRETARIO GENERAL

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA
SENADO DE LA REPÚBLICA

SECCIÓN DE LEYES
SENADO DE LA REPÚBLICA – SECRETARIA GENERAL – TRAMITACIÓN LEYES

Bogotá D.C., 27 de octubre de 2026

Señor Presidente:

Con el fin de repartir el Proyecto de Ley No.316/26 Senado **"POR MEDIO DEL CUAL SE MODIFICA LA LEY 996 DE 2005, SE CREA LA OBLIGACIÓN A LOS CANDIDATOS PRESIDENCIALES DE ASISTIR A DEBATES PÚBLICOS PARA PRESENTAR A LA CIUDADANÍA SU PROGRAMA DE GOBIERNO Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES"**, me permito remitir a su despacho el expediente de la mencionada iniciativa, presentada el día de hoy ante la Secretaría General del Senado de la República por el Honorable Senador DAVID RACERO MAYORCA. La materia de que trata el mencionado Proyecto de Ley es competencia de la Comisión **PRIMERA** Constitucional Permanente del Senado de la República, de conformidad con las disposiciones Constitucionales y Legales.

DIEGO ALEJANDRO GONZÁLEZ GONZÁLEZ
Secretario General

PRESIDENCIA DEL H. SENADO DE LA REPÚBLICA – OCTUBRE 27 DE 2026

De conformidad con el informe de Secretaría General, dese por repartido el precitado Proyecto de Ley a la Comisión **PRIMERA** Constitucional y envíese copia del mismo a la Imprenta Nacional para que sea publicado en la Gaceta del Congreso.

CÚMPLASE

EL PRESIDENTE DEL HONORABLE SENADO DE LA REPÚBLICA

HONORIO MIGUEL HENRÍQUEZ PINEDO

SECRETARIO GENERAL DEL HONORABLE SENADO DE LA REPÚBLICA

DIEGO ALEJANDRO GONZÁLEZ GONZÁLEZ

Proyectó: Sarly Nieto
Revisó: Dra. Lucena González

CONTENIDO

Gaceta número 1781 - miércoles, 11 de noviembre de 2026

SENADO DE LA REPÚBLICA

PROYECTOS DE LEY

Proyecto de Ley número 312 de 2026 Senado, por medio de la cual se establecen medidas de transparencia y rendición de cuentas sobre las campañas públicas de recaudo de donaciones y se dictan otras disposiciones. Ley Ana Lucía Pineda 1

Proyecto de Ley Estatutaria número 316 de 2026 Senado, por medio del cual se modifica la Ley 996 de 2005, se crea la obligación a los candidatos presidenciales de asistir a debates públicos para presentar a la ciudadanía su programa de gobierno y se dictan otras disposiciones 10

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA - 2026