

Bogotá, 25 de noviembre de 2024

Señor

ARIEL ÁVILA

Presidente

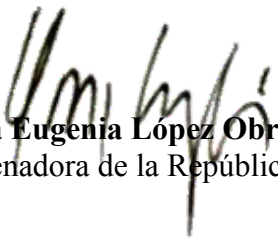
COMISIÓN PRIMERA - SENADO DE LA REPÚBLICA

Ciudad.

Referencia: Informe de ponencia para primer debate del Proyecto de Ley No. 280 de 2024 Senado *“Por medio de la cual se establecen medidas para la divulgación de encuestas y estudios de carácter político y electoral para garantizar su calidad y confiabilidad y se dictan otras disposiciones”*.

Respetado señor Presidente:

En cumplimiento del encargo hecho por la Honorable Mesa Directiva de la Comisión Primera del Senado de la República y de conformidad con lo establecido en el artículo 156 de la Ley 5ª de 1992, procedemos a rendir informe de ponencia POSITIVA para primer debate del Proyecto de Ley No. 280 de 2024 Senado *“Por medio de la cual se establecen medidas para la divulgación de encuestas y estudios de carácter político y electoral para garantizar su calidad y confiabilidad y se dictan otras disposiciones”*.

 <p>Clara Eugenia López Obregón Senadora de la República</p>	

--	--

**INFORME DE PONENCIA PARA PRIMER DEBATE DEL PROYECTO DE LEY
NO. 280 DE 2024 SENADO “POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN
MEDIDAS PARA LA DIVULGACIÓN DE ENCUESTAS Y ESTUDIOS DE
CARÁCTER POLÍTICO Y ELECTORAL PARA GARANTIZAR SU CALIDAD Y
CONFIABILIDAD Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES.”**

I. TRÁMITE DE LA INICIATIVA

1. El 08 de octubre de 2024 se radicó en la Secretaría General del Senado de la República el Proyecto de Ley 247 de 2024, presentado por las Senadores Angélica Lozano Correa, Paloma Valencia Laserna, Miguel Ángel Pinto Hernández, Fabio Raúl Amín Saleme, John Jairo Roldán Avendaño, José Alfredo Gnecco Zuleta, Alfredo Deluque Zuleta, Humberto de la Calle Lombana, Berenice Bedoya Pérez, Julio Alberto Elías Vidal, Guido Echeverry Piedrahita, Jonathan Pulido Hernández, Andrea Padilla Villarraga, Carolina Espitia Jerez, Alejandro Carlos Chacón Camargo, Enrique Cabrales Baquero, Fabián Díaz Plata, Carlos Abraham Jiménez López, María Fernanda Cabal Molina, Paola Holguín Moreno, Carlos Eduardo Guevara Villabón, Óscar Barreto Quiroga, Mauricio Giraldo Hernández, Ana María Castañeda Gómez, Antonio Luis Zabarrain Guevara, Edgar Díaz Contreras, Claudia Pérez, Laura Esther Fortich Sánchez y otras firmas.
2. El día 23 de octubre de 2024 la mesa directiva de la Comisión Primera del Senado nombró ponente a la senadora Clara López Obregón.

II. OBJETO DEL PROYECTO

La presente ley tiene por objeto regular la realización y divulgación de encuestas para cargos de elección popular, con el fin de garantizar la igualdad al acceso de la información y la transparencia de los datos en aras de aumentar la confiabilidad y robustecer técnicamente la aplicación de dichas técnicas de investigación en el territorio nacional.

III. ANTECEDENTES LEGISLATIVOS

El presente Proyecto de Ley tiene su origen en dos iniciativas legislativas presentadas en el Senado de la República en 2020: los proyectos 209 de 2020 y 211 de 2020, de autoría de los senadores Armando Benedetti y Rodrigo Lara Restrepo, respectivamente. Ambas iniciativas fueron acumuladas por la Honorable Comisión Primera del Senado, donde, tras la realización de una audiencia pública y el estudio de las propuestas, los senadores mencionados elaboraron una ponencia de acumulación que fue radicada en su momento.

En el marco del debate sobre el Código Electoral, y dada la pertinencia del tema, se decidió incluir la reglamentación de encuestas en dicha discusión. Así, el articulado presentado en la ponencia para el primer debate de los proyectos acumulados avanzó en su trámite legislativo, enriquecido por los aportes de los congresistas de las Comisiones Primeras de Cámara y Senado y por discusiones posteriores en las sesiones plenarias.

Sin embargo, la Corte Constitucional declaró la inconstitucionalidad del Código Electoral, al considerar que había sido debatido fuera del período de sesiones ordinarias del Congreso. Esto significó que los avances legislativos en materia de regulación de encuestas se perdieron, lo que motivó la radicación de una nueva iniciativa.

El 3 de mayo de 2022, se radicó ante la Secretaría General de la Cámara de Representantes un nuevo Proyecto de Ley, titulado: "Por medio de la cual se establecen medidas para la divulgación de encuestas y estudios de carácter político y electoral para garantizar su calidad y confiabilidad y se dictan otras disposiciones."

Esta iniciativa contó con la firma de los siguientes congresistas:

- Senadores:

Rodrigo Lara Restrepo, Fabio Raúl Amín Saleme, Miguel Ángel Pinto Hernández, Luis Fernando Velasco Chaves, Andrés Cristo Bustos, Roy Leonardo Barreras Montealegre, Armando Alberto Benedetti Villaneda, Roosevelt Rodríguez Rengifo, José Ritter López, Juan Carlos García Gómez, Carlos Eduardo Guevara Villabón, Esperanza Andrade de Osso, Eduardo Emilio Pacheco Cuellos, Alexander López Maya, Angélica Lisbeth Lozano Correa, Iván Leónidas Name Vásquez, Temístocles Ortega Narváez, Germán Varón Cotrino, Ana María Castañeda Gómez, Gustavo Francisco Petro Urrego, Santiago Valencia González y Paloma Susana Valencia Laserna.

- Representantes:

Julio César Triana, Nilton Córdoba Manyoma, Hernán Gustavo Estupiñán Calvache, Harry Gyovanni González García, Óscar Hernán Sánchez León, Jaime Felipe Lozada Polanco, Alejandro Vega Pérez, Andrés David Calle Aguas, Julián Peinado Ramírez, Jorge Eliecer Tamayo Marulanda, Jorge Enrique Burgos Lugo, Jorge Méndez Hernández, Alfredo Rafael Deluque Zuleta, Elbert Díaz Lozano, John Jairo Cárdenas Morán, Adriana Magali Matiz Vargas, Buenaventura León León, Armando Zabaraín de Arce, Germán Alcides Blanco Álvarez, Inti Raúl Asprilla Reyes, José Daniel López Jiménez, César Augusto Lorduy Maldonado, David Ernesto Pulido Novoa, Eloy Chichi Quintero, Jaime Rodríguez Contreras, David Racero Mayorca, José Jaime Uscátegui, Gabriel García Santos, Edward Rodríguez Rodríguez, Erwin Arias Betancur y Henry Cuellar Rico.

El presente proyecto de ley busca retomar y fortalecer los avances legislativos previos, garantizando un marco normativo para la divulgación de encuestas políticas y electorales, asegurando su calidad, confiabilidad y regulación. La iniciativa refleja un esfuerzo conjunto de senadores y representantes por construir un sistema electoral más transparente y riguroso.

IV. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En los últimos años hemos visto cómo las encuestas políticas han fallado de manera sistemática en identificar las preferencias políticas de la ciudadanía. Si bien el objetivo de las encuestas y sondeos políticos es medir la opinión del electorado, la publicación de los resultados suele influir en los comicios electorales, razón por la cual un manejo poco técnico de estos instrumentos de medición puede llevar a la sociedad a tomar decisiones mal informadas en detrimento de la calidad de nuestro sistema político. Por lo anterior, urge una nueva legislación que unifique las normas que hoy regulan estos asuntos y que garantice unos mínimos de transparencia y calidad de los métodos estadísticos aplicados al tema político.

La literatura especializada en el tema de los instrumentos cualitativos de medición, ofrece varias teorías al respecto de cómo las encuestas de opinión influyen en el comportamiento de los votantes en tanto agentes políticos. De esta manera se habla, en primer lugar, de “la espiral del silencio” que se refiere a la supresión de opiniones percibidas como no populares. Según esta teoría, el temor al aislamiento social generado por hacer parte de una posición minoritaria llevaría a las personas a votar en favor de quien aparezca como el candidato mayoritario.

Una segunda teoría de cómo las encuestas influyen en el comportamiento de los votantes está dado por lo que la literatura ha llamado el *bandwagoning* y el *underdogging*. Según el primer término, *bandwagoning* o efecto de arrastre las personas desean ser parte de la facción victoriosa y por ello votarían por el que aparece como el candidato mayoritario. Según el segundo término, *underdogging*, los votantes eligen votar no por el candidato que aparece como el favorito en las encuestas sino por el más débil esto es aquel que se encuentra en la “minoría percibida”; este último comportamiento explicaría, por ejemplo, la llegada al poder de los llamados antipolíticos.

Existen otras teorías con respecto a la influencia de las encuestas en el voto, como pueden serlo la reducción de la disonancia cognitiva o el voto táctico donde el votante termina no eligiendo al de su preferencia tradicional, bien por un conflicto axiológico en el primero de los casos (por ejemplo un voto en contra de su partido de preferencia motivado por su rechazo ante determinada acción de dicho partido) o por consideraciones con respecto al

resultado final en el segundo de ellos (por ejemplo, si el candidato favorito no tiene opción, votar entonces por el que considera el “menos malo”).

Las teorías anteriormente expuestas no son mutuamente excluyentes dado que determinados votantes serán influidos por las encuestas de determinada manera mientras que otros lo serán de otras. Más aún, las teorías expuestas no agotan las posibilidades de razonamientos por parte de los electores para decidir su voto utilizando como insumo la información recibida en las encuestas. Lo que sí resulta evidente es que, cualquiera de los mecanismos que entre en acción, el resultado de las encuestas aparece como premisa fundamental en el proceso de elección racional del voto. Lo anterior ha sido confirmado estadísticamente en Colombia por parte de la MOE que en su encuesta Percepción electoral de los Votantes Colombianos donde el 48% de los encuestados reconocieron que los resultados de las encuestas eran muy influyentes en su proceso de toma de decisión del voto.

Dado que los resultados de las encuestas juegan un papel fundamental en la toma de decisión con respecto al voto, es necesario garantizar la calidad de la información que es entregada al elector mediante estos instrumentos de medición en cumplimiento del artículo 20 superior según el cual los ciudadanos tienen derecho a recibir información veraz e imparcial.

Ahora bien, dado que en Colombia los resultados de las encuestas han arrojado, de manera reiterada, resultados manifiestamente contrarios a la realidad en las urnas, debemos concluir que la información que han recibido los ciudadanos mediante estos instrumentos no ha sido veraz. Como lo afirma Andrés Segura en Razón Pública:

“Existe un incentivo perverso en los medios de comunicación para hacer varias encuestas con limitada capacidad descriptiva. Para ellos es muy atractivo sacar titulares periódicos para llenar la parrilla siguiendo la lógica del entretenimiento o del fútbol. No se trata solo de dar la noticia sino de crear una espiral de reacciones que mantengan viva la historia y el interés de la audiencia. La experiencia en las elecciones muestra que las condiciones no se mantienen estables.”

Por eso se contratan diferentes encuestas débiles, con muestras pequeñas, que no permiten desagregar las poblaciones, que llevan a altos márgenes de error y que, en la práctica, tienen altas probabilidades de “descacharse”.

Adicionalmente, de forma irresponsable y sin sentido crítico, se les da voz a encuestas que promueven los propios equipos de campaña (es como si regalaran pauta) o a empresas con ganas de hacerse notar. Se difunden estudios sin conocer las condiciones con las que fueron

hechos, y pervierten el objetivo democrático de transparencia e imparcialidad de la información [1].

Por las razones anteriormente expuestas, es necesario que el Congreso de la República entre a regular estos estudios en lo que se refiere al proceso democrático. Más aún, se requiere una norma que garantice la transparencia de dichos estudios y que establezca los mecanismos que aseguren, no solo la calidad, sino la imparcialidad de los mismos.

Bibliografía

1. Lang, K. & Lang, G. E. (1984). *The Impact of Polls in Public Opinion*. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 472, Polling and the Democratic Consensus, 129–142. Recuperado el 05/08/2020, de <http://www.jstor.com/stable/1043889>.
2. Michalos, A. C. (2017). *Ethical Considerations Regarding Public Opinion Polling During Election Campaigns*. En *How Good Policies and Business Ethics Enhance Good Quality of Life* (pp. 253–267). Recuperado el 05/08/2020, de https://doi.org/10.1007/978-3-319-50724-8_11.
3. Morwitz, V. G. & Pluzinski, C. (1996). *Do Polls Reflect Opinions or Do Opinions Reflect Polls? The Impact of Political Polling on Voters' Expectations, Preferences, and Behavior*. Journal of Consumer Research, 23(1), 53–67. Recuperado el 05/08/2020, de <http://www.jstor.com/stable/2489665>.
4. Northcott, R. (2015). *Opinion Polling and Election Predictions*. Philosophy of Science, 82(5), 1260–1271. Recuperado el 05/08/2020, de <https://www.jstor.org/stable/10.1086/683651>.
5. Segura, A. (2019). *Análisis electoral: ¿Fallan las encuestas o fallan los periodistas?* Razón Pública. Recuperado el 06/08/2020, de <https://razonpublica.com/analisis-electoral-fallan-las-encuestas-o-fallan-los-periodistas/>.
6. Tronco, S., Flores, J. & Madrigal, R. (2016). *La utilidad de las encuestas en la predicción del voto. La segunda vuelta de Argentina 2015*. Revista Mexicana de Opinión Pública, julio-diciembre de 2016, 73–92. Recuperado el 05/08/2020, de <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2016.07.003>. También disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1870730016300059>.

V. MARCO NORMATIVO

1. Artículo 1 de la Constitución Política de Colombia: Colombia se define como un Estado social de derecho, fundado en la participación ciudadana y el respeto al interés

general. En este marco, las encuestas electorales cumplen una función esencial: *fomentar la participación informada*.

2. Artículo 20 de la Constitución Política de Colombia: El derecho a la libertad de expresión y de información incluye la realización y publicación de encuestas. No obstante, este derecho debe ejercerse con responsabilidad y transparencia. La regulación de las encuestas garantiza que esta libertad no sea utilizada para *desinformar o influir de manera indebida* en los electores, preservando así la equidad en los procesos democráticos.

3. Ley 130 de 1994: Como Estatuto Básico de los Partidos Políticos, esta ley establece pautas para el uso de las encuestas en campañas políticas. Las encuestas deben reflejar la opinión pública de manera *objetiva* y no convertirse en herramientas de manipulación. Su correcta regulación contribuye a que los partidos y movimientos políticos respeten el principio de igualdad de oportunidades en las elecciones.

4. Artículo 265 de la Constitución Política de Colombia: El Consejo Nacional Electoral (CNE) tiene la responsabilidad de vigilar y controlar los procesos electorales, incluyendo las encuestas.

5. Ley 996 de 2005 - Artículo 28: La Ley de Garantías Electorales regula el uso de encuestas durante campañas políticas. Establece limitaciones temporales para su publicación con el fin de evitar que influyan de manera desproporcionada en la decisión de los votantes en los días previos a las elecciones. Este enfoque resalta la importancia de la equidad y la neutralidad en los procesos democráticos.

6. Resoluciones 23 de 1996 y 50 de 1997: Estas resoluciones del CNE establecen normas claras sobre la divulgación de encuestas, incluyendo la ficha técnica, la metodología y la identificación de los financiadores. Al requerir transparencia y calidad técnica, buscan proteger el derecho de los ciudadanos a recibir información veraz y confiable, lo cual es esencial para una democracia sólida.

7. Acuerdo de Autorregulación de Firmas Encuestadoras (2019): Este acuerdo refuerza el compromiso ético de las firmas encuestadoras, promoviendo la autorregulación como un complemento de la supervisión estatal. La autorregulación, fundamentada en principios éticos, fortalece la confianza pública en las encuestas como herramientas legítimas de la democracia.

8. Circular No. 004 de 2019: Emitida por el CNE, esta circular refuerza la importancia de la trazabilidad y el manejo ético de los datos en las encuestas. También subraya la necesidad de evitar sesgos en los estudios de opinión, protegiendo la transparencia del proceso electoral.

Jurisprudencia Constitucional

La Sentencia C-1153 de 2005¹ de la Corte Constitucional subraya la importancia de regular las encuestas electorales como una medida esencial para garantizar la transparencia y la equidad en los procesos democráticos. Según la Corte, las encuestas tienen un impacto significativo en la formación de la opinión pública y, por ende, en el comportamiento electoral de los ciudadanos. Por ello, su regulación debe orientarse a garantizar que estas herramientas sean imparciales, confiables y no se utilicen de manera indebida para manipular la voluntad popular.

La Corte reconoce que las encuestas electorales son una expresión del derecho a la información y la libertad de expresión, ambos protegidos constitucionalmente. Sin embargo, establece que estos derechos *no son absolutos* y pueden ser limitados razonablemente para proteger otros principios constitucionales, como la equidad en las elecciones y la garantía de un debate público informado. En este sentido, la regulación busca equilibrar estos derechos con el interés general, asegurando que las encuestas no se conviertan en instrumentos de desinformación o propaganda política.

En relación con las sanciones, la Corte avala que las firmas encuestadoras que incumplan con los requisitos legales puedan ser objeto de medidas sancionatorias. No obstante, advierte que estas sanciones deben cumplir con los principios de proporcionalidad y debido proceso, evitando que se conviertan en mecanismos excesivos o arbitrarios. En palabras de la Corte, *“la regulación debe asegurar que las restricciones sean estrictamente necesarias para preservar la transparencia y no interfieran indebidamente con los derechos fundamentales”* (Corte Constitucional, Sentencia C-1153 de 2005).

Finalmente, la Corte destaca que, aunque las encuestas electorales son herramientas valiosas para fortalecer la democracia, deben ser manejadas con responsabilidad. Insiste en que la regulación de estas herramientas no busca limitar el acceso a la información, sino garantizar que esta sea objetiva, veraz y confiable. Esto refuerza la legitimidad del sistema democrático al asegurar que los ciudadanos puedan tomar decisiones informadas en las urnas.

Mesas técnicas

El viernes 1 de noviembre de 2024, a las 3:00 p.m., se llevará a cabo la mesa técnica sobre el Proyecto de Ley 280S de 2024 relacionado con encuestas electorales, con la participación de diversos actores relevantes. En esta reunión estarán presentes Diego Alejandro Rubiano y Carlos Alejandro Oviedo de la Misión de Observación Electoral; Germán Ricardo Reyes Rojas y Esteban Cruz Rodríguez de la Unidad de Trabajo

¹ Corte Constitucional de Colombia. (2005). Sentencia C-1153 de 2005. Magistrado ponente: Álvaro Tafur Galvis. Recuperado de <https://www.corteconstitucional.gov.co>

Legislativo de la Senadora Clara López; así como Felipe Jiménez y Felipe Megudan Ruiz de la Unidad de Trabajo Legislativo de la Senadora Angélica Lozano.

VI. IMPACTO FISCAL

En cumplimiento del artículo 7° de la Ley 819 de 2003, se debe precisar que el presente proyecto de ley no tiene ningún impacto fiscal que implique modificación alguna del marco fiscal de mediano plazo.

Sin embargo, de acuerdo con la Sentencia C-238/10, la honorable Corte Constitucional señala que:

“La Corte considera que los primeros tres incisos del art. 7° de la Ley 819 de 2003 deben entenderse como parámetros de racionalidad de la actividad legislativa, y como una carga que le incumbe inicialmente al Ministerio de Hacienda, una vez que el Congreso ha valorado, con la información y las herramientas que tiene a su alcance, las incidencias fiscales de un determinado proyecto de ley. Esto significa que ellos constituyen instrumentos para mejorar la labor legislativa.

Es decir, el mencionado artículo debe interpretarse en el sentido de que su fin es obtener que las leyes que se dicten tengan en cuenta las realidades macroeconómicas, pero sin crear barreras insalvables en el ejercicio de la función legislativa ni crear un poder de veto legislativo en cabeza del Ministro de Hacienda. Y en ese proceso de racionalidad legislativa la carga principal reposa en el Ministerio de Hacienda, que es el que cuenta con los datos, los equipos de funcionarios y la experticia en materia económica. Por lo tanto, en el caso de que los congresistas tramiten un proyecto incorporando estimativos erróneos sobre el impacto fiscal, sobre la manera de atender esos nuevos gastos o sobre la compatibilidad del proyecto con el Marco Fiscal de Mediano Plazo, le corresponde al Ministro de Hacienda intervenir en el proceso legislativo para ilustrar al Congreso acerca de las consecuencias económicas del proyecto. Y el Congreso habrá de recibir y valorar el concepto emitido por el Ministerio. No obstante, la carga de demostrar y convencer a los congresistas acerca de la incompatibilidad de cierto proyecto con el Marco Fiscal de Mediano Plazo recae sobre el Ministro de Hacienda”

VII. PLIEGO DE MODIFICACIONES

TEXTO ORIGINAL RADICADO	TEXTO PARA PONENCIA DE PRIMER DEBATE	MODIFICACIONES Y JUSTIFICACIÓN
<p>ARTÍCULO 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto regular la realización y divulgación de encuestas para cargos de elección popular, con el fin de garantizar la igualdad al acceso de la información y la transparencia de los datos en aras de aumentar la confiabilidad y robustecer técnicamente la aplicación de dichas técnicas de investigación en el territorio nacional.</p>	<p>El texto se conserva sin modificaciones</p>	<p>El texto se conserva sin modificaciones</p>

<p>ARTÍCULO 2. Alcance. Las disposiciones contenidas en este capítulo de la presente Ley, son aplicables a todo estudio que se publique y a las personas jurídicas que los realicen y divulguen, cuyo objetivo sea dar a conocer preferencias o tendencias políticas y electorales. incluyendo la intención de voto y la imagen de los candidatos para procesos de decisión o elección mediante voto popular.</p> <p>Las encuestas realizadas o encargadas por los partidos políticos con el fin de escoger sus candidatos, serán de obligatoria publicación y se regirán por las disposiciones contenidas en la presente Ley.</p>	<p>El texto se conserva sin modificaciones</p>	<p>El texto se conserva sin modificaciones</p>
--	--	--

<p>ARTÍCULO 3.</p> <p>Definiciones. Para la aplicación de la presente Ley, se deben considerar las siguientes definiciones:</p> <p>Encuesta o encuesta probabilística: Producto técnico de base científica que consiste en aplicar un conjunto de técnicas y procedimientos mediante los cuales, sobre la base de un cuestionario específico, se obtienen datos e información respecto de las opiniones, deseos, actitudes o comportamientos de un grupo representativo de consultados y cuyos resultados pueden ser generalizados a universos definidos y conocidos de la población. Esta herramienta tiene por objeto obtener información estadística, del proceso electoral o de opinión pública que permite una medición objetiva de los procesos políticos. Para efectos de la presente ley, entiéndase por encuesta, toda encuesta probabilística.</p> <p>Sondeo: Procedimiento que permite conocer las opiniones y actitudes de una colectividad por medio de un cuestionario que se aplica a un grupo de sus</p>	<p>El texto se conserva sin modificaciones</p>	<p>El texto se conserva sin modificaciones</p>
--	--	--

<p>integrantes. Se caracteriza por no ser preparado ni planeado antes de su realización, sin ninguna fundamentación técnica ni probabilística. Este procedimiento expedito de medición está dirigido a muestras de la población que no se juzgan como representativas del conjunto al que pertenecen, el cual busca obtener información no científica acerca de un asunto. Los resultados de este tipo de estudio no son generalizables para la población.</p> <p>Firmas encuestadoras: Para todos los efectos de la presente ley, se entenderán como firmas encuestadoras todas las personas jurídicas que publiquen encuestas, cuyo objetivo sea el levantamiento, recolección y procesamiento de datos para dar a conocer preferencias o tendencias políticas o electorales para procesos de decisión elección mediante voto popular y se hayan registrado para tal fin en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras.</p>		
--	--	--

<p>Municipios de inclusión forzosa para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: serán aquellos municipios con una población igual o superior a 800,000 habitantes.</p> <p>Municipios grandes para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: serán aquellos municipios con una población inferior a 799,999 y superior a 100,000 habitantes.</p> <p>Municipios medianos para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: serán aquellos municipios con una población inferior a 99,999 habitantes y superior a 50.000 habitantes.</p> <p>Municipios pequeños para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: serán aquellos municipios con una población inferior a 50,000 habitantes.</p>		
--	--	--

<p>ARTÍCULO 4. De la Selección de la Muestra.</p> <p>Toda encuesta electoral que sea publicada y divulgada en medios de comunicación, debe garantizar representatividad a través de un método científico en el cual todos los elementos de la población representada tengan una probabilidad de ser elegidos para la muestra del estudio definidos dentro del diseño muestral.</p> <p>Se considerará encuesta toda aquella que tenga un margen de error de máximo tres por ciento (3%) y un nivel de confianza mínimo del noventa y cinco por ciento (95%) para las preguntas de conocimiento, favorabilidad e intención de voto para personajes y/o candidatos con un fenómeno de ocurrencia de más del 30%, en el caso de los estudios a nivel nacional. Para el caso de los estudios a nivel departamental y/o municipal, el margen de error máximo será del cinco por ciento (5%) y el nivel de confianza mínimo del noventa y cinco por ciento (95%) para las preguntas de conocimiento, favorabilidad</p>	<p>ARTÍCULO 4. De la Selección de la Muestra.</p> <p>Toda encuesta electoral que sea publicada y divulgada en medios de comunicación, debe garantizar representatividad a través de un método científico en el cual todos los elementos de la población representada tengan una probabilidad de ser elegidos para la muestra del estudio definidos dentro del diseño muestral.</p> <p>Se considerará encuesta toda aquella que tenga un margen de error de máximo tres por ciento (3%) y un nivel de confianza mínimo del noventa y cinco por ciento (95%) para las preguntas de conocimiento, favorabilidad e intención de voto para personajes y/o candidatos con un fenómeno de ocurrencia de más del 30%, en el caso de los estudios a nivel nacional. Para el caso de los estudios a nivel departamental y/o municipal, el margen de error máximo será del cinco por ciento (5%) y el nivel de confianza mínimo del noventa y cinco por ciento (95%) para las preguntas de conocimiento, favorabilidad e intención de voto y para</p>	<p>Se modifica la redacción del parámetro C con el propósito de que sea más comprensible y clara su redacción.</p>
--	---	--

<p>e intención de voto y para personajes y/o candidatos con un fenómeno de ocurrencia de más del 30%. Además, la distribución de la muestra deberá cumplir con los siguientes parámetros:</p> <p>a) Cuando se trate de investigaciones sobre preferencias políticas relacionadas con mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de carácter nacional, la muestra deberá incluir municipios o distritos con una población igual o superior a 800.000 habitantes, así como un subconjunto de municipios pequeños, medianos y grandes de todas las regiones del país.</p> <p>b) Cuando se trate de investigaciones sobre preferencias políticas relacionadas con mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de carácter regional o departamental, la muestra deberá incluir a la capital departamental y como mínimo el 20% de los municipios del respectivo Departamento.</p>	<p>personajes y/o candidatos con un fenómeno de ocurrencia de más del 30%. Además, la distribución de la muestra deberá cumplir con los siguientes parámetros:</p> <p>a) Cuando se trate de investigaciones sobre preferencias políticas relacionadas con mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de carácter nacional, la muestra deberá incluir municipios o distritos con una población igual o superior a 800.000 habitantes, así como un subconjunto de municipios pequeños, medianos y grandes de todas las regiones del país.</p> <p>b) Cuando se trate de investigaciones sobre preferencias políticas relacionadas con mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de carácter regional o departamental, la muestra deberá incluir a la capital departamental y como mínimo el 20% de los municipios del respectivo Departamento.</p> <p><u>c) En investigaciones sobre preferencias políticas</u></p>	
---	--	--

<p>c) Cuando se trate de investigaciones sobre preferencias políticas relacionadas con mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de carácter distrital o municipal, se debe garantizar que en la distribución de la muestra participen las subdivisiones administrativas, seleccionados de manera probabilística.</p>	<p><u>relacionadas con mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de nivel distrital o municipal, se deberá asegurar que la muestra incluya una representación adecuada de las subdivisiones administrativas, seleccionadas mediante un método probabilístico.</u></p>	
--	---	--

<p>ARTÍCULO 5. Encuestas de conocimiento, favorabilidad política, opinión o intención del voto.</p> <p>Cuando se indague por el conocimiento, la favorabilidad política, opinión o intención de voto sobre políticos o personajes públicos susceptibles de ser elegidos a un cargo uninominal de elección popular, se procurará indagar por la mayor diversidad de candidatos posible. La exclusión deliberada de candidatos con reconocimiento público y opciones de ser elegidos se considerará como manipulación al elector. En ningún caso podrán omitirse candidatos con un fenómeno de ocurrencia mayor del quince por ciento (15%).</p> <p>Una vez haya finalizado el término para la inscripción, las encuestas deberán incluir a todos los candidatos inscritos para la respectiva contienda electoral.</p>	<p>ARTÍCULO 5. Encuestas de conocimiento, favorabilidad política, opinión o intención del voto.</p> <p>Cuando se indague por el conocimiento, favorabilidad, opinión o intención de voto sobre políticos o personajes públicos susceptibles de ser elegidos a un cargo uninominal de elección popular, se procurará indagar por la mayor diversidad de candidatos posible se deberá incluir a candidatos <u>que posean relevancia o notoriedad pública significativa, hayan participado en elecciones similares previas o tengan favorabilidad o reconocimiento manifiesto.</u> La exclusión de candidatos deliberada que posean relevancia o notoriedad se considerará una manipulación al elector. En ningún caso podrán omitirse candidatos con un fenómeno de ocurrencia mayor del quince por ciento (15%).</p> <p>Una vez haya finalizado el término para la inscripción, las encuestas deberán incluir a todos los candidatos</p>	<p>Notoriedad: El texto original se enfocaba en buscar una <i>diversidad</i> amplia entre los candidatos, mientras que en el texto para ponencia en primer debate, se centra en la <i>notoriedad o relevancia</i> de los candidatos. Los cuales deben ser considerados criterios objetivos para que los encuestadores tomen la decisión sobre las candidaturas que serán parte de la encuesta.</p> <p>Exclusión de candidaturas: se suprime la palabra deliberada, para simplificar la redacción.</p> <p>Criterio numérico (15%): El criterio del fenómeno de ocurrencia fue eliminado en la redacción de la ponencia, ya que este solo puede determinarse tras la publicación de los resultados de la encuesta. En la práctica, las empresas encuestadoras suelen incluir candidaturas que alcanzan entre el 3% y el 4% de apoyo, lo que hace improbable que se omitan candidaturas que superen el umbral del 15% en sus muestras.</p> <p>Palabras suprimidas:</p>
---	---	---

	<p>inscritos para la respectiva contienda electoral.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>"se procurará indagar por la mayor diversidad de candidatos posible."</i> 2. <i>"conocimiento, favorabilidad política, opinión o intención de voto sobre políticos o personajes públicos susceptibles de ser elegidos."</i> <p>Palabras agregadas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>"relevancia o notoriedad pública significativa."</i> 2. <i>"hayan participado en elecciones similares previas."</i> 3. <i>"tengan favorabilidad o reconocimiento manifiesto."</i>
--	--	--

<p>ARTÍCULO 6. Requisitos formales para la publicación de encuestas.</p> <p>Toda encuesta de opinión de carácter electoral al ser publicada o difundida, tendrá que serlo en su totalidad y deberá indicar de manera clara y visible la siguiente información, a manera de ficha técnica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La persona natural o jurídica que la realizó y la encomendó. 2. La fuente de su financiación. 3. El tipo y tamaño de la muestra. 4. El tema o temas concretos a los que se refiere. 5. El texto literal de la pregunta o preguntas formuladas, y el orden en el que se realizaron. 6. Los candidatos por quienes se indagó. 7. El área y la fecha o período de tiempo en que se realizó. 	<p>ARTÍCULO 6. Requisitos formales para la publicación de encuestas.</p> <p>Toda encuesta de opinión de carácter electoral al ser publicada o difundida, tendrá que serlo en su totalidad y deberá indicar de manera clara y visible la siguiente información, a manera de ficha técnica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La persona natural o jurídica que la realizó y la encomendó. 2. La fuente de su financiación. 3. El tipo y tamaño de la muestra. 4. El tema o temas concretos a los que se refiere. 5. El texto literal de la pregunta o preguntas formuladas, y el orden en el que se realizaron. 6. Los candidatos, personas o instituciones por quienes se indagó. 7. El espacio geográfico El área y la fecha o período de tiempo en que se realizó. 8. El margen de error calculado. 	<p>Unificación artículo 6 y 7:</p> <p>El Artículo 6, que establece los requisitos formales para la publicación de encuestas, se unifica con el Artículo 7, referente a la presentación del informe técnico, dado que ambos artículos solicitan información similar. Esta integración busca evitar la duplicidad de requisitos y no sobrecargar la capacidad administrativa del Consejo Nacional Electoral, eliminando obligaciones adicionales que puedan dificultar su gestión operativa.</p> <p>Unificación de los numerales 6 y 14:</p> <p>Se unifican los numerales 6 y 14 en un único numeral, dado que ambos corresponden a condiciones similares relacionadas con la información de las encuestas.</p> <p>Sustitución del término "área": El término "área" es reemplazado por "espacio geográfico en donde se realizó", con el objetivo de ofrecer una descripción más precisa de la ubicación.</p>
--	---	--

<p>8. El margen de error calculado.</p> <p>9. Tipo de estudio con arreglo a las categorías descritas en la presente Ley.</p> <p>10. El propósito del estudio.</p> <p>11. Universo representado.</p> <p>12. Técnica utilizada para la selección de la muestra.</p> <p>13. Método de recolección de datos (persona a persona, telefónica, por correo u otros).</p> <p>14. Personas o instituciones por quienes se indagó.</p> <p>15. Nivel de confiabilidad.</p> <p>16. Declaración en la que se informe si hubo algún tipo de contraprestación por responder la encuesta. En caso de que se hubiere otorgado contraprestación, se deberá declarar la naturaleza y el valor</p>	<p>9. Tipo de estudio con arreglo a las categorías descritas en la presente Ley.</p> <p>10. El propósito del estudio.</p> <p>11. Universo representado.</p> <p>12. Técnica utilizada para la selección de la muestra.</p> <p>13. Método de recolección de datos (persona a persona, telefónica, por correo u otros).</p> <p>14. 15.Nivel de confiabilidad.</p> <p>15. 16. Declaración en la que se informe si hubo algún tipo de contraprestación por responder la encuesta. En caso de que se hubiere otorgado contraprestación, se deberá declarar la naturaleza y el valor de dicha contraprestación.</p> <p>16. 17.En toda publicación deberá incluirse, de manera resaltada y claramente visible, que todas las encuestas se ven afectadas por márgenes de error.</p>	<p>Ajuste en el margen de error: El requisito relativo al margen de error es modificado, eliminando la palabra "no calculado", ya que tanto el margen calculado como el no calculado forman parte integral de la metodología.</p> <p>Adiciones a los Parágrafos</p> <p>Protección de datos sensibles en el Parágrafo 2: Se incluye un apartado en el Parágrafo 2 que especifica el manejo adecuado de los datos sensibles, cumpliendo con los lineamientos establecidos por la Ley de Habeas Data para garantizar la protección de la información personal.</p> <p>Nuevo Parágrafo 5: Con el fin de garantizar la transparencia en las encuestas, se agrega un Parágrafo 5 que establece que, en todas las publicaciones de encuestas, deberá incluirse de manera “resaltada” y “claramente visible” la advertencia de que todas las encuestas están sujetas a márgenes de error.</p> <p>Nuevo</p>
---	---	---

<p>de dicha contraprestación.</p> <p>17. En toda publicación deberá incluirse, de manera resaltada y claramente visible, que todas las encuestas se ven afectadas por márgenes de error.</p> <p>18. El número efectivo de respuestas a cada una de las preguntas en forma individual.</p> <p>Parágrafo 1. Con veinticuatro (24) de horas de anticipación a la publicación de la encuesta, la firma encuestadora deberá presentar ante el Consejo Nacional Electoral la ficha técnica en los términos señalados en la presente ley, tal y como será entregada a la persona natural o jurídica que encomendó el estudio y tal como ha de ser publicada en los medios de comunicación.</p> <p>Parágrafo 2. Cualquier persona natural o jurídica podrá solicitar los soportes de la información técnica de la encuesta y ésta deberá estar disponible al momento de la publicación</p>	<p>17. 18. El número efectivo de respuestas a cada una de las preguntas en forma individual.</p> <p>18. <u>El costo total de la encuesta.</u></p> <p>Parágrafo 1. Con veinticuatro (24) de horas de anticipación a la publicación de la encuesta, la firma encuestadora deberá presentar ante el Consejo Nacional Electoral la ficha técnica en los términos señalados en la presente ley, tal y como será entregada a la persona natural o jurídica que encomendó el estudio y tal como ha de ser publicada en los medios de comunicación.</p> <p>Parágrafo 2. Cualquier persona natural o jurídica podrá solicitar los soportes de la información técnica de la encuesta y ésta deberá estar disponible al momento de la publicación de la misma en la página web del Consejo Nacional Electoral. Dicha información podrá ser entregada al público desde el momento de la publicación. Respecto de la encuesta que ha de ser publicada, esta deberá depositarse ante la Comisión Técnica y de</p>	<p>Se agrega numeral relativo al costo total de la encuesta y se adiciona Parágrafo 6 relativo a la Publicación de los costos totales de la encuesta. Se adiciona un Parágrafo 6 que establece que, para publicar el costo total de la encuesta, será obligatorio contar previamente con el consentimiento del representante legal de la empresa encuestadora. Esta medida busca garantizar la proporcionalidad y el manejo adecuado de la información financiera.</p>
--	---	---

<p>de la misma en la página web del Consejo Nacional Electoral. Dicha información podrá ser entregada al público desde el momento de la publicación. Respecto de la encuesta que ha de ser publicada, esta deberá depositarse ante la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas en el momento mismo de la publicación.</p> <p>Parágrafo 3. Las encuestas o estudios de opinión que no cumplan con los requisitos establecidos en este artículo no podrán ser publicadas ni difundidas por los medios de comunicación en sus propios medios o en sus redes sociales.</p> <p>Parágrafo 4. En su revisión posterior, el Consejo Nacional Electoral ejercerá especial vigilancia sobre las entidades o personas que realicen encuestas de carácter político o electoral, para que las preguntas al público no sean formuladas de tal forma que induzcan una respuesta determinada.</p>	<p>Vigilancia de Encuestas en el momento mismo de la publicación. <u>En cualquier circunstancia, la información suministrada deberá cumplir con las disposiciones relativas a la protección de datos sensibles y respetar los parámetros del Habeas Data.</u></p> <p>Parágrafo 3. Las encuestas o estudios de opinión que no cumplan con los requisitos establecidos en este artículo no podrán ser publicadas ni difundidas por los medios de comunicación en sus propios medios o en sus redes sociales.</p> <p>Parágrafo 4. En su revisión posterior, el Consejo Nacional Electoral ejercerá especial vigilancia sobre las entidades o personas que realicen encuestas de carácter político o electoral, para que las preguntas al público no sean formuladas de tal forma que induzcan una respuesta determinada.</p> <p><u>Parágrafo 6. El costo total de la encuesta podrá ser publicado por el Consejo Nacional Electoral con el consentimiento expreso y</u></p>	
--	--	--

	<p>por <u>escrito</u> del representante legal de la firma <u>encuestadora</u> depositante.</p>	
--	---	--

<p>ARTÍCULO 7. Informe técnico.</p> <p>Con anterioridad a la publicación de la encuesta, las firmas encuestadoras deberán depositar ante el Consejo Nacional Electoral un informe técnico en el que se consigne la siguiente información:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Copia del acto jurídico mediante el cual se encargó la encuesta. 2. Costo total de la encuesta. 3. Diseño muestral que evidencie la representatividad del estudio, el método de selección de la muestra y la trazabilidad de los datos. <p>Parágrafo.</p> <p>El costo total de la encuesta solo podrá ser publicado por el Consejo Nacional Electoral con el consentimiento expreso y por escrito del representante legal de la firma encuestadora depositante.</p>	<p>ARTÍCULO 7. Informe técnico.</p> <p>Con anterioridad a la publicación de la encuesta, las firmas encuestadoras deberán depositar ante el Consejo Nacional Electoral un informe técnico en el que se consigne la siguiente información:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Copia del acto jurídico mediante el cual se encargó la encuesta. 2. Costo total de la encuesta. 3. Diseño muestral que evidencie la representatividad del estudio, el método de selección de la muestra y la trazabilidad de los datos. <p>Parágrafo.</p> <p>El costo total de la encuesta solo podrá ser publicado por el Consejo Nacional Electoral con el consentimiento expreso y por escrito del representante legal de la firma encuestadora depositante.</p>	<p>Unificación artículo 6 y 7:</p> <p>El Artículo 6, que establece los requisitos formales para la publicación de encuestas, se unifica con el Artículo 7, referente a la presentación del informe técnico, dado que ambos artículos solicitan información similar. Esta integración busca evitar la duplicidad de requisitos y no sobrecargar la capacidad administrativa del Consejo Nacional Electoral, eliminando obligaciones adicionales que puedan dificultar su gestión operativa.</p>
--	---	---

<p>ARTÍCULO 8. Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Preferencias Políticas y Electorales.</p> <p>La Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Preferencias Políticas y Electorales es un órgano técnico adscrito al Consejo Nacional Electoral, al que le corresponde verificar el cumplimiento de lo dispuesto en la presente ley.</p> <p>Serán funciones de la Comisión:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir, estudiar y evaluar el cumplimiento de las disposiciones que regulan la elaboración y publicación de encuestas. 2. Reunirse periódicamente para revisar las encuestas que se presenten para su escrutinio. <p>Parágrafo. El Consejo Nacional Electoral establecerá la reglamentación necesaria para el buen funcionamiento de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre preferencias políticas</p>	<p>ARTÍCULO 8 7. Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Preferencias Políticas y Electorales. La Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Preferencias Políticas y Electorales es un órgano técnico adscrito al Consejo Nacional Electoral, al que le corresponde verificar el cumplimiento de lo dispuesto en la presente ley.</p> <p>Serán funciones de la Comisión:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir, estudiar y evaluar el cumplimiento de las disposiciones que regulan la elaboración y publicación de encuestas. 2. Reunirse periódicamente para revisar las encuestas que se presenten para su escrutinio. <p><u>3. Asesorar al Consejo Nacional Electoral en la regulación, vigilancia y seguimiento de los estudios de opinión, encuestas y sondeos que se hagan en el marco de un proceso electoral.</u></p> <p>Parágrafo 1. El Consejo Nacional Electoral establecerá la</p>	<p>Se ajusta la numeración del artículo y se incorpora una nueva función a la Comisión Técnica: asesorar al Consejo Nacional Electoral en la formulación de regulaciones, así como en la vigilancia y el seguimiento de los estudios de opinión, encuestas y sondeos realizados en el contexto de los procesos electorales. Esta adición refuerza el rol de la Comisión como órgano técnico especializado en garantizar la transparencia y el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de encuestas electorales.</p> <p>Dado que los miembros de la comisión realizan labores de supervisión y vigilancia que demandan alta especialización y responsabilidad, este parágrafo adicional que establece un marco normativo para valorar adecuadamente su trabajo</p>
--	--	--

<p>y electorales en un plazo no superior a tres (3) meses contados desde la entrada en vigencia de la presente Ley.</p>	<p>reglamentación necesaria para el buen funcionamiento administrativo y financiero de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre preferencias políticas y electorales en un plazo no superior a tres (3) meses contados desde la entrada en vigencia de la presente Ley</p> <p><u>Parágrafo 2. Los honorarios de los miembros de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas serán fijados por el Consejo Nacional Electoral.</u></p>	
---	--	--

<p>ARTÍCULO 9. Conformación de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Preferencias Políticas y Electorales.</p> <p>La Comisión estará integrada por siete (7) miembros con título profesional reconocido en Colombia, que hayan realizado estudios de pregrado, especialización, maestría y/o doctorado en áreas de las ciencias sociales o humanas y que cuenten con experiencia demostrable en investigación cuantitativa en los últimos dos años.</p> <p>Los miembros serán elegidos de la siguiente manera:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Un (1) miembro nombrado por el Consejo Nacional Electoral. 2. Cuatro (4) miembros con experiencia en la aplicación de encuestas, nombrados por los decanos o directores de departamento de universidades acreditadas en alta 	<p>ARTÍCULO 9 8. Conformación de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Preferencias Políticas y Electorales.</p> <p>La Comisión estará integrada por <u>cinco (5)</u> miembros con título profesional reconocido en Colombia, que hayan realizado estudios de pregrado, especialización, maestría y/o doctorado <u>en estadística</u> en áreas de las ciencias sociales o humanas o que cuenten con experiencia demostrable en investigación cuantitativa en los últimos dos años.</p> <p>Los miembros serán elegidos de la siguiente manera:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Un (1) miembro nombrado por el Consejo Nacional Electoral. 2. Cuatro (4) miembros con experiencia en la aplicación de encuestas, nombrados por los decanos o directores de departamento de universidades 	<p>Ajustes en la Numeración del artículo: Se modifica la numeración del artículo para mantener la coherencia con el resto del texto normativo.</p> <p>Se modifican las calidades de los miembros: específicamente del inciso 1 y 2 para que tengan coherencia a lo largo del texto.</p> <p>Adición del Parágrafo 2: Designación de Representantes Académicos: Se incorpora un nuevo Parágrafo 2, que establece que la designación de los representantes de las universidades o instituciones académicas deberá realizarse conforme a criterios democráticos y de mérito, respetando la autonomía de cada institución educativa del artículo 69 Superior. Este cambio busca fortalecer la transparencia y la legitimidad en el proceso de selección de los miembros.</p> <p>Se mejora la redacción del parágrafo 1 para que sea más clara.</p>
---	---	--

<p>calidad por el Ministerio de Educación con programas de pregrado, especialización, maestría y/o doctorados en Estadística, y cuyas plantas docentes cuenten con el mayor número de doctores en el área de estadística.</p> <p>3. Un (1) miembro designado por el Consejo de Estado.</p> <p>4. Un (1) miembro designado por el Procurador General de la Nación.</p> <p>Parágrafo. No podrán pertenecer a la Comisión las personas que hayan tenido vínculos laborales o contractuales con personas naturales o jurídicas que realicen encuestas o investigación cuantitativa o cualitativa en política, con medios de comunicación, partidos políticos, movimientos y/o grupos significativos de ciudadanos que hayan participado o estén participando en investigaciones relacionadas directa o indirectamente con el debate electoral durante</p>	<p>acreditadas en alta calidad por el Ministerio de Educación con programas de pregrado, especialización, maestría y/o doctorados en Estadística en áreas de las ciencias sociales o que cuenten <u>o que cuentan con experiencia demostrable en investigación cuantitativa en los últimos dos años.</u></p> <p>3. Un (1) miembro designado por el Consejo de Estado.</p> <p>4. Un (1) miembro designado por el Procurador General de la Nación.</p> <p><u>Parágrafo 1. No podrán ser miembros de la Comisión quienes hayan tenido vínculos laborales o contractuales, en el último año antes de las elecciones, con personas o entidades dedicadas a realizar encuestas o investigaciones</u></p>	<p>Se adiciona parágrafo nuevo para que el CNE reglamente lo relativo al salario de los miembros del comité.</p>
---	--	--

<p>el año anterior a la fecha de las elecciones. Asimismo, tampoco podrán ser miembros de la Comisión las personas cuyo cónyuge o compañero o compañera permanente, cualquier pariente suyo dentro del cuarto grado de consanguinidad o civil, o segundo de afinidad hayan tenido vínculos laborales o contractuales con las organizaciones o individuos a los que se refiere este parágrafo o que se inscriban como candidatos en las elecciones que se estén desarrollando.</p>	<p><u>políticas cuantitativas o cualitativas, con medios de comunicación, partidos políticos, movimientos, o grupos significativos de ciudadanos involucrados en el debate electoral. Tampoco podrán integrar la Comisión quienes tengan cónyuge, compañero(a) permanente o parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil con vínculos laborales o contractuales con dichas personas o entidades, y que además estén inscritos como candidatos en las elecciones en curso.</u></p> <p><u>Parágrafo 2.</u> <u>La designación de los miembros representantes de las universidades o instituciones académicas se llevará a cabo siguiendo criterios como la experiencia en acreditación institucional, el número de doctores en el campo y el mérito, garantizando el pleno respeto a la autonomía universitaria de cada institución educativa.</u></p>	
---	---	--

<p>ARTÍCULO 10. De los encuestadores.</p> <p>Solamente podrán realizar encuestas de carácter electoral con ánimo de publicación, las firmas encuestadoras registradas ante el Consejo Nacional Electoral. Toda persona natural o jurídica que realice encuestas o sondeos de carácter electoral con el fin de ser publicados sin encontrarse registrado, será sancionada con las multas previstas en la Ley 1475 de 2011 y en la presente Ley, o normas que las modifiquen, complementen o adicionen.</p> <p>También serán objeto de sanción las personas naturales o jurídicas que realicen o difundan encuestas o sondeos de carácter electoral falsas, que publiquen o difundan encuestas que incumplan las disposiciones establecidas en la presente ley o que utilicen emblemas de empresas encuestadoras registradas ante el Consejo Nacional Electoral, sin tener autorización de la firma encuestadora para utilizarlo.</p>	<p>ARTÍCULO 109. De los encuestadores.</p> <p>Solamente podrán realizar encuestas de carácter electoral con ánimo de publicación, las firmas encuestadoras registradas ante el Consejo Nacional Electoral. Toda persona natural o jurídica que realice encuestas o sondeos de carácter electoral con el fin de ser publicados sin encontrarse registrado, será sancionada con las multas previstas en la Ley 1475 de 2011 y en la presente Ley, o normas que las modifiquen, complementen o adicionen.</p> <p>También serán objeto de sanción las personas naturales o jurídicas que realicen o difundan, encuestas o sondeos de carácter electoral falsos; publiquen o difundan encuestas que incumplan las disposiciones establecidas en la presente ley; o utilicen emblemas de empresas encuestadoras registradas ante el Consejo Nacional Electoral sin la debida autorización de la firma encuestadora.</p>	<p>Sin ajustes, se mantiene el texto original, se ajusta la numeración.</p>
--	--	---

--	--	--

<p>ARTÍCULO 11. Del registro.</p> <p>Las entidades o personas que deseen realizar encuestas sobre preferencias electorales deberán registrarse ante el Consejo Nacional Electoral, entidad que será la encargada de su dirección y coordinación a través del Registro Nacional de Firmas Encuestadoras.</p> <p>Las entidades que se ocupen de realizar encuestas sobre preferencias políticas y electorales deberán solicitar su inclusión en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras, como requisito previo para que sus encuestas puedan ser publicadas en los medios de comunicación.</p> <p>Para la inscripción en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras, se deberá presentar la siguiente información:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Acreditación de experiencia en materia de realización de encuestas. Para ello, se aportarán los contratos cuyo objeto sea la 	<p>ARTÍCULO 1110. Del registro.</p> <p>Las entidades o personas que se ocupen de realizar encuestas sobre preferencias electorales deberán registrarse ante el Consejo Nacional Electoral, entidad que tendrá a su cargo la dirección y coordinación del Registro Nacional de Firmas Encuestadoras.</p> <p>Las entidades que se ocupen de realizar encuestas de opinión sobre preferencias políticas y electorales deberán solicitar su inclusión en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras, como requisito previo para que sus encuestas puedan ser publicadas en los medios de comunicación.</p> <p>Para la inscripción en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras, se deberá aportar la siguiente información:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Acreditación de experiencia en materia de realización de encuestas. Para ello, se aportarán los contratos cuyo objeto sea la 	<p>Supresión del requisito del Registro Único de Proponentes (RUP)</p> <p>Se elimina el requisito de presentar el Registro Único de Proponentes (RUP), ya que este puede limitar la participación de firmas encuestadoras, reduciendo la lista de elegibles y fomentando la concentración del mercado, lo que podría derivar en eventuales monopolios.</p> <p>Especificación del término para subsanar errores en la solicitud</p> <p>Se añade una precisión en cuanto al plazo que tienen los interesados para corregir errores en la solicitud de inscripción. Los solicitantes contarán con un mes para subsanar las inconsistencias de conformidad con el artículo 17 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, modificado por el artículo 1° de la Ley 1755 de 2015. Este ajuste busca delimitar claramente el tiempo de respuesta y facilitar el proceso administrativo.</p>
--	--	---

<p>realización de estudios de mercado y encuestas de opinión pública que hayan sido legalmente ejecutados con personas naturales o jurídicas en los 5 años anteriores a la presentación de la solicitud de inscripción en el registro. En caso de que las partes hayan convenido cláusulas o acuerdos de confidencialidad, el CNE garantizará la reserva de la información sobre el objeto del contrato.</p> <p>2. Constitución como sociedad cuyo objeto principal sea la realización de estudios de mercado y realización de encuestas, al menos tres (3) años antes de la fecha de la solicitud de registro. Para tal efecto, se allegará el correspondiente certificado de existencia y representación legal, expedido por la autoridad</p>	<p>realización de estudios de mercado y encuestas de opinión pública que hayan sido legalmente ejecutados con personas naturales o jurídicas en los 5 años anteriores a la presentación de la solicitud de inscripción en el registro. En caso de que las partes hayan convenido cláusulas o acuerdos de confidencialidad, el Consejo Nacional Electoral (CNE) garantizará la reserva de la información sobre el objeto del contrato.</p> <p>2. Constitución como sociedad cuyo objeto principal sea la realización de estudios de mercado y encuestas: Al menos tres (3) años antes de la fecha de la solicitud de</p>	<p>Ampliación del plazo para la inscripción en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras</p> <p>Se extiende el plazo de 6 meses a 1 año desde la entrada en vigencia de la Ley, con el propósito de proporcionar un periodo de transición más adecuado para que las firmas encuestadoras puedan cumplir con los requisitos necesarios y formalizar su inscripción en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras. Este cambio busca garantizar un tiempo razonable y proporcional que facilite la adaptación de las entidades al nuevo marco normativo.</p>
---	---	--

<p>competente, con una antelación no mayor de tres meses a la fecha en que se solicite la inscripción.</p> <p>3. Certificado del Registro Único de Proponentes (RUP), en caso de tenerlo, como criterio para la verificación de la facturación y trayectoria de la firma encuestadora.</p> <p>Parágrafo 1. En caso de las encuestas sobre preferencias políticas y electorales que sean realizadas por una universidad o institución académica, deberán acreditar a través del rector, decano o director del programa respectivo el aval de la institución. Este aval certificará que las encuestas tienen carácter académico y cumplen con los criterios éticos del sector educativo, así como con las condiciones establecidas para la protección de datos y el marco legal vigente.</p> <p>Parágrafo 2. Las solicitudes de inscripción que no cumplan con los requisitos serán tramitadas conforme al</p>	<p>registro. Para tal efecto, se allegará el correspondiente certificado de existencia y representación legal, expedido por la autoridad competente, con una antelación no mayor de tres meses a la fecha en que se solicite la inscripción.</p> <p>3. Certificado del Registro Único de Proponentes (RUP); — en caso de tenerlo, — como criterio para la verificación de la facturación — y trayectoria de la firma encuestadora.</p> <p>Parágrafo 1. Cuando se trate de mediciones sobre preferencias electorales a nivel nacional, las firmas encuestadoras adicionalmente deberán acreditar el cumplimiento del estándar de calidad más exigente para el sector de la investigación de mercado, investigación social y de la opinión, reconocido por el Subsistema Nacional de</p>	
--	--	--

<p>procedimiento administrativo establecido en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo. Las faltas podrán dar lugar a la imposición de sanciones previstas en la Ley 1475 de 2011.</p> <p>Parágrafo 3. La inscripción en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras se renovará cada tres (3) años. La no solicitud de renovación por parte de los inscritos se interpretará como una exclusión automática. En caso de que, a la fecha de vencimiento, no se haya tramitado una nueva solicitud de inscripción, el Consejo Nacional Electoral podrá iniciar un procedimiento administrativo sancionatorio.</p> <p>Parágrafo 4. El Consejo Nacional Electoral deberá expedir, dentro de los seis (6) meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente Ley, el reglamento técnico y operativo que regulará los criterios y procedimientos para la inscripción y</p>	<p>Calidad o la entidad que lo sustituya o haga sus veces.</p> <p>Parágrafo 2. Las solicitudes de inscripción que no cumplan con los requisitos y con las formalidades establecidas en la presente ley serán inadmitidas. <u>El solicitante tendrá un plazo de un (1) mes para subsanarlos, de lo contrario se procederá conforme al artículo 17 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, modificado por el artículo 1° de la Ley 1755 de 2015.</u></p> <p>Parágrafo 3. La inscripción en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras se renovará cada tres (3) años. La no solicitud de renovación por parte de los interesados conlleva su expiración automática. En caso que, a la fecha de vencimiento del término inicial para el cual se realizó la inscripción, el Consejo Nacional Electoral no se haya pronunciado sobre la solicitud de renovación, esta se entenderá prorrogada hasta que haya un pronunciamiento definitivo sobre la misma.</p>	
--	---	--

<p>verificación de las firmas encuestadoras.</p> <p>Parágrafo Transitorio.</p> <p>Las personas naturales que puedan acreditar que se encuentran desarrollando encuestas sobre preferencias políticas y electorales al momento de entrada en vigencia de la presente Ley, podrán inscribirse en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras dentro de los seis (6) meses siguientes sin necesidad de cumplir los requisitos señalados en el presente artículo. Una vez cumplido este plazo, deberán cumplir plenamente con las disposiciones normativas aquí establecidas.</p>	<p>Parágrafo 4. Cualquier cambio que se produzca en la representación legal, en la naturaleza de la sociedad y en la dirección del domicilio de las personas inscritas en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras del Consejo Nacional Electoral, debe ser notificado por el representante legal, o quien haga sus veces, aportando los certificados correspondientes.</p> <p>Parágrafo Transitorio. Las personas naturales que puedan acreditar que su actividad principal ha sido la realización de estudios de mercado y encuestas de carácter político y electoral, tendrán un plazo de seis (6) meses <u>un año (1) año</u> contado a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley para constituirse como personas jurídicas y solicitar su inscripción en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras.</p> <p><u>Podrán acreditar el cumplimiento de lo previsto en la presente Ley con los soportes que den cuenta de la realización como personas naturales de estudios de mercado y encuestas de carácter</u></p>	
--	--	--

	<p><u>político y electoral como actividad principal, por lo menos en los dos (2) años anteriores a la entrada en vigencia de la presente Ley.</u></p>	
<p>ARTÍCULO 12. Veda de encuestas. No se podrán realizar, publicar o difundir encuestas, sondeos o proyecciones electorales dentro de los ocho (8) días anteriores a las elecciones.</p>	<p>ARTÍCULO 1211. Veda de encuestas. No se podrán realizar, publicar o difundir encuestas, sondeos o proyecciones electorales dentro de los ocho (8) días anteriores a las elecciones.</p>	<p>El texto se conserva sin modificaciones, se ajusta la numeración.</p>

<p>ARTÍCULO 13. Auditoría y trazabilidad de los datos.</p> <p>Las firmas encuestadoras deberán guardar bajo custodia la información de toda encuesta publicada por un lapso no inferior a dos (2) años y esta deberá estar disponible para el desarrollo de cualquier tipo de auditoría. El representante legal o quien haga sus veces, será responsable bajo gravedad de juramento sobre la veracidad de los datos bajo custodia de la firma encuestadora.</p> <p>El Consejo Nacional Electoral deberá realizar la auditoría de cualquier estudio publicado o divulgado por cualquier firma encuestadora, o contratar para ello a una firma auditora que garantice la imparcialidad del proceso. Las organizaciones políticas también podrán realizar auditorías frente a estos estudios, posterior a su publicación y divulgación.</p>	<p>ARTÍCULO 1312. Auditoría y trazabilidad de los datos.</p> <p>Las firmas encuestadoras deberán guardar bajo custodia la información de toda encuesta publicada por un lapso no inferior a dos (2) años y esta deberá estar disponible para el desarrollo de cualquier tipo de auditoría. El representante legal o quien haga sus veces, será responsable bajo gravedad de juramento sobre la veracidad de los datos bajo custodia de la firma encuestadora.</p> <p>El Consejo Nacional Electoral deberá realizar la auditoría de cualquier estudio publicado o divulgado por cualquier firma encuestadora, o contratar para ello a una firma auditora que garantice la imparcialidad del proceso. Las organizaciones políticas también podrán realizar auditorías frente a estos estudios, posterior a su publicación y divulgación.</p>	<p>El texto se conserva sin modificaciones, se ajusta la numeración.</p>
---	--	--

ARTÍCULO 14.

Las firmas encuestadoras registradas ante el Consejo Nacional Electoral y sus representantes legales, o miembros de junta directiva no podrán realizar aportes a las campañas políticas.

Igualmente se prohíbe toda publicación o divulgación en medios de comunicación de pronósticos, proyecciones o encuestas que no cumplan con las disposiciones establecidas en la presente Ley y/o que sean realizadas por firmas encuestadoras que no estén registradas en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras. También queda prohibida la divulgación de sondeos, a cualquier título, sobre preferencias políticas o electorales.

ARTÍCULO 413.

Las firmas encuestadoras registradas ante el Consejo Nacional Electoral y sus representantes legales, o miembros de junta directiva no podrán realizar aportes a las campañas políticas.

Igualmente se sancionará según lo establecido por el Consejo Nacional Electoral toda publicación o divulgación en medios de comunicación de pronósticos, proyecciones o encuestas que no cumplan con las disposiciones establecidas en la presente Ley y/o que sean realizadas por firmas encuestadoras que no estén registradas en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras.

Modificación del enfoque de la prohibición a la sanción:

El artículo original se centraba exclusivamente en la prohibición de publicar o divulgar encuestas irregulares, utilizando un tono más restrictivo y directo, expresado a través del término "*queda prohibida*". Este enfoque preventivo no especificaba las consecuencias legales para quienes incumplieran la norma.

En contraste, la redacción propuesta cambia el énfasis hacia la imposición de sanciones, indicando explícitamente que será el Consejo Nacional Electoral (CNE) el encargado de aplicar dichas medidas. Esto refuerza la activación de la facultad administrativa sancionadora del CNE, brindando claridad sobre las acciones correctivas que se tomarán en caso de incumplimiento y fortaleciendo el papel del CNE como garante de la legalidad en los procesos electorales.

		<p>Justificación del cambio hacia la facultad sancionadora</p> <p>La nueva redacción no solo prohíbe, sino que también delimita claramente el ámbito de acción del CNE en la vigilancia y sanción de las encuestas irregulares. Este ajuste asegura que la normativa no quede en el ámbito declarativo, sino que habilite un procedimiento concreto para penalizar conductas que infrinjan las disposiciones legales, alineando el artículo con los principios de eficacia administrativa del 209 Superior y seguridad jurídica.</p>
--	--	---

<p>ARTÍCULO 15. Competencia en materia de encuestas y sondeos de contenido electoral. El Consejo Nacional Electoral, en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, está facultado para reglamentar los asuntos relacionados con la realización, publicación y difusión de encuestas y los sondeos de carácter electorales</p> <p>Igualmente, el Consejo Nacional Electoral ejercerá especial vigilancia y control sobre toda firma encuestadora que haga parte del Registro Nacional de Firmas Encuestadoras, los medios de comunicación tradicionales y digitales y toda persona natural o jurídica que publique o divulgue la encuesta, de tal manera que se garanticen las disposiciones establecidas en la presente Ley para toda encuesta de carácter político o electoral que se publique y divulgue en el territorio nacional.</p>	<p>ARTÍCULO 1514. Competencia en materia de encuestas y sondeos de contenido electoral. El Consejo Nacional Electoral, en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, está facultado para reglamentar los asuntos relacionados con la realización, publicación y difusión de encuestas y los sondeos de carácter electorales</p> <p>Igualmente, el Consejo Nacional Electoral ejercerá especial vigilancia y control sobre toda firma encuestadora que haga parte del Registro Nacional de Firmas Encuestadoras, los medios de comunicación tradicionales y digitales y toda persona natural o jurídica que publique o divulgue la encuesta, de tal manera que se garanticen las disposiciones establecidas en la presente Ley para toda encuesta de carácter político o electoral que se publique y divulgue en el territorio nacional.</p>	<p>El texto se conserva sin modificaciones, se ajusta la numeración.</p>
---	--	--

<p>ARTÍCULO 16. Procedimiento administrativo sancionatorio.</p> <p>Con base en el concepto que emita la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Preferencias Políticas y Electorales, se iniciarán las investigaciones administrativas a que haya lugar, bien sea de oficio o a solicitud de parte. Si el Consejo Nacional Electoral considera que existe mérito para iniciar el procedimiento sancionatorio, lo llevará a cabo con arreglo a las disposiciones del Capítulo III del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo. Lo anterior sin perjuicio de las conductas penales en las que sus representantes legales o empleados puedan llegar a incurrir.</p> <p>Parágrafo 1. Cualquier falsedad material o ideológica, así como cualquier alteración, supresión, ocultamiento o falsificación de cualquiera de los soportes técnicos, cuestionarios, entrevistas y</p>	<p>ARTÍCULO 1615. Procedimiento administrativo sancionatorio.</p> <p>Con base en el concepto que emita la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Preferencias Políticas y Electorales, iniciará las investigaciones administrativas a que haya lugar, bien sea de oficio o a solicitud de parte. Si el Consejo Nacional Electoral considera que existe mérito para iniciar el procedimiento sancionatorio, lo llevará a cabo con arreglo a las disposiciones del Capítulo III del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo. Lo anterior sin perjuicio de las conductas penales en las que sus representantes legales o empleados puedan llegar a incurrir.</p> <p>Parágrafo 1. Cualquier falsedad material o ideológica, así como cualquier alteración, supresión, ocultamiento o falsificación de cualquiera de los soportes técnicos, cuestionarios, entrevistas y demás documentos técnicos utilizados en la realización</p>	<p>El texto se conserva sin modificaciones, se ajusta la numeración.</p>
---	---	--

<p>demás documentos técnicos utilizados en la realización y/o publicación de las encuestas, podrá dar lugar a las penas previstas en los artículos 287, 289, 293 y 388 de la Ley 599 del 2000.</p> <p>Parágrafo 2. Se considerarán faltas graves que las preguntas al público sean formuladas de manera que induzcan una respuesta determinada o que el diseño del cuestionario no respete la realidad que se pretende recoger en los términos de esta norma.</p>	<p>y/o publicación de las encuestas, podrá dar lugar a las penas previstas en los artículos 287, 289, 293 y 388 de la Ley 599 del 2000.</p> <p>Parágrafo 2. Se considerarán faltas graves que las preguntas al público sean formuladas de manera que induzcan una respuesta determinada o que el diseño del cuestionario no respete la realidad que se pretende recoger en los términos de esta norma.</p>	
---	--	--

<p>ARTÍCULO 17. Sanciones en materia de encuestas. La infracción de las disposiciones de este capítulo será sancionada por el Consejo Nacional Electoral con multa entre ciento cincuenta (150) y doscientos cincuenta (250) salarios mínimos legales mensuales vigentes, y la suspensión o exclusión definitiva del Registro Nacional de Firmas Encuestadoras. Estas sanciones se podrán imponer según la gravedad de la falta y el concepto de la Comisión Técnica y de Vigilancia sobre Preferencias Políticas y Electorales, a la firma encuestadora, y/o al medio de comunicación o difusión, y/o a quienes encomendaron o financiaron la realización de la encuesta, de conformidad con el procedimiento administrativo sancionatorio previsto en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.</p>	<p>ARTÍCULO 1716. Sanciones en materia de encuestas. La infracción de las disposiciones de este capítulo será sancionada por el Consejo Nacional Electoral con multa entre ciento cincuenta (150) y doscientos cincuenta (250) quince (15) y ciento cincuenta (150) salarios mínimos legales mensuales vigentes, y la suspensión o exclusión definitiva del Registro Nacional de Firmas Encuestadoras. Estas sanciones se podrán imponer según la gravedad de la falta y el concepto de la Comisión Técnica y de Vigilancia sobre Preferencias Políticas y Electorales, a la firma encuestadora, y/o al medio de comunicación o difusión, y/o a quienes encomendaron o financiaron la realización de la encuesta, de conformidad con el procedimiento administrativo sancionatorio previsto en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.</p>	<p>El ajuste al nuevo rango de multas, establecido entre 15 y 150 Salarios Mínimos Legales Vigentes (SMLV), garantiza que las sanciones sean proporcionales a la gravedad de la falta cometida y alineadas con las prácticas sancionatorias habituales del Consejo Nacional Electoral (CNE). Este cambio evita excesos que puedan generar inequidades. Es importante destacar que, para el año 2024, las multas impuestas por el CNE oscilan entre \$18.497.636 y \$184.976.375 en moneda legal colombiana.</p> <p>Claridad y aplicabilidad: El ajuste busca garantizar claridad en la normativa y asegurar que las multas sean aplicables en la práctica, evitando que los montos excesivos puedan convertirse en una barrera ineficaz o en una norma inaplicable.</p>
--	--	---

<p>ARTÍCULO 18. Vigencia. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.</p>	<p>ARTÍCULO 1817. Vigencia. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.</p>	<p>El texto se conserva sin modificaciones, se ajusta la numeración.</p>
--	---	--

VIII. ANÁLISIS SOBRE POSIBLE CONFLICTO DE INTERÉS

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 3 de la Ley 2003 de 2019, en concordancia con los artículos 286 y 291 de la Ley 5ª de 1992 (Reglamento del Congreso), y conforme con el objetivo del presente proyecto de Ley, se puede concluir que no hay motivos que puedan generar un conflicto de interés para presentar esta iniciativa de ley, dado que, considero que el presente proyecto es de carácter general y no implica un conflicto de interés de carácter particular.

No obstante, lo anterior, *en todo caso*, el congresista que así lo considere, puede manifestar las razones por las cuales pueda encontrarse incurso en un conflicto de interés.

IX. FUNDAMENTOS JURÍDICOS DE LA COMPETENCIA DEL CONGRESO PARA DESARROLLAR LA MATERIA

CONSTITUCIONAL:

“...ARTÍCULO 114. Corresponde al Congreso de la República reformar la Constitución, hacer las leyes y ejercer control político sobre el gobierno y la administración.

El Congreso de la República, estará integrado por el Senado y la Cámara de Representantes...”

“...ARTÍCULO 150. Corresponde al Congreso hacer las leyes. Por medio de ellas ejerce las siguientes funciones:

1. *Interpretar, reformar y derogar las leyes.*

2. *Expedir códigos en todos los ramos de la legislación y reformar sus disposiciones.*

3. *Aprobar el plan nacional de desarrollo y de inversiones públicas que hayan de emprenderse o continuarse, con la determinación de los recursos y apropiaciones que se autoricen para su ejecución, y las medidas necesarias para impulsar el cumplimiento de los mismos.*

4. *Definir la división general del territorio con arreglo a lo previsto en esta Constitución, fijar las bases y condiciones para crear, eliminar, modificar o fusionar entidades territoriales y establecer sus competencias (...)*

LEGAL:

LEY 3 de 1992 “por la cual se expiden normas sobre las comisiones del Congreso de Colombia y se dictan otras disposiciones”.

“...ARTÍCULO 2º Tanto en el Senado como en la Cámara de Representantes funcionarán Comisiones Constitucionales Permanentes, encargadas de dar primer debate a los proyectos de acto legislativo o de ley referente a los asuntos de su competencia.

Las Comisiones Constitucionales Permanentes en cada una de las Cámaras serán siete (7) a saber:

Comisión Primera.

Compuesta por diecinueve (19) miembros en el Senado y treinta y cinco (35) en la Cámara de Representantes, conocerá de: reforma constitucional; leyes estatutarias; organización territorial; reglamentos de los organismos de control; normas generales sobre contratación administrativa; notariado y registro; estructura y organización de la administración nacional central; de los derechos, las garantías y los deberes; rama legislativa; estrategias y políticas para la paz; propiedad intelectual; variación de la residencia de los altos poderes nacionales; asuntos étnicos.” (Subrayado por fuera del texto).

X. SITUACIONES QUE PUEDEN LLEGAR A CONFIGURAR CONFLICTO DE INTERÉS

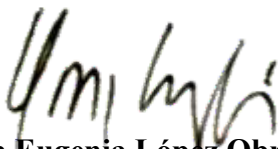
Siguiendo lo dispuesto por el artículo 3 de la Ley 2003 de 2019, que modifica el artículo 291 de la Ley 5 de 1992, que dispone el incluir “(...) *un acápite que describa las circunstancias o eventos que podrían generar un conflicto de interés para la discusión y votación del proyecto, de acuerdo al artículo 286*” y lo establecido en la Sentencia C-302 de 2021 de la Corte Constitucional que declaró inconstitucional el literal e) del artículo 1 de la Ley 2003 de 2019, que consagraba que los congresistas no incurrían en conflicto de interés cuando participan, discuten o votan artículos que beneficien a los sectores económicos de los financiadores de su campaña electoral, me permito manifestar que considero que el presente proyecto es de carácter general y no implica un conflicto de interés de carácter particular. A su vez, las reformas que se introducen se aplicarán a situaciones futuras e inciertas, por lo que no se presenta un conflicto de interés cierto.

No obstante, lo anterior, en todo caso, el congresista que así lo considere, puede manifestar las razones por las cuales pueda encontrarse incurso en un conflicto de interés.

XI. PROPOSICIÓN

Considerando los argumentos expuestos y en cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley 5 de 1992, presentamos **ponencia positiva** y, en consecuencia, solicitamos a los miembros de la **Comisión Primera del Senado de la República** dar **primer debate** al Proyecto de Ley No. 280 de 2024 Senado “*Por medio de la cual se establecen medidas para la divulgación de encuestas y estudios de carácter político y electoral para garantizar su calidad y confiabilidad y se dictan otras disposiciones*”.

Cordialmente,

 <p>Clara Eugenia López Obregón Senadora de la República</p>	

XII. TEXTO PROPUESTA PARA PRIMER DEBATE

Proyecto de Ley No. 280 de 2024 Senado

“Por medio de la cual se establecen medidas para la divulgación de encuestas y estudios de carácter político y electoral para garantizar su calidad y confiabilidad y se dictan otras disposiciones”

El Congreso de la República de Colombia

Decreta

Artículo 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto regular la realización y divulgación de encuestas para cargos de elección popular, con el fin de garantizar la igualdad al acceso de la información y la transparencia de los datos en aras de aumentar la confiabilidad y robustecer técnicamente la aplicación de dichas técnicas de investigación en el territorio nacional.

Artículo 2. Alcance. Las disposiciones contenidas en este capítulo de la presente Ley, son aplicables a todo estudio que se publique y a las personas jurídicas que los realicen y divulguen, cuyo objetivo sea dar a conocer preferencias o tendencias políticas y electorales, incluyendo la intención de voto y la imagen de los candidatos para procesos de decisión o elección mediante voto popular.

Las encuestas realizadas o encargadas por los partidos políticos con el fin de escoger sus candidatos, serán de obligatoria publicación y se regirán por las disposiciones contenidas en la presente Ley.

Artículo 3. Definiciones. Para la aplicación de la presente Ley, se deben considerar las siguientes definiciones:

Encuesta o encuesta probabilística: Producto técnico de base científica que consiste en aplicar un conjunto de técnicas y procedimientos mediante los cuales, sobre la base de un cuestionario específico, se obtienen datos e información respecto de las opiniones, deseos,

actitudes o comportamientos de un grupo representativo de consultados y cuyos resultados pueden ser generalizados a universos definidos y conocidos de la población. Esta herramienta tiene por objeto obtener información estadística, del proceso electoral o de opinión pública que permite una medición objetiva de los procesos políticos. Para efectos de la presente ley, entiéndase por encuesta, toda encuesta probabilística.

Sondeo: Procedimiento que permite conocer las opiniones y actitudes de una colectividad por medio de un cuestionario que se aplica a un grupo de sus integrantes. Se caracteriza por no ser preparado ni planeado antes de su realización, sin ninguna fundamentación técnica ni probabilística. Este procedimiento expedito de medición está dirigido a muestras de la población que no se juzgan como representativas del conjunto al que pertenecen, el cual busca obtener información no científica acerca de un asunto. Los resultados de este tipo de estudio no son generalizables para la población.

Firmas encuestadoras: Para todos los efectos de la presente ley, se entenderán como firmas encuestadoras todas las personas jurídicas que publiquen encuestas, cuyo objetivo sea el levantamiento, recolección y procesamiento de datos para dar a conocer preferencias o tendencias políticas o electorales para procesos de decisión elección mediante voto popular y se hayan registrado para tal fin en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras.

Municipios de inclusión forzosa para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: serán aquellos municipios con una población igual o superior a 800,000 habitantes.

Municipios grandes para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: serán aquellos municipios con una población inferior a 799,999 y superior a 100,000 habitantes.

Municipios medianos para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: serán aquellos municipios con una población inferior a 99,999 habitantes y superior a 50.000 habitantes.

Municipios pequeños para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: serán aquellos municipios con una población inferior a 50,000 habitantes.

Artículo 4. De la Selección de la Muestra.

Toda encuesta electoral que sea publicada y divulgada en medios de comunicación, debe garantizar representatividad a través de un método científico en el cual todos los elementos de la población representada tengan una probabilidad de ser elegidos para la muestra del estudio definidos dentro del diseño muestral.

Se considerará encuesta toda aquella que tenga un margen de error de máximo tres por ciento (3%) y un nivel de confianza mínimo del noventa y cinco por ciento (95%) para las

preguntas de conocimiento, favorabilidad e intención de voto para personajes y/o candidatos con un fenómeno de ocurrencia de más del 30%, en el caso de los estudios a nivel nacional. Para el caso de los estudios a nivel departamental y/o municipal, el margen de error máximo será del cinco por ciento (5%) y el nivel de confianza mínimo del noventa y cinco por ciento (95%) para las preguntas de conocimiento, favorabilidad e intención de voto y para personajes y/o candidatos con un fenómeno de ocurrencia de más del 30%. Además, la distribución de la muestra deberá cumplir con los siguientes parámetros:

a) Cuando se trate de investigaciones sobre preferencias políticas relacionadas con mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de carácter nacional, la muestra deberá incluir municipios o distritos con una población igual o superior a 800.000 habitantes, así como un subconjunto de municipios pequeños, medianos y grandes de todas las regiones del país.

b) Cuando se trate de investigaciones sobre preferencias políticas relacionadas con mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de carácter regional o departamental, la muestra deberá incluir a la capital departamental y como mínimo el 20% de los municipios del respectivo Departamento.

c) En investigaciones sobre preferencias políticas relacionadas con mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de nivel distrital o municipal, se deberá asegurar que la muestra incluya una representación adecuada de las subdivisiones administrativas, seleccionadas mediante un método probabilístico.

Artículo 5. Encuestas de conocimiento, favorabilidad política, opinión o intención del voto.

Cuando se indague por el conocimiento, favorabilidad, opinión o intención de voto sobre políticos o personajes públicos susceptibles de ser elegidos a un cargo uninominal de elección popular, se deberá incluir a candidatos que posean relevancia o notoriedad pública significativa, hayan participado en elecciones similares previas o tengan favorabilidad o reconocimiento manifiesto. La exclusión de candidatos se considerará una manipulación al elector.

Una vez haya finalizado el término para la inscripción, las encuestas deberán incluir a todos los candidatos inscritos para la respectiva contienda electoral.

Artículo 6. Requisitos formales para la publicación de encuestas.

Toda encuesta de opinión de carácter electoral al ser publicada o difundida, tendrá que serlo en su totalidad y deberá indicar de manera clara y visible la siguiente información, a manera de ficha técnica:

1. La persona natural o jurídica que la realizó y la encomendó.

2. La fuente de su financiación.
3. El tipo y tamaño de la muestra.
4. El tema o temas concretos a los que se refiere.
5. El texto literal de la pregunta o preguntas formuladas, y el orden en el que se realizaron.
6. Los candidatos, personas o instituciones por quienes se indagó.
7. El espacio geográfico y la fecha o período de tiempo en que se realizó.
8. El margen de error.
9. Tipo de estudio con arreglo a las categorías descritas en la presente Ley.
10. El propósito del estudio.
11. Universo representado.
12. Técnica utilizada para la selección de la muestra.
13. Método de recolección de datos (persona a persona, telefónica, por correo u otros).
14. Nivel de confiabilidad.
15. Declaración en la que se informe si hubo algún tipo de contraprestación por responder la encuesta. En caso de que se hubiere otorgado contraprestación, se deberá declarar la naturaleza y el valor de dicha contraprestación.
16. En toda publicación deberá incluirse, de manera resaltada y claramente visible, que todas las encuestas se ven afectadas por márgenes de error.
17. El número efectivo de respuestas a cada una de las preguntas en forma individual.
18. El costo total de la encuesta.

Parágrafo 1. Con veinticuatro (24) de horas de anticipación a la publicación de la encuesta, la firma encuestadora deberá presentar ante el Consejo Nacional Electoral la ficha técnica en los términos señalados en la presente ley, tal y como será entregada a la persona natural o jurídica que encomendó el estudio y tal como ha de ser publicada en los medios de comunicación.

Parágrafo 2. Cualquier persona natural o jurídica podrá solicitar los soportes de la información técnica de la encuesta y ésta deberá estar disponible al momento de la publicación de la misma en la página web del Consejo Nacional Electoral. Dicha información podrá ser entregada al público desde el momento de la publicación. Respecto de la encuesta que ha de ser publicada, esta deberá depositarse ante la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas en el momento mismo de la publicación. En cualquier circunstancia, la información suministrada deberá cumplir con las disposiciones relativas a la protección de datos sensibles y respetar los parámetros del Habeas Data.

Parágrafo 3. Las encuestas o estudios de opinión que no cumplan con los requisitos establecidos en este artículo no podrán ser publicadas ni difundidas por los medios de comunicación en sus propios medios o en sus redes sociales.

Parágrafo 4. En su revisión posterior, el Consejo Nacional Electoral ejercerá especial vigilancia sobre las entidades o personas que realicen encuestas de carácter político o electoral, para que las preguntas al público no sean formuladas de tal forma que induzcan una respuesta determinada.

Parágrafo 5. En toda publicación deberá incluirse, de manera resaltada y claramente visible, que todas las encuestas se ven afectadas por márgenes de error.

Parágrafo 6. El costo total de la encuesta podrá ser publicado por el Consejo Nacional Electoral con el consentimiento expreso y por escrito del representante legal de la firma encuestadora depositante.

Artículo 7. Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Preferencias Políticas y Electorales. La Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Preferencias Políticas y Electorales es un órgano técnico adscrito al Consejo Nacional Electoral, al que le corresponde verificar el cumplimiento de lo dispuesto en la presente ley.

Serán funciones de la Comisión:

1. Recibir, estudiar y evaluar el cumplimiento de las disposiciones que regulan la elaboración y publicación de encuestas.
2. Reunirse periódicamente para revisar las encuestas que se presenten para su escrutinio.
3. Asesorar al Consejo Nacional Electoral en la regulación, vigilancia y seguimiento de los estudios de opinión, encuestas y sondeos que se hagan en el marco de un proceso electoral.

Parágrafo 1. El Consejo Nacional Electoral establecerá la reglamentación necesaria para el buen funcionamiento administrativo y financiero de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre preferencias políticas y electorales en un plazo no superior a tres (3) meses contados desde la entrada en vigencia de la presente Ley

Parágrafo 2. Los honorarios de los miembros de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas serán fijados por el Consejo Nacional Electoral.

Artículo 8. Conformación de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Preferencias Políticas y Electorales. La Comisión estará integrada por cinco (5) miembros con título profesional reconocido en Colombia, que hayan realizado estudios de pregrado, especialización, maestría y/o doctorado en estadística o que cuenten con experiencia demostrable en investigación cuantitativa en los últimos dos años.

Los miembros serán elegidos de la siguiente manera:

1. Un (1) miembro nombrado por el Consejo Nacional Electoral.

2. Cuatro (4) miembros con experiencia en la aplicación de encuestas, nombrados por los decanos o directores de departamento de universidades acreditadas en alta calidad por el Ministerio de Educación con programas de pregrado, especialización, maestría y/o doctorados en estadística o que cuenten con experiencia demostrable en investigación cuantitativa en los últimos dos años.

Parágrafo 1. No podrán ser miembros de la Comisión quienes hayan tenido vínculos laborales o contractuales, en el último año antes de las elecciones, con personas o entidades dedicadas a realizar encuestas o investigaciones políticas cuantitativas o cualitativas, con medios de comunicación, partidos políticos, movimientos, o grupos significativos de ciudadanos involucrados en el debate electoral. Tampoco podrán integrar la Comisión quienes tengan cónyuge, compañero(a) permanente o parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil con vínculos laborales o contractuales con dichas personas o entidades, y que además estén inscritos como candidatos en las elecciones en curso.

Parágrafo 2. La designación de los miembros representantes de las universidades o instituciones académicas se llevará a cabo siguiendo criterios como la experiencia en acreditación institucional, el número de doctores en el campo y el mérito, garantizando el pleno respeto a la autonomía universitaria de cada institución educativa.

Artículo 9. De los encuestadores.

Solamente podrán realizar encuestas de carácter electoral con ánimo de publicación, las firmas encuestadoras registradas ante el Consejo Nacional Electoral. Toda persona natural o jurídica que realice encuestas o sondeos de carácter electoral con el fin de ser publicados sin encontrarse registrado, será sancionada con las multas previstas en la Ley 1475 de 2011 y en la presente Ley, o normas que las modifiquen, complementen o adicionen.

También serán objeto de sanción las personas naturales o jurídicas que realicen o difundan, encuestas o sondeos de carácter electoral falsos; publiquen o difundan encuestas que incumplan las disposiciones establecidas en la presente ley; o utilicen emblemas de empresas encuestadoras registradas ante el Consejo Nacional Electoral sin la debida autorización de la firma encuestadora.

Artículo 10. Del registro. Las entidades o personas que se ocupen de realizar encuestas sobre preferencias electorales deberán registrarse ante el Consejo Nacional Electoral, entidad que tendrá a su cargo la dirección y coordinación del Registro Nacional de Firmas Encuestadoras.

Las entidades que se ocupen de realizar encuestas de opinión sobre preferencias políticas y electorales deberán solicitar su inclusión en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras, como requisito previo para que sus encuestas puedan ser publicadas en los medios de comunicación.

Para la inscripción en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras, se deberá aportar la siguiente información:

1. Acreditación de experiencia en materia de realización de encuestas. Para ello, se aportarán los contratos cuyo objeto sea la realización de estudios de mercado y encuestas de opinión pública que hayan sido legalmente ejecutados con personas naturales o jurídicas en los cinco (5) años anteriores a la presentación de la solicitud de inscripción en el registro. En caso de que las partes hayan convenido cláusulas o acuerdos de confidencialidad, el Consejo Nacional Electoral (CNE) garantizará la reserva de la información sobre el objeto del contrato.
2. Constitución como sociedad cuyo objeto principal sea la realización de estudios de mercado y encuestas: al menos tres (3) años antes de la fecha de la solicitud de registro. Para tal efecto, se allegará el correspondiente certificado de existencia y representación legal, expedido por la autoridad competente, con una antelación no mayor de tres meses a la fecha en que se solicite la inscripción.

Parágrafo 1. Cuando se trate de mediciones sobre preferencias electorales a nivel nacional, las firmas encuestadoras adicionalmente deberán acreditar el cumplimiento del estándar de calidad más exigente para el sector de la investigación de mercado, investigación social y de la opinión, reconocido por el Subsistema Nacional de Calidad o la entidad que lo sustituya o haga sus veces.

Parágrafo 2. Las solicitudes de inscripción que no cumplan con los requisitos y con las formalidades establecidas en la presente ley serán inadmitidas. El solicitante tendrá un plazo de un (1) mes para subsanarlos, de lo contrario se procederá conforme al artículo 17 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo,

Parágrafo 3. La inscripción en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras se renovará cada tres (3) años. La no solicitud de renovación por parte de los interesados conlleva su expiración automática. En caso que, a la fecha de vencimiento del término inicial para el cual se realizó la inscripción, el Consejo Nacional Electoral no se haya pronunciado sobre la solicitud de renovación, esta se entenderá prorrogada hasta que haya un pronunciamiento definitivo sobre la misma.

Parágrafo 4. Cualquier cambio que se produzca en la representación legal, en la naturaleza de la sociedad y en la dirección del domicilio de las personas inscritas en el Registro

Nacional de Firmas Encuestadoras del Consejo Nacional Electoral, debe ser notificado por el representante legal, o quien haga sus veces, aportando los certificados correspondientes.

Parágrafo Transitorio. Las personas naturales que puedan acreditar que su actividad principal ha sido la realización de estudios de mercado y encuestas de carácter político y electoral, tendrán un plazo de un año (1) año contado a partir de la entrada en vigencia de la presente Ley para constituirse como personas jurídicas y solicitar su inscripción en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras.

Podrán acreditar el cumplimiento de lo previsto en la presente Ley con los soportes que den cuenta de la realización como personas naturales de estudios de mercado y encuestas de carácter político y electoral como actividad principal, por lo menos en los dos (2) años anteriores a la entrada en vigencia de la presente Ley.

Artículo 11. Veda de encuestas.

No se podrán realizar, publicar o difundir encuestas, sondeos o proyecciones electorales dentro de los ocho (8) días anteriores a las elecciones

Artículo 12. Auditoría y trazabilidad de los datos.

Las firmas encuestadoras deberán guardar bajo custodia la información de toda encuesta publicada por un lapso no inferior a dos (2) años y esta deberá estar disponible para el desarrollo de cualquier tipo de auditoría. El representante legal o quien haga sus veces, será responsable bajo gravedad de juramento sobre la veracidad de los datos bajo custodia de la firma encuestadora.

El Consejo Nacional Electoral deberá realizar la auditoría de cualquier estudio publicado o divulgado por cualquier firma encuestadora, o contratar para ello a una firma auditora que garantice la imparcialidad del proceso. Las organizaciones políticas también podrán realizar auditorías frente a estos estudios, posterior a su publicación y divulgación.

Artículo 13.

Las firmas encuestadoras registradas ante el Consejo Nacional Electoral y sus representantes legales, o miembros de junta directiva no podrán realizar aportes a las campañas políticas.

Igualmente se sancionará según lo establecido por el Consejo Nacional Electoral toda publicación o divulgación en medios de comunicación de pronósticos, proyecciones o encuestas que no cumplan con las disposiciones establecidas en la presente Ley y/o que sean realizadas por firmas encuestadoras que no estén registradas en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras.

Artículo 14. Competencia en materia de encuestas y sondeos de contenido electoral.

El Consejo Nacional Electoral, en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, está facultado para reglamentar los asuntos relacionados con la realización, publicación y difusión de encuestas y los sondeos de carácter electorales

Igualmente, el Consejo Nacional Electoral ejercerá especial vigilancia y control sobre toda firma encuestadora que haga parte del Registro Nacional de Firmas Encuestadoras, los medios de comunicación tradicionales y digitales y toda persona natural o jurídica que publique o divulgue la encuesta, de tal manera que se garanticen las disposiciones establecidas en la presente Ley para toda encuesta de carácter político o electoral que se publique y divulgue en el territorio nacional.

Artículo 15. Procedimiento administrativo sancionatorio.

Con base en el concepto que emita la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Preferencias Políticas y Electorales, iniciará las investigaciones administrativas a que haya lugar, bien sea de oficio o a solicitud de parte. Si el Consejo Nacional Electoral considera que existe mérito para iniciar el procedimiento sancionatorio, lo llevará a cabo con arreglo a las disposiciones del Capítulo III del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo. Lo anterior sin perjuicio de las conductas penales en las que sus representantes legales o empleados puedan llegar a incurrir.

Parágrafo 1.

Cualquier falsedad material o ideológica, así como cualquier alteración, supresión, ocultamiento o falsificación de cualquiera de los soportes técnicos, cuestionarios, entrevistas y demás documentos técnicos utilizados en la realización y/o publicación de las encuestas, podrá dar lugar a las penas previstas en los artículos 287, 289, 293 y 388 de la Ley 599 del 2000.

Parágrafo 2.

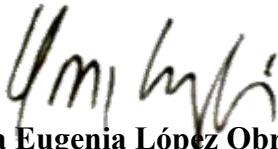
Se considerarán faltas graves que las preguntas al público sean formuladas de manera que induzcan una respuesta determinada o que el diseño del cuestionario no respete la realidad que se pretende recoger en los términos de esta norma.

Artículo 16. Sanciones en materia de encuestas. La infracción de las disposiciones de este capítulo será sancionada por el Consejo Nacional Electoral con multa entre quince (15) y ciento cincuenta (150) salarios mínimos legales mensuales vigentes, y la suspensión o exclusión definitiva del Registro Nacional de Firmas Encuestadoras. Estas sanciones se podrán imponer según la gravedad de la falta y el concepto de la Comisión Técnica y de Vigilancia sobre Preferencias Políticas y Electorales, a la firma encuestadora, y/o al medio

de comunicación o difusión, y/o a quienes encomendaron o financiaron la realización de la encuesta, de conformidad con el procedimiento administrativo sancionatorio previsto en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

Artículo 17. Vigencia. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Cordialmente,

 Clara Eugenia López Obregón Senadora de la República	