

***Ficha técnica de la encuesta***

**Realizado por:** Departamento de Criminología de la Universidad de Estocolmo en colaboración con Transparencia por Colombia

**Financiado por:** Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo - ASDI/SAREC

**Empresa encuestadora:** Invamer/Gallup de Colombia

**Tamaño de la muestra:** 302 encuestas realizadas en las ciudades de Bogotá, Medellín, Calí, Barranquilla y Bucaramanga

**Fecha de recolección:** Entre el 7 Abril de 2009 y el 22 Julio de 2009

**Marco muestral:** Empresas contribuyentes a las campañas electorales del 2006-2007 según registros del Consejo Nacional Electoral y empresas no contribuyentes registradas en la Cámara de Comercio de la respectiva ciudad

**Método de recolección:** Entrevista personal con el Gerente General/Presidente/Vicepresidente/Propietario

***Para mayor información contactar a:***

Elisabeth Ungar, Directora, Transparencia por Colombia.  
[eungar@transparenciacolombia.org.co](mailto:eungar@transparenciacolombia.org.co)

Paola Zuñiga, Cordinadora del Área de Política y Justicia, Transparencia por Colombia.  
[pzuniga@transparenciacolombia.org.co](mailto:pzuniga@transparenciacolombia.org.co)

[www.transparenciacolombia.org.co](http://www.transparenciacolombia.org.co)

## Encuesta sobre la financiación de las campañas electorales y la corrupción política en Colombia

### (Resumen Ejecutivo)

#### Las donaciones

Las firmas encuestadas entregan donaciones electorales principalmente a los candidatos a corporaciones municipales, esto es: Alcaldes (27,8%) y miembros de los Concejos Municipales (23,3%). En menor proporción se entregan aportes a las campañas presidenciales (a pesar de existir la prohibición legal de hacerlo), y a las de

Congreso y de nivel departamental. Dado que las empresas apoyan a más de un candidato a la misma corporación o a candidatos al mismo cargo en diferentes circunscripciones electorales, se puede afirmar que no existe una identificación programática por parte de este grupo de donantes con los beneficiarios de tales recursos.

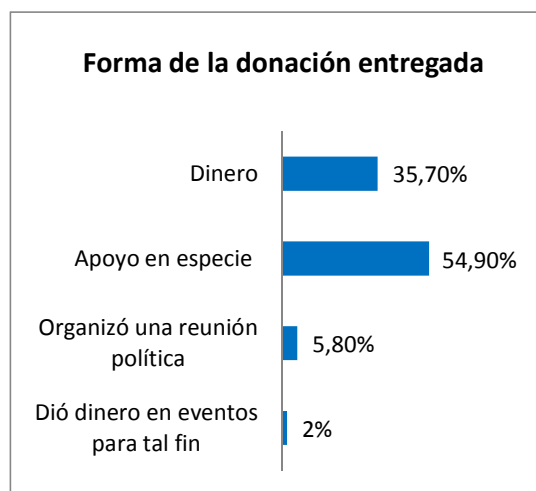
Cargo aspirado	Donaciones entregadas ...		
	... en total	... a más de un candidato	... a candidatos que ganaron la elección
Alcalde	27,8%	12,5%	71,4%
Gobernador	7,4%	8,3%	84,6%
Presidente	12,5%	9,5%	90,9%
Concejo Municipal	23,3%	25,0%	70,7%
Asamblea Departamental	8,6%	20,0%	66,7%
Senador	10,2%	20,0%	83,3%
Representante a la Cámara	10,2%	29,4%	66,7%

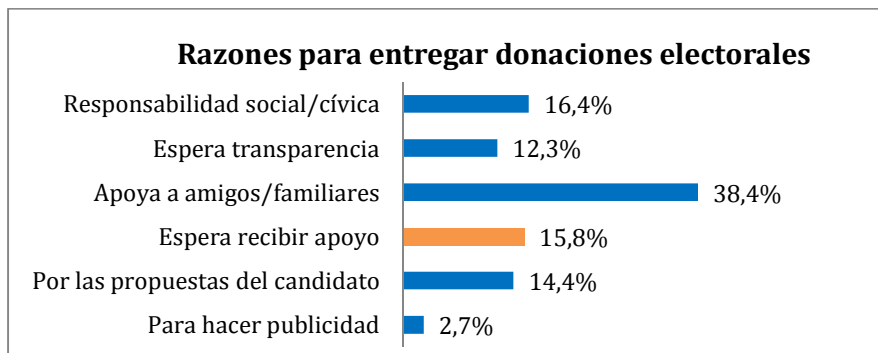
El 54,9% de los encuestados manifestó entregar apoyo en especie (publicidad, transporte, comida) a los candidatos mientras que solo un 37,7% reconoció entregar dinero. En el 59,6% de los casos las donaciones no superan los 5 millones, aunque un 5,5% de las empresas encuestadas entregó sumas superiores a los 100 millones de pesos.

El 86,2% de las empresas dice revisar el perfil del candidato antes de entregar la donación, el 56,0% lleva un registro contable de las contribuciones efectuadas, y sólo un 51,4% verifica si el candidato registró debidamente la donación.

La mayoría de las firmas encuestadas (77,1%) no tiene políticas institucionales para la entrega de donaciones electorales.

Los vínculos personales/familiares son la razón que prevalece en el momento de entregar las donaciones a las campañas políticas (38,4%).





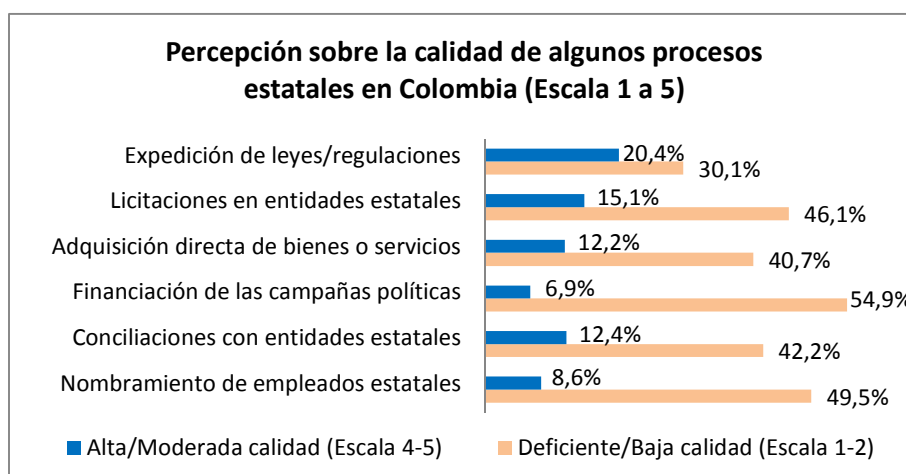
Un 15,8% de las empresas entrega apoyo electoral porque busca algo en retorno. A un 10,1% de las firmas les fueron ofrecidas compensaciones específicas al

momento de efectuar la donación (contratos, puestos, favorables regulaciones, entre otras).

### ***Explicando la entrega de donaciones electorales en Colombia***

Para explicar la entrega/no entrega de donaciones a las campañas electorales, se realizó un análisis de regresión logística para encuestas donde la variable de estratificación fue la ciudad donde se realizó la encuesta.

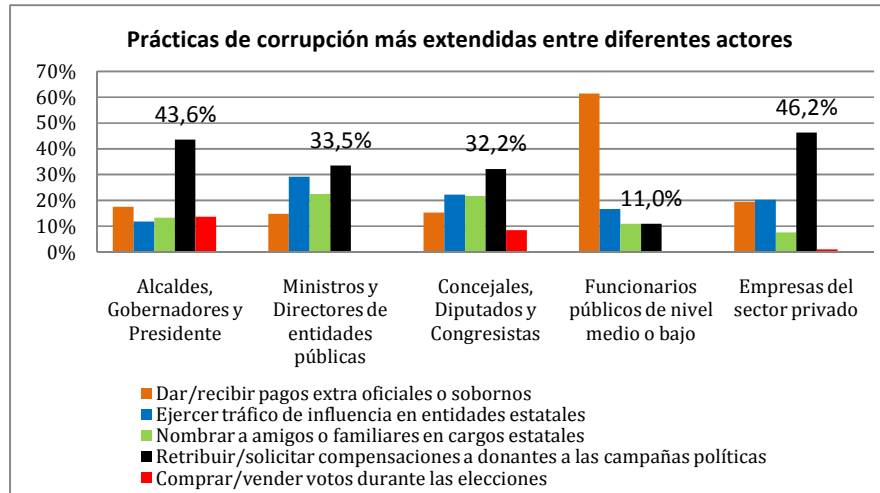
El análisis reveló que los empresarios no entregan donaciones porque consideran que éstas corresponden a una práctica de corrupción y porque creen que la calidad de éste proceso es muy baja (54,9%).



Para el 94,4% de las firmas encuestadas las donaciones a las campañas electorales constituye una práctica de corrupción. En comparación con otras formas reconocidamente ilegales, la entrega de dona-

ciones es la práctica de corrupción más frecuente entre funcionarios de cargo legislativo (32,2%), ejecutivo (43,6%) y empresas del sector privado (46,2%) según los encuestados.

El 65,1% de las firmas encuestadas cree que las donaciones son usadas por las empresas para obtener beneficios particulares, y un 71,2% consideran que éstas generan compromisos entre las partes envueltas en dicho intercambio.



Las donaciones electorales son una forma de soborno para el 45,8% de los encuestados. La influencia que se puede alcanzar con ambas prácticas presenta una tendencia similar. Sin embargo, una pequeña proporción de los encuestados (4%) entregaría un soborno en lugar de una donación a las campañas electorales.

