

¿CÓMO SE FINANCIAN LAS CAMPAÑAS

- La calidad de la democracia se relaciona, entre otros aspectos, con la forma como desarrollan los procesos electorales. Un factor determinante de estos procesos es el financiamiento de las campañas.
- En Colombia, las organizaciones políticas y los candidatos pueden financiar sus campañas con recursos públicos y/o privados.
- Estos aportes pueden darse mediante donaciones en dinero o en especie o mediante créditos ya sea con entidades bancarias, personas naturales y/o personas jurídicas.
- La mayoría de las campañas a las elecciones nacionales y territoriales financian sus campañas principalmente con recursos privados y en menor medida con públicos.

¿POR QUÉ HACER CONTRIBUCIONES A LAS CAMPAÑAS ELECTORALES?

- Los aportes privados son una forma legítima de participación en la democracia y de expresar libremente las preferencias políticas.
- Estos aportes contribuyen a una sana competencia electoral.
- El valor de las donaciones efectuadas puede ser deducido de la renta.

RIESGOS EN LA FINANCIACIÓN DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

- El manejo irregular del origen, monto y destinación de los aportes privados facilita la ocurrencia de delitos de corrupción política.
- Las contribuciones que hacen las empresas a las campañas puede terminar mezclándose con otros aportes de origen ilegal.
- El financiamiento privado puede constituirse como un medio para incidir indebidamente en la adjudicación de contratos con el Estado.
- La reputación y credibilidad de las empresas que hacen aportes a campañas puede verse afectada cuando se da un manejo irregular de estos recursos.

¿CÓMO EVITAR ESTOS RIESGOS?

- Las empresas pueden establecer sus propios estándares, principios y mecanismos de transparencia para financiar la política.
- Esto evita que se generen sospechas sobre la credibilidad y legitimidad de las contribuciones que hacen las empresas.
- Ayuda a mitigar los potenciales conflictos de interés que pueden presentarse al hacer aportes a campañas.

MEDIDAS PREVIAS A LAS CAMPAÑAS

- Definir la política de la empresa respecto a hacer o no contribuciones a partidos y/o candidatos. Ésta debe ser clara, lógica, defendible y congruente con los principios éticos de la empresa y además, debe darse a conocer a todos los empleados así como a las empresas que formen parte de su cadena de valor.
- Incluir la autorregulación de los aportes de campaña en sus programas anti-corrupción, o en aquellos más amplios dedicados a la integridad corporativa. También en los códigos y manuales de gobierno corporativo.
- En los casos en que las empresas establezcan prohibición absoluta de contribuciones a campañas, adoptar medidas para reglamentar los aportes que hagan las personas naturales vinculadas a éstas. Por ejemplo, establecer reglas a las que deben ajustarse las donaciones individuales de los dueños, principales accionistas, directivos o miembros del equipo gerencial de la empresa.
- Revisar la política interna del manejo de Conflicto de Intereses y la periodicidad de su actualización, y ajustarla de acuerdo con las contribuciones que hagan a las campañas.
- Conocer y cumplir con todos los requerimientos de ley para hacer aportes a campañas. Tener en cuenta límites a la financiación privada, límites al monto de los gastos, fuentes prohibidas y permitidas e inhabilidades en las que se puede incurrir cuando se hacen aportes a las campañas, entre otros.

MEDIDAS DURANTE LAS CAMPAÑAS

- Tener los soportes necesarios de las contribuciones dadas a partidos y/o candidatos. Esto implica la constitución de un acta de donación que indique si son aportes en efectivo o en especie y el valor comercial de dichos aportes.
- Publicar de manera proactiva el monto y beneficiario de los recursos entregados así como la política empresarial de autorregulación frente a las contribuciones políticas.
- En caso de que la empresa decida financiar a candidatos, indagar por el origen de los otros ingresos que tendrán para sus campañas.
- Conocer la trayectoria y antecedentes de los candidatos que decidan apoyar.
- Exigir compromisos públicos y concretos sobre las propuestas de gobierno a los candidatos que financien.

MEDIDAS POSTERIORES A LAS CAMPAÑAS

- Asegurarse que los candidatos y organizaciones políticas que financiaron, cumplan fielmente con la rendición de cuentas de los aportes recibidos de su empresa.
- Hacer seguimiento y control a la gestión de los candidatos elegidos que apoyaron.

La adopción de estas medidas implica un esfuerzo por cambiar las prácticas tradicionales e incorporar otras nuevas, lo cual puede tomar tiempo y requerir de ajustes en las empresas.

Se recomienda revisar la política actual de la empresa frente al tema y tomar decisiones oportunamente.

En alianza con:



Con el apoyo de:



**ESTÁNDARES BÁSICOS
PARA PROMOVER LA
TRANSPARENCIA Y EL
CONTROL A LAS
CONTRIBUCIONES
PRIVADAS DE
CAMPAÑAS**

**LO QUE TÚ ERES HOY
ES LO QUE COLOMBIA SERÁ MAÑANA**

