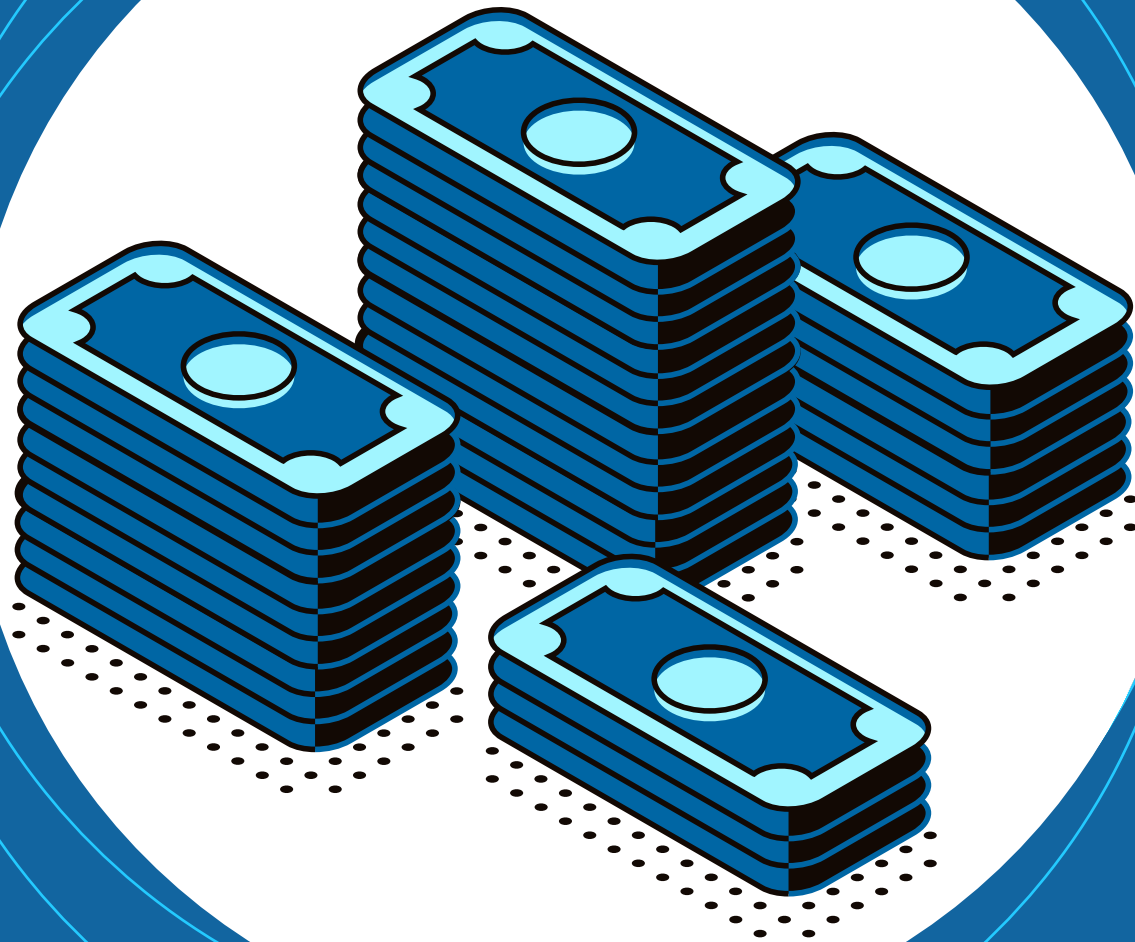


2020



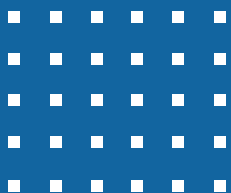
COMPROMISO EMPRESARIAL ANTICORRUPCIÓN  
**BUENAS PRÁCTICAS PARA  
EL FINANCIAMIENTO DE  
CAMPAÑAS**

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



Con el apoyo de

**Luminate**  
Building stronger societies



---

Somos el Capítulo Nacional de Transparencia Internacional -TI-, la Organización de la Sociedad Civil líder en el mundo en la lucha contra la corrupción que trabaja en más de 100 países.

© Corporación Transparencia por Colombia

## CORPORACIÓN TRANSPARENCIA POR COLOMBIA



Carrera 45A # 93-61, Barrio La Castellana  
PBX: 610 0822  
transparencia@transparenciacolombia.org.co  
www.transparenciacolombia.org.co  
Bogotá, Colombia.

---

Este documento fue posible gracias al apoyo de Luminare. El contenido de esta publicación es responsabilidad exclusiva de la Corporación Transparencia por Colombia y de ningún modo debe considerarse que refleja la opinión de los donantes y cooperantes.



---

*El contenido de este documento fue preparado en el marco de las discusiones e intercambio de experiencias de las empresas que forman parte del grupo de responsabilidad política empresarial del Compromiso Empresarial Anticorrupción. Este grupo está conformado por Bancolombia, Grupo Bolívar Davivienda, Nutresa, Caracol TV y Transparencia por Colombia.*

## PRESENTACIÓN:

Desde el inicio de la iniciativa de Compromiso Empresarial Anticorrupción se conformó un grupo de trabajo orientado a ahondar en la comprensión y reflexión del ejercicio de la responsabilidad política empresarial en el contexto colombiano, y a identificar y promover la adopción de estrategias concretas de transparencia, integridad y control en el financiamiento de las campañas políticas, incorporando tanto el marco normativo vigente, como la formalización y adopción de buenas prácticas de autorregulación empresarial.

Dentro de las instancias de gobernanza empresarial, la responsabilidad política busca fomentar la transparencia en el proceso político, la rendición de cuentas del origen, monto y destinación de los recursos que financian la política, el acceso público a esta información y, el fortalecimiento de las reglas de acceso al poder político. Si bien la responsabilidad por la rendición de cuentas de los recursos para campañas políticas se encuentra en los candidatos y las organizaciones políticas, el marco normativo colombiano ha empezado a incluir a los aportantes privados como sujetos obligados a rendir cuentas de los recursos que entregan a las campañas.

Además, la adopción de medidas de autorregulación de los aportes a campañas para las empresas y los empresarios no solo se enmarca en la normatividad colombiana, sino que también responde a la adopción de estándares internacionales de acciones anticorrupción. Por ejemplo, en el marco de OCDE, se han hecho varias recomendaciones tendientes a incrementar la transparencia en los aportes privados como incluir regulaciones de financiamiento en el marco de medidas de integridad empresarial, incluyendo aspectos como actividades de cabildeo y declaración y trámite de conflicto de intereses<sup>1</sup>. En este mismo sentido, entre las recomendaciones de prácticas anti-soborno, han instado a las empresas a adoptar medidas en la materia, entre las cuales se encuentra la publicación proactiva de los aportes hechos a campañas y partidos<sup>2</sup>.

Las recomendaciones de autorregulación y buenas prácticas que se presentan a continuación, si bien tiene como antecedentes el trabajo desde Transparencia por Colombia en torno a la promoción la transparencia y la rendición de cuentas en el financiamiento privado de la política, la revisión del marco normativo colombiano y estándares internacionales; se sustentan en la discusión y el intercambio de experiencias de las empresas que han formado parte del grupo de Responsabilidad Política Empresarial.

- 1 Ver: OECD, *Public Governance Reviews. "Financing Democracy Funding of Political Parties and Election Campaigns and the Risk of Policy Capture"*, 2016. Página. 80.
- 2 Ver: *Transparencia Internacional. "Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno, Edición para Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)"*. 2010. Página 23.

## BUENAS PRÁCTICAS PARA EL FINANCIAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS:

Desde la perspectiva de las empresas que hacen aportes a campañas políticas, estos recursos (que pueden ser entregados en efectivo o en especie), significan una forma de participar en el proceso político-electoral y manifestar sus preferencias. Además, los aportes facilitan el acercamiento e interacción entre el sector privado y los candidatos, que eventualmente serán elegidos. Si bien los aportes privados no implican necesariamente una condición de manipulación o incidencia indebida en la gestión administrativa y en la toma de decisiones, el riesgo de que esto pase es alto. Más aún si la entrega de estos recursos no se hace bajo parámetros de responsabilidad y cumplimiento de ley<sup>4</sup>; esto incluye tanto a los que reciben recursos como a los que los entregan.

Aunque no hay fórmulas “mágicas” que eviten la captura de la política vía financiación de campañas, existe consenso en que entre más transparente sea la rendición de cuentas y haya mayor divulgación de información sobre estos aportes, habrá mejores condiciones para prevenir que la actividad política sea cooptada por intereses particulares y/o corporativos. Por lo tanto, cobra importancia la adopción de principios fundamentados en la ética empresarial como elemento esencial para la construcción de una adecuada cultura organizacional, y la base fundamental para orientar la actividad empresarial en un sentido justo, prudente y responsable.

Las medidas de autorregulación empresarial para la financiación de campañas y partidos políticos, tienen como fin fomentar la participación activa y responsable en el desarrollo de los procesos político-electorales. Estas medidas corresponden a un enfoque más amplio de la responsabilidad social empresarial al abordar, desde una perspectiva de ciudadanía corporativa, la incidencia en el escenario de la política, la responsabilidad cívica y el compromiso con el buen gobierno.

Las medidas para auto regular los aportes a campañas contribuyen, entre otros aspectos, a:

- Evitar la presión por parte de los partidos o los candidatos para dar aportes a las campañas.
- Transparentar las donaciones.
- Evitar que los aportes se transformen en un factor de desequilibrio en el ambiente de negocios del sector.
- Evitar que las contribuciones sean una forma encubierta y anticipada de soborno.

Teniendo en cuenta que el ciclo electoral, implica la puesta en marcha de acciones antes, durante y después de las campañas políticas, las recomendaciones de buenas prácticas que se presentan a continuación se clasifican dentro de estas etapas:

## MEDIDAS PREVIAS A LAS CAMPAÑAS

- Conocer y cumplir con todos los requerimientos de ley. Se debe tener en cuenta que el marco normativo que reglamente los aportes privados es distinto para las elecciones presidenciales en comparación con las elecciones al Congreso, Asambleas, Concejos, Juntas Administradoras, Alcaldías y Gobernaciones. Es importante tener claros los montos máximos de aportes permitidos así como las inhabilidades que aplican para los privados que financien campañas, lo que incluye la entrega de aportes a partidos políticos para financiar campañas, así como directamente a campañas/ candidatos.
- Definir claramente la política de la empresa respecto a aportar a no a partidos y/o candidatos. Ésta debe ser clara, lógica, defendible y congruente con los principios de integridad, éticos y empresariales de la empresa.
- Incluir la autorregulación de los aportes de campaña en los programas anti-corrupción, o en aquellos más amplios dedicados a la integridad empresarial. Igualmente se deben incluir las medidas de regulación de los aportes en los códigos y manuales de gobierno corporativo.
- En los casos en que las empresas opten por no hacer aportes a campañas y/o partidos políticos, se pueden incorporar medidas para que las personas naturales en roles principales como los dueños, principales accionistas, directivos o miembros del equipo gerencial de la empresa que hagan aportes a campañas a nombre propio, entreguen un reporte de manera proactiva sobre el monto y origen de dichas donaciones.
- Revisar la política interna del manejo de Conflicto de Intereses y la periodicidad de su actualización, incluyendo en esta los posibles conflictos en los que se podría incurrir dado el financiamiento de candidatos y/o partidos políticos.
- Adoptar medidas para el manejo de los aportes de manera que se pueda tener mayor información y seguimiento a éstos. Cuando el aportante privado sea parte de un grupo empresarial, se pueden unificar los canales de solicitud y entrega de los aportes y, por ejemplo, manejarlos a través de las fundaciones empresariales.
- Asegurar que toda decisión respecto a la financiación de campañas y candidatos quede aprobada en la Asamblea General de la empresa.

## MEDIDAS DURANTE LAS CAMPAÑAS

- Tener los soportes necesarios de las contribuciones dadas a partidos, campañas y/o candidatos. 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.
  - Solicitar a las organizaciones políticas que reciben aportes privados para apoyar sus campañas, la información sobre la distribución de éstos entre candidatos. Asimismo, se debe asegurar que el partido cuente con mecanismos de control y gestión de los riesgos en la destinación de los recursos por parte de las campañas y candidatos. Esto con el fin de que la empresa pueda tener certeza sobre el uso adecuado y la destinación final de los aportes.
  - Desarrollar estrategias como la escritura de insinuación notarial para la entrega de las donaciones a candidatos o a organizaciones políticas. En dicha escritura dejar incluidos aspectos como la destinación y uso de los recursos.
- Conocer el origen de los demás recursos que van a financiar las campañas de los candidatos que deciden financiar. Para este propósito, el seguimiento permanente a los mecanismos de rendición de cuentas de ingresos y gastos de campañas Cuentas Claras, es una actividad recomendable. En caso que se observe que los aportes no están siendo registrados por los candidatos, campañas y/o partidos, solicitar que se hagan este reporte.

## MEDIDAS POSTERIORES A LAS CAMPAÑAS

- Teniendo en cuenta el plazo para el reporte final de todo los ingresos y gastos de las campañas políticas (un mes en elecciones presidenciales y dos meses en todas las demás elecciones), asegurarse de que se haya hecho el reporte completo de los aportes entregados a través Cuentas Claras, esto incluye que el monto registrado sea el mismo que se entregó, así como la información sobre la figura del aporte, sea donación o préstamo y se dio en efectivo o en especie. Toda esta información debería estar disponible y publicada en Cuentas Claras, dentro de los plazos de ley en el reporte de ingresos y gastos así como en los anexos.

## ENFOQUE DE GÉNERO

En el marco de las discusiones del grupo de investigación de responsabilidad política empresarial, se enfatizó constantemente en el rol relevante que tienen los aportes privados a las campañas en la promoción y apoyo de la participación política. En este sentido, aunque los recursos se entregan de acuerdo a los criterios y decisiones de las empresas para apoyar a o no a algunos partidos políticos y/o candidatas, también se discutió acerca de la posibilidad de que estos recursos contribuyeran a generar mejores condiciones de participación política para las mujeres. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluyen la igualdad entre los géneros como una meta que implica velar por la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles de la adopción de decisiones en la vida política, económica y pública (objetivo 5)<sup>3</sup>.

Teniendo en cuenta que el avance en la inclusión de las mujeres requiere de acciones desde diversos sectores y niveles; dentro de la adopción de buenas prácticas para la autorregulación del financiamiento político electoral se discutió la importancia de abordar medidas que contribuyan a este propósito como las siguientes:

- Impulsar en las empresas que financian campañas políticas, la adopción de unos criterios de género en la adjudicación de los recursos. Por ejemplo, que del monto total que se tenga destinado para aportes a campañas, se adjudique un porcentaje específico para apoyar candidaturas de mujeres. Este dinero podría entregarse directamente a las candidatas o a través de los partidos políticos, con el compromiso que sea utilizado para tal fin.
- En caso que la empresa haga aportes para apoyar el funcionamiento y el desarrollo de actividades institucionales de los partidos políticos, se podría determinar un porcentaje específico de éstos recursos que sea destinado a la promoción de liderazgos y la formación política y electoral de mujeres.

<sup>3</sup> Ver: Objetivo no. 5 Igualdad de Género. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>



 **transparenciaporcolombia**

 **@transparenciacolombia**

 **@transparenciaco**

Cra. 45A No. 93 – 61 Bogotá D.C.  
(Barrio La Castellana)  
Teléfono: +57(1) 610 0822

2020

