

Informe de ponencia para segundo debate en Plenaria de Senado

Bogotá, D.C.,

H. Senador

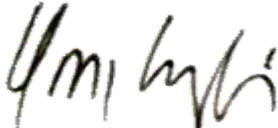
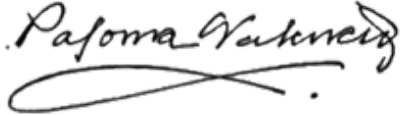
Ariel Ávila Martínez

Presidente Comisión primera

Referencia: Informe de ponencia para segundo 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 con modificaciones para segundo 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 López Obregón Senadora de la República Coordinadora Ponente</p>	 <p>Paloma Valencia Laserna Senadora de la República Coordinadora Ponente</p>
---	--

 <p>Alejandro Carlos Chacón Senador de la República</p>	 <p>Julio Elías Chagüi Flórez Senador de la República</p>
 <p>Temístocles Ortega Narváez Senador de la República</p>	 <p>AIDA MARINA QUILCUÉ VIVAS <i>Senadora de la República - Circunscripción Indígena</i> Movimiento Alternativo Indígena y Social (MAIS)</p>
 <p>Julián Gallo Cubillos Senador de la República</p>	 <p>Juan Carlos García Gómez Senador de la República</p>
 <p>Ariel Ávila Martínez Senador de la República</p>	

I. TRÁMITE DE LA INICIATIVA

. 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 Zabarain Guevara, Edgar Díaz Contreras, Claudia Pérez, Laura Esther Fortich Sánchez y otras firmas.

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 Zabarain Guevara, Edgar Díaz Contreras, Claudia Pérez, Laura Esther Fortich Sánchez y otras firmas.

2. El día 16 de diciembre fue aprobado en primer debate en Comisión primera como consta en el acta no. 30.
3. El 11 de febrero los senadores Clara López Obregón, Paloma Valencia Laserna, Alejandro Carlos Chacón, Julio Elías Chagüi Flórez, Temístocles Ortega Narváez, Aida Marina Quilcué, Julián Gallo Cubillos, Juan Carlos García Gómez y Ariel Ávila Martínez fueron designados como ponentes para segundo debate.

II. 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.

III. 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>.

IV. 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 Firms 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.

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

V. 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”

El Congreso de la República es competente para el trámite de esta iniciativa de conformidad con la Constitución Política en su artículo 150.

VI. CONFLICTO DE INTERESES

Dando alcance a lo establecido en el artículo 3 de la Ley 2003 de 2019, “Por la cual se modifica parcialmente la Ley 5 de 1992”, se hacen las siguientes consideraciones a fin de describir la circunstancias o eventos que podrían generar conflicto de interés en la discusión y votación de la presente iniciativa legislativa, de conformidad con el artículo 286 de la Ley 5 de 1992, modificado por el artículo 1 de la Ley 2003 de 2019, que reza:

“Artículo 286. Régimen de conflicto de interés de los congresistas. Todos los congresistas deberán declarar los conflictos de intereses que pudieran surgir en el ejercicio de sus funciones.

Se entiende como conflicto de interés una situación donde la discusión o votación de un proyecto de ley o acto legislativo o artículo, pueda resultar en un beneficio particular, actual y directo a favor del congresista.

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

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

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

Sobre este asunto la Sala Plena Contenciosa Administrativa del Honorable Consejo de Estado en su sentencia 02830 del 16 de julio de 2019, M.P. Carlos Enrique Moreno Rubio, señaló que:

“No cualquier interés configura la causal de desinvestidura en comento, pues se sabe que sólo lo será aquél del que se pueda predicar que es directo, esto es, que per se el alegado beneficio, provecho o utilidad encuentre su fuente en el asunto que fue conocido por el legislador; particular, que el mismo sea específico o personal, bien para el congresista o quienes se encuentren relacionados con él; y actual o inmediato, que concurra para el momento en que ocurrió la participación o votación del congresista, lo que excluye sucesos contingentes, futuros o imprevisibles. También se tiene noticia que el interés puede ser de cualquier naturaleza, esto es, económico o moral, sin distinción alguna”.

Es menester señalar, que la descripción de los posibles conflictos de interés que se puedan presentar frente al trámite o votación del presente Proyecto de Ley, conforme a lo dispuesto en el artículo 291 de la Ley 5 de 1992 modificado por la Ley 2003 de 2019, no exime al Congresista de identificar causales adicionales en las que pueda estar incurso.

VI. PLIEGO DE MODIFICACIONES.

Pliego de Modificaciones

Proyecto de Ley No. 280 de 2024S

Texto aprobado en Comisión I	Texto propuesto para segundo debate en Senado	Justificación
<p>“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 SE CONFIABLIDAD Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”</p> <p>El Congreso de Colombia,</p> <p>DECRETA</p>	<p>“POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN MEDIDAS SOBRE LA ELABORACIÓN, PUBLICACIÓN Y DIVULGACIÓN DE ENCUESTAS Y ESTUDIOS DE CARÁCTER POLÍTICO”</p> <p>El Congreso de Colombia,</p> <p>DECRETA</p>	<p>Se simplifica por técnica normativa.</p>

<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>ARTÍCULO 1. OBJETO. La presente ley tiene por objeto regular la realización y divulgación de encuestas para cargos de elección popular y <u>de opinión política</u>, 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>Se extiende el ámbito de aplicación del proyecto a la evaluación de la gestión de mandatarios y de opinión política, lo cual permite ser más claro con el alcance del proyecto, y garantiza una mayor protección a la manipulación de los datos aportados por los encuestados en materia de opinión política, y aumenta las garantías electorales.</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>ARTÍCULO 2. ALCANCE. Las disposiciones contenidas en la presente Ley son aplicables a todo estudio cuantitativo que se publique y a las personas jurídicas que los realicen y divulguen, cuyo objetivo sea dar a conocer preferencias, <u>opinión</u> o tendencias políticas y electorales. Incluyendo la intención de voto y la imagen de los <u>personajes</u> o 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><u>Sin importar el nombre, denominación o metodología que se le dé al estudio cuantitativo para ser publicado y difundido deberá cumplir todas las exigencias de la presente ley para las encuestas.</u></p>	<p>Se adiciona el término “opinión” para evitar vacíos legales y garantizar que los estudios de percepción política general queden regulados en el presente proyecto de ley., esto previene interpretaciones restrictivas que podrían permitir la evasión de regulaciones sobre encuestas que, aunque no midan intención de voto, sí influyen en la opinión pública.</p> <p>Se añade el término “personajes”, con el objetivo de ampliar el alcance a individuos que, sin ser candidatos formales, pueden tener relevancia pública que los lleve a ser incluidos en las encuestas.</p>
---	--	--

<p>ARTÍCULO 3. 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</p>	<p>Artículo 3. Definiciones. Para la aplicación de la presente Ley, se deben considerar las siguientes definiciones:</p> <p><u>Encuesta o encuesta por muestreo probabilístico:</u> 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 un grupo específico por medio de un cuestionario que se aplica a un grupo de sus integrantes. Este</p>	<p>Se modifica la definición de “Firmas encuestadoras” mejorando la claridad y precisión del texto, y asegurando que toda las etapas del proceso de recolección de datos se encuentren explícitamente reguladas, también se refuerza la naturaleza obligatoria del registro nacional de firmas encuestadores, con la finalidad de dar una mayor claridad y evitar vacíos normativos que permitan la evasión de la responsabilidad, al tiempo que se busca una mayor atención a la realización de encuestas.</p> <p>Por precisión técnica se modifica la denominación de las encuestas.</p> <p>Por otra parte se incluyen definiciones del margen de error y de diseño y calculado para cada indicador en atención a que posteriormente en el artículo se considera obligatoria publicar ambos por razones de transparencia.</p>
---	---	---

<p>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.</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>procedimiento expedito de medición está dirigido a <u>muestras no probabilísticas</u> de la población que no se juzgan como representativas del conjunto al que pertenecen. Los resultados de este tipo de estudio no son generalizables para la población, su propósito es conocer la percepción sobre temas de interés político instituciones o funcionarios. <u>No podrán publicarse ni divulgarse sondeos sobre intención de voto electoral.</u></p> <p>Firmas encuestadoras: Para todos los efectos de la presente ley, se entenderán como firmas encuestadoras a todas las personas jurídicas* que publiquen encuestas cuyo objetivo sea el levantamiento, la recolección y el procesamiento de datos, con el fin de dar a conocer preferencias o tendencias políticas o electorales para procesos de decisión o elección mediante voto popular, y que se hayan registrado para tal fin en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras.</p> <p><u>Municipios y Distritos de inclusión forzosa para la toma de muestras en encuestas de carácter</u></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><u>nacional:</u> <u>Serán aquellos municipios o distritos con una población igual o superior a 800,000 habitantes. También son de inclusión forzosa los municipios o distritos de mayor población en las regiones que no tengan municipios o distritos con población igual o superior a 800,000 habitantes.</u></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><u>Margen de error de Diseño:</u> <u>Margen de error utilizado para calcular el tamaño de la muestra.</u></p>	
--	---	--

	<p><u>Margen de error calculado para indicadores:</u> Margen de error calculado individualmente para cada indicador a raíz de los datos recolectados.</p>	
--	--	--

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

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 conocida y mayor que cero ~~para la muestra del estudio definidos dentro del diseño muestral.~~

Una encuesta del nivel nacional toda aquella debe tener un margen de error de diseño y calculado para cada indicador publicado de máximo tres por ciento (3%) y un nivel de confianza mínimo del noventa y cinco por ciento (95%) para las preguntas de opinión política, conocimiento, favorabilidad e intención de voto para personajes y/o candidatos con un fenómeno de ocurrencia menor al 40% o mayor al 60%.

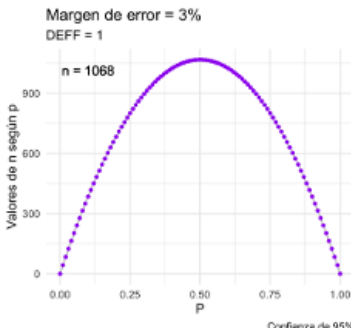
Una encuesta de nivel Departamental, Distrital y/o municipal, debe tener un margen de error de diseño y calculado para cada indicador publicado máximo del cinco por ciento (5%) y el nivel de confianza mínimo del

El cálculo del tamaño de muestra para proporciones requiere, en su fórmula, del conocimiento de la proporción o porcentaje "P" del fenómeno de ocurrencia:

$$n \geq \frac{P(1-P)DEFF}{\frac{MER^2 P^2}{z_{1-\alpha/2}^2} + \frac{P(1-P)DEFF}{N}}$$

Fórmula del cálculo del tamaño de muestra^[1].

Sin embargo, no es posible saber a priori cuál es ese P, pero existe una opción que permite tomar una decisión conservadora respecto a cualquier posible escenario para 0%<P<100%. Esta decisión es P=50%, escenario que maximiza la muestra necesaria para garantizar el margen de error y la confiabilidad planificados en el diseño de la muestra. En la siguiente gráfica muestra cómo el tamaño de muestra alcanza el valor máximo para fenómeno de ocurrencia del

<p>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:</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</p>	<p>noventa y cinco por ciento (95%) para las preguntas de <u>opinión política</u>, conocimiento, favorabilidad e intención de voto y para personajes y/o candidatos con un fenómeno de ocurrencia menor a 40% o mayor a 60%.</p> <p>Además, la distribución de la muestra deberá cumplir con los siguientes parámetros:</p> <p>a) Cuando se trate de encuestas sobre opinión política, mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de carácter nacional, la muestra deberá incluir a todos los municipios y distritos con población igual o superior a 800.000 habitantes de acuerdo a la proyección más actualizada del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. También incluirá el municipio o distrito con mayor población de cada región que no tenga municipios o distritos con población igual o superior a 800.000 habitantes, así como un subconjunto de municipios pequeños,</p>	<p>50%.</p>  <p>Gráfico del tamaño de muestra requerido para diferentes niveles de P.</p> <p>Asimismo, considerando los diferentes desafíos prácticos en la aplicación de una encuesta en hogares se flexibiliza esta exigencia de muestra máxima, y se opta por garantizar los criterios de calidad, no para todo P entre 0% y 100%, sino para un rango inferior, que por lo establecido en la teoría estadística pertinente excluye el rango simétrico alrededor del 50%. Por lo anterior, se cambia el rango de valores compuesto por fenómeno de ocurrencia de proporción real menor a 40% o mayor a 60%.</p> <p>Adicionalmente en atención a que hay regiones sin ciudades cuya proyección de población a 2035 publicada por el DANE es</p>
---	--	---

<p>municipios del respectivo Departamento.</p> <p>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.</p>	<p>medianos y grandes de todas las regiones del país.</p> <p>b) Cuando se trate de encuestas sobre opinión política, mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de carácter de carácter departamental, la muestra deberá incluir a la capital departamental y como mínimo el 20% de los municipios del respectivo Departamento.</p> <p>c) Cuando se trate de encuestas sobre opinión política, 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.</p> <p><u>Parágrafo:</u> Para efectos de lo previsto en este artículo se entenderá por regiones las descritas en el artículo 45 de la Ley 2056 de 2020.</p>	<p>superior a 800.000 habitantes, se hace de inclusión forzosa a la ciudad de mayor población en cada región para esos casos.</p> <p>Finalmente se hacen ajustes de técnica legislativa para hacer más clara la redacción.</p> <hr/> <p>[1] Tomada del documento Diseño y Análisis Estadístico de las Encuestas en Hogares de América Latina, CEPAL, 2023.</p>
---	---	--

<p>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.</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. 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 a elecciones uninominales, las encuestas tendrán que incluir a todos los candidatos inscritos para la respectiva contienda electoral.</p>	<p>Se elimina la expresión “la exclusión de candidatos se considerará una manipulación al elector” porque se considera poco clara en su alcance y aplicación.</p>

<p>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:</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 y la fecha o 	<p>Artículo 6. Requisitos formales para la publicación de encuestas y sondeos. 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 <u>quién</u> la encomendó. 2. La fuente de su financiación. 3. El tipo, tamaño de la muestra y procedimiento utilizado para seleccionar las unidades muestrales. 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. 	<p>Se introduce la expresión procedimiento utilizado para seleccionar las unidades muestrales utilizadas por el CNE en la regulación vigente.</p> <p>Se hace la aclaración sobre el margen de error de diseño y el calculado para cada indicador, así mismo se cambia la redacción y añaden elementos que si bien no hacen parte de lo que técnicamente es la ficha técnica deben ser publicados junto con ella por transparencia.</p> <p>Se añade además una expresión que trae a la norma el principio de realidad de modo que la denominación que se use en los estudios no permita de forma alguna escapar a las normas.</p> <p>Se añade el requisito de poner los nombres y apellidos de los profesionales de estadística con el objetivo de hacer más transparente y establecer responsabilidades en la realización de estas.</p> <p>Se elimina la mención de habeas data al considerar redundante con el</p>
---	--	---

<p>período de tiempo en que se realizó.</p> <p>8. El margen de error.</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. Nivel de confiabilidad.</p> <p>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.</p> <p>16. En toda publicación deberá incluirse, de manera resaltada y claramente</p>	<p>7. El espacio geográfico y la fecha o período de tiempo en que se realizó.</p> <p>8. El margen de error de diseño.</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. Método de recolección de datos.</p> <p>13. Nivel de confiabilidad.</p> <p>14. Nombres y apellidos de los profesionales en estadística responsables de la encuesta.</p> <p>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.</p>	<p>ordenamiento jurídico vigente.</p> <p>Se eliminan las disposiciones que refieren a que cualquier ciudadano puede solicitar la información de la que trata este artículo pues es redundante con la normatividad vigente, y se sobreentiende con el resto de disposiciones que trae el articulado.</p> <p>Por último, se dispone la obligación del CNE de mantener actualizado y accesible en su página web las encuestas de las que trata el artículo 6.</p>
---	---	--

<p>visible, que todas las encuestas se ven afectadas por márgenes de error.</p> <p>17. 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 de la misma en la página web del Consejo Nacional Electoral. Dicha información podrá ser entregada al público desde el momento de la</p>	<p>Parágrafo 1. <u>Adicionalmente se deberá publicar en anexos técnicos abiertos y accesibles al público el número efectivo de respuestas a cada una de las preguntas en forma individual, el margen de error calculado de cada indicador y los microdatos anonimizando información personal y las variables necesarias para replicar los cálculos publicados.</u></p> <p>Parágrafo 2. Las encuestas que no cumplan con los requisitos establecidos en este artículo no podrán ser publicadas ni difundidas.</p> <p>Parágrafo 3. <u>En su revisión posterior, el Consejo Nacional Electoral ejercerá vigilancia sobre el cumplimiento de la presente ley y especialmente sobre la forma en que se realizan las preguntas, no inducción a las respuestas, la adecuada selección de la muestra, la veracidad de los datos reportados, publicados y las buenas prácticas en todas las etapas de la encuesta hasta su publicación y difusión.</u></p> <p>Parágrafo 4. En toda publicación deberá incluirse, de manera resaltada y claramente visible, que todas</p>	
--	---	--

<p>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.</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>las encuestas se ven afectadas por márgenes de error.</p> <p>Parágrafo 5. A partir de la entrada en vigencia de esta ley el Consejo Nacional Electoral deberá mantener actualizado y accesible en su página web un repositorio con la información señalada en este artículo de cada encuesta publicada, la información deberá ser pública en el repositorio en un plazo no superior a cinco (5) días desde su reporte por parte de la respectiva firma encuestadora.</p> <p>Parágrafo 6. <u>Los sondeos deberán ser acompañados en su publicación y divulgación de lo siguiente: La persona natural o jurídica que la realizó y la encomendó, la fuente de su financiación, el tipo, tamaño de la muestra y procedimiento utilizado para seleccionar las unidades muestrales, el texto literal de la pregunta o preguntas formuladas, y el orden en el que se realizaron, las personas o instituciones por quienes se indagó, el espacio geográfico y la fecha o período de tiempo en que se realizó, el propósito del estudio y el universo representado.</u></p>	
--	---	--

<p>PARÁGRAFO 5. En toda publicación deberá incluirse, de manera resaltada y claramente visible, que todas las encuestas se ven afectadas por márgenes de error.</p>		
---	--	--

<p>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 técnico adscrito al Consejo es un órgano 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. 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. 	<p>Artículo 7. <u>Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral.</u> La Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral es un cuerpo técnico del Consejo Nacional Electoral, al que le corresponde conceptuar lo dispuesto en la presente ley. Serán funciones de la Comisión:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recibir, Estudiar, evaluar, auditar y conceptuar sobre 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. 2. Asesorar al Consejo Nacional Electoral en la regulación, vigilancia y seguimiento a las encuestas y estudios de opinión política. 3. Expedir su propio reglamento y designar coordinador. 	<p>Se ajusta el nombre de la comisión de acuerdo a la corrección en el alcance de la norma, adicionalmente se añaden elementos para que pueda entrar rápidamente en funcionamiento y la facultad de dictar su reglamento la cual le es natural</p>
---	--	--

<p>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</p> <p>PARÁGRAFO 2. Los honorarios de los miembros de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas serán fijados por el Consejo Nacional Electoral.</p>		
--	--	--

<p>ARTÍCULO 8. CONFORMACIÓN DE LA COMISIÓN TÉCNICA Y DE VIGILANCIA DE ENCUESTAS</p> <p>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.</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 calidad por el Ministerio 	<p>Artículo 8. Conformación de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión política y Electoral. 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 y que cuenten con experiencia profesional demostrable de al menos 2 años relacionada con encuestas por muestreo probabilístico.</p> <p>Los miembros serán elegidos por el Consejo Nacional Electoral a partir de una lista de postulados presentada por los decanos o directores de departamento de universidades que ofrezcan programas de pregrado, especialización, maestría y/o doctorado en estadística, acreditados en alta calidad por el Ministerio de Educación Nacional. Cada programa acreditado podrá postular hasta tres candidatos. Durante los cuatro años siguientes a su conformación, en caso de renuncia, inhabilidad, fallecimiento u otra circunstancia que genere una</p>	<p>Se le da un papel protagónico a la academia para definir la lista de postulados a la comisión, de modo que se fortalece su autonomía, adicionalmente se aclara la redacción de la experiencia requerida.</p> <p>adicionalmente se agregan normas necesarias para el funcionamiento de la comisión como la remisión sobre los eventuales honorarios de los comisionados y la posibilidad de vincular supernumerarios.</p> <p>finalmente se ajustan las inhabilidades e incompatibilidades haciéndolas más claras y estrictas.</p>
---	--	---

<p>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.</p> <p>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.</p>	<p>vacante en la comisión, el reemplazo será seleccionado de la lista de postulados.</p> <p>Parágrafo 1. Inhabilidades e incompatibilidades. No podrán ser miembros de la Comisión:</p> <p>a. Quienes hayan sido sancionados por las conductas previstas en la presente Ley.</p> <p>b. Quienes sean afiliados o hayan tenido vínculos contractuales o laborales en los últimos tres (3) años con partidos, movimientos o campañas políticas.</p> <p>c. Quienes hayan tenido vínculos laborales o contractuales, en los últimos dos (2) años, con personas naturales o jurídicas dedicadas a realizar encuestas o investigaciones políticas cuantitativas o cualitativas.</p> <p>d. Quienes tengan vínculo por matrimonio, unión permanente o parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil con: candidatos; directivos de partidos, movimientos y campañas políticas; socios, miembros de junta directiva o trabajadores de confianza y manejo vinculados a personas naturales o jurídicas</p>	
--	--	--

<p>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.</p>	<p>registradas como encuestadoras políticas.</p> <p>Parágrafo 2. Los honorarios de los miembros de La Comisión serán pagados mensualmente de acuerdo a la tabla vigente de honorarios de la organización electoral.</p> <p>Parágrafo 3. En temporada electoral el Consejo Nacional Electoral podrá vincular a supernumerarios para asistir la tarea de la Comisión de acuerdo con los requerimientos solicitados por ella.</p>	
---	--	--

<p>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.</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>Artículo 9. <u>De las firmas encuestadoras.</u> Solamente podrán realizar encuestas de carácter electoral con ánimo de publicación, las firmas encuestadoras previamente registradas ante el Consejo Nacional Electoral.</p> <p>No está permitida la publicación y difusión en medios masivos de comunicación de sondeos, encuestas falsas, que incumplan las disposiciones establecidas en la presente ley, o utilicen emblemas de empresas encuestadoras registradas sin su autorización.</p>	<p>Se modifica en razón de que la publicación de sondeos se considera no publicable por cuanto estos pueden resultar engañosos para la ciudadanía, La anterior redacción señalaba que pueden haber “sondeos falsos” pero estos al carecer de todo método no pueden ser identificados como “falsos” científicamente.</p> <p>Adicionalmente se ajusta la redacción por técnica normativa.</p>
---	---	---

<p>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.</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> <p>1. Acreditación de experiencia en materia de realización de encuestas.</p>	<p>Artículo 10. Del registro. Para la inscripción en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras, se deberá aportar la siguiente información:</p> <p>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.</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 registro. Para tal efecto, se allegará el correspondiente certificado de existencia y representación legal, expedido por la autoridad</p>	<p>Se ajusta la redacción por redundancia, eliminando incisos que incluyen disposiciones repetidas y estilo. Se agrega un párrafo para hacer explícito que las firmas extranjeras deben cumplir con las normas propuestas en el proyecto.</p> <p>Se aclara que todas las personas naturales o jurídicas, independientemente de si su domicilio se encuentra en Colombia o en el exterior, deberán cumplir con lo dispuesto en la presente ley para la realización, divulgación y publicación de encuestas en el país.</p>
---	---	---

<p>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.</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 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>PARÁGRAFO 1. Cuando se trate de mediciones sobre</p>	<p>competente, con una antelación no mayor de tres meses a la fecha en que se solicite la inscripción.</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 Calidad o la entidad que lo sustituya o haga sus veces. <u>En caso de contradicción entre la norma técnica y lo previsto en esta ley prevalece la ley.</u></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. 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.</p> <p>Parágrafo 3. La inscripción en el Registro Nacional de</p>	
--	--	--

<p>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.</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. 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.</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</p>	<p>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, ésta se entenderá prorrogada hasta que haya un pronunciamiento definitivo sobre la misma.</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 5. La nacionalidad o país de domicilio de las personas jurídicas que deban registrarse en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras no las exime de la obligación de registrarse y de cumplir los</p>	
--	---	--

<p>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>PARÁGRAFO 4. Cualquier cambio que se produzca en la representación legal, en la naturaleza</p> <p>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</p> <p>representante legal, o quien haga sus veces, aportando los certificados correspondientes.</p> <p>PARÁGRAFO TRANSITORIO. Las</p> <p>personas naturales que puedan acreditar que su actividad principal ha sido la realización de estudios de mercado y encuestas de carácter político y electoral,</p>	<p>requisitos legales para la elaboración, publicación y divulgación de encuestas.</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 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.</p> <p>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.</p>	
---	--	--

<p>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.</p> <p>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.</p>		
<p>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.</p>	<p>Artículo 11. <u>Responsabilidad de las firmas encuestadoras. Las firmas encuestadoras deberán cumplir con las leyes de la estadística. Si no lo hicieren, responderán civil y penalmente por sus actos cuando corresponda.</u></p>	<p>Se elimina el artículo original ya que se subsume en el artículo 14. se agrega un nuevo artículo que da claridad sobre el alcance de la responsabilidad de las firmas encuestadoras</p>

<p>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.</p>	<p><u>Artículo 12. Auditoría y trazabilidad de los datos.</u> <u>Para garantizar que se disponga de la información necesaria para la realización de auditorías, las firmas encuestadoras deberán entregar al Consejo Nacional Electoral de manera simultánea a la entrega de los productos terminados al cliente y guardar copia, por un lapso no inferior a dos (2) años, la siguiente información:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Lo señalado en el artículo 6;</u> 2. <u>Los cálculos y justificación del tamaño y selección de la muestra;</u> 3. <u>El código computacional usado para el procesamiento de los datos y el cálculo de los indicadores;</u> 4. <u>Los registros primarios utilizados tales como cuestionarios diligenciados, ficheros de datos, grabaciones de reuniones u otros similares;</u> 5. <u>Los productos de la auditoría interna.</u> 	<p>En primer lugar se considera insuficiente la custodia por parte de las firmas encuestadoras sobre la información que sería usada en las auditorías por lo que se agrega al entrega de la información al CNE, se agrega a la información que puede ser objeto de auditoría que permitan tener la mayor cantidad de información disponible para en caso de alguna infracción a la ley o de alguna oportunidad de mejora la comisión y eventualmente el CNE pueda pronunciarse, parte de los elementos incluidos se incluyeron teniendo en cuenta normas de calidad ISO. Finalmente para evitar una sobre saturación de la comisión se cambia la posibilidad de que los partidos soliciten auditorías por la obligatoriedad de las auditorías a encuestas sobre intención de voto de carácter nacional.</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 solicitar auditorías frente a estos estudios, posterior a su publicación y divulgación.</p>	<p><u>Adicionalmente para el caso de encuestas en hogares se deberá entregar el código computacional usado y que haga posible replicar la selección de las unidades muestrales. En encuestas telefónicas la descripción del</u></p>	

	<p><u>procedimiento de selección de la muestra y números telefónicos.</u></p> <p><u>Todas las encuestas de opinión política nacionales serán auditadas por la comisión. Las encuestas territoriales serán auditadas aleatoriamente. El Consejo Nacional Electoral podrá contratar auditorías externas.</u></p> <p><u>Parágrafo.</u> <u>A partir de la entrada en vigencia de la presente ley el CNE deberá conservar al menos dos copias en dispositivos independientes de la información aquí señalada en expedientes digitales.</u></p>	
--	--	--

<p>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.</p> <p>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.</p>	<p>Artículo 13. Prohibición de aportes. 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.</p> <p>Igualmente toda publicación o divulgación en medios de comunicación de pronósticos, proyecciones o encuestas deberá cumplir con las disposiciones establecidas en la presente Ley y provenir de firmas encuestadoras registradas en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras, el Consejo Nacional Electoral, velará por el cumplimiento de estas disposiciones, y de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente adoptará las medidas necesarias para garantizar la transparencia y confiabilidad en la difusión de la información electoral.</p>	<p>Se elimina el inciso por redundante y por no guardar relación con la materia del artículo</p>
---	--	--

<p>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.</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 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 político y electoral.</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>Se elimina por ser repetitivo, su contenido se subsume en el artículo 14</p>
---	--	---

<p>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.</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</p>	<p>Artículo 15. Procedimiento administrativo sancionatorio. Con base en el concepto que emita La Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral, el Consejo Nacional Electoral (CNE) 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 y/o publicación de las encuestas, podrá dar lugar a las penas previstas en los</p>	<p>Se elimina el párrafo relativo a la falsificación o alteración de documentos técnicos, pues estos delitos ya están tipificados en el Código Penal, por lo que no es necesario repetirlos en el articulado del proyecto. El resto del artículo se elimina por redundante y se incluye en el artículo siguiente.</p>
---	--	---

<p>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>artículos 287, 289, 293 y 388 de la Ley 599 del 2000.</p>	
---	---	--

<p>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.</p>	<p><u>Artículo 14. Sanciones en materia de encuestas.</u> <u>Subróguense el artículo 28 de la ley 996 de 2005 y el artículo 30 de la ley 130 de 1994 los cuales quedarán así:</u></p> <p><u>ARTÍCULO 28. DE LAS ENCUESTAS ELECTORALES.</u> <u>Toda encuesta de opinión de carácter electoral al ser publicada o difundida por cualquier medio de comunicación tendrá que cumplir con todos los requisitos legales y reglamentarios. Sólo podrán divulgarse encuestas representativas estadísticamente, en las cuales los entrevistados sean seleccionados probabilísticamente.</u></p> <p><u>Se prohíbe la realización o publicación de encuestas o sondeos la semana anterior a las elecciones en los medios de comunicación social tradicionales o digitales. También queda prohibida la divulgación en cualquier medio de comunicación de encuestas o sondeos, durante el mismo término, que difundan los medios de</u></p>	<p>Se hace directamente la modificación del artículo 30 de la ley 130 de 1994 para evitar dispersión normativa, se conserva la identidad original de aquella norma simplemente es actualizada.</p>
--	--	--

	<p><u>comunicación social internacionales.</u></p> <p><u>El Consejo Nacional Electoral ejercerá especial vigilancia sobre las entidades o personas que realicen esta actividad cuando se trate de encuestas políticas, electorales o sondeos de opinión, para asegurar que las preguntas al público no sean formuladas de manera que induzcan una respuesta determinada.</u></p> <p><u>Las empresas que contemplen dentro de su objeto la realización de encuestas políticas o electorales deberán estar inscritas en el Registro Nacional de Encuestadores que para este efecto llevará el Consejo Nacional Electoral cuando estén destinadas a ser publicadas.</u></p> <p><u>En ningún caso se podrán realizar o publicar encuestas, sondeos o proyecciones electorales el día de los comicios.</u></p> <p><u>Parágrafo 1.</u> <u>Cuando un medio de comunicación realice sondeos de opinión o consultas abiertas para que los ciudadanos expresen</u></p>	
--	---	--

	<p><u>opiniones sobre preferencias electorales por medio de Internet o de llamadas telefónicas, en las que no existe un diseño técnico de muestra ni es posible calcular un margen de error, el medio deberá informar claramente a sus receptores la naturaleza y alcance de la consulta y advertir que no se trata de una encuesta técnicamente diseñada.</u></p> <p><u>Parágrafo 2.</u> <u>La infracción a las disposiciones de este artículo será sancionada por el Consejo Nacional Electoral, con multa de quince (15) a doscientos (200) salarios mínimos legales mensuales vigentes, según la gravedad de la falta, impuesta tanto al medio de comunicación como a quien encomendó o financió la realización de la encuesta o con la suspensión o prohibición del ejercicio de estas actividades.</u></p> <p><u>El monto de la multa se depositará en el Fondo Nacional de Financiación de Partidos y Campañas Electorales.</u></p> <p><u>Parágrafo 3.</u> <u>Se entiende que una encuesta tiene carácter</u></p>	
--	--	--


	<p><u>político cuando verse sobre asuntos relacionados con el Estado o con el poder político. Una encuesta o sondeo de opinión tiene carácter electoral cuando se refiere a preferencias electorales de los ciudadanos, intenciones de voto, opiniones sobre los candidatos, las organizaciones políticas o programas de gobierno. También, en época electoral, las que versen sobre cualquier otro tema o circunstancia que pueda tener incidencia sobre el desarrollo de la contienda electoral.</u></p> <p><u>Parágrafo 4. Las sanciones se podrán imponer de conformidad con el procedimiento administrativo sancionatorio previsto en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo. Las auditorías, conceptos y evaluaciones de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral podrán incorporarse al procedimiento como dictámenes periciales.</u></p>	
--	--	--

	<p><u>Siempre que la Comisión encuentre infracciones a las normas sobre publicación y difusión de encuestas deberá informar al Consejo Nacional Electoral y este deberá iniciar el respectivo procedimiento administrativo sancionatorio.</u></p>	
<p>ARTÍCULO 17. VIGENCIA. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.</p>	<p>Artículo 15. Vigencia. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias, especialmente el artículo 10 de la resolución 23 de 1996 expedida por el Consejo Nacional Electoral.</p>	<p>Se aclara que se deroga una norma de inferior jerarquía que creaba un órgano similar a la comisión creada aquí y que implicaría duplicidad de esfuerzos</p>

VII. PROPOSICIÓN

Por las razones expuestas anteriormente, solicitamos a la honorable Plenaria del Senado de la República aprobar en segundo debate el 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*” de conformidad al texto que a continuación se propone.

 <p>Clara López Obregón Senadora de la República Coordinadora Ponente</p>	 <p>Paloma Valencia Laserna Senadora de la República Coordinadora Ponente</p>
 <p>Alejandro Carlos Chacón Senador de la República</p>	 <p>Julio Elías Chagüi Flórez Senador de la República</p>
 <p>Temístocles Ortega Narváz Senador de la República</p>	 <p>AIDA MARINA QUILCUÉ VIVAS <i>Senadora de la República - Circunscripción Indígena</i> Movimiento Alternativo Indígena y Social (MAIS)</p>
 <p>Julián Gallo Cubillos Senador de la República</p>	 <p>Juan Carlos García Gómez Senador de la República</p>

 <p>Ariel Ávila Martínez Senador de la República</p>	
--	--

TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE EN SENADO

Proyecto de Ley No. 280 de 2024S - "POR MEDIO DE LA CUAL SE ESTABLECEN MEDIDAS SOBRE LA ELABORACIÓN, PUBLICACIÓN Y DIVULGACIÓN DE ENCUESTAS Y ESTUDIOS DE CARÁCTER POLÍTICO"

El Congreso de Colombia,

DECRETA

ARTÍCULO 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto regular la realización y divulgación de encuestas para cargos de elección popular y de opinión política, 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 la presente Ley son aplicables a todo estudio cuantitativo que se publique y a las personas jurídicas que los realicen y divulguen, cuyo objetivo sea dar a conocer preferencias, opinión o tendencias políticas y electorales. Incluyendo la intención de voto y la imagen de los personajes o 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.

Sin importar el nombre, denominación o metodología que se le dé al estudio cuantitativo para ser publicado y difundido deberá cumplir todas las exigencias de la presente ley para las encuestas.

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

Encuesta o encuesta por muestreo probabilístico: 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 un grupo específico por medio de un cuestionario que se aplica a un grupo de sus integrantes. Este procedimiento expedito de medición está dirigido a muestras no probabilísticas de la población que no se juzgan como representativas del conjunto al que pertenecen. Los resultados de este tipo de estudio no son generalizables para la población, su propósito es conocer la percepción sobre temas de interés político instituciones o funcionarios. No podrán publicarse ni divulgarse sondeos sobre intención de voto electoral.

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

Municipios y Distritos de inclusión forzosa para la toma de muestras en encuestas de carácter nacional: Serán aquellos municipios o distritos con una población igual o superior a 800,000 habitantes. También son de inclusión forzosa los municipios o distritos de mayor población en las regiones que no tengan municipios o distritos con 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.

Margen de error de Diseño: Margen de error utilizado para calcular el tamaño de la muestra.

-
Margen de error calculado para indicadores: Margen de error calculado individualmente para cada indicador a raíz de los datos recolectados.

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 conocida y mayor que cero para la muestra del estudio definidos dentro del diseño muestral.

Una encuesta del nivel nacional toda aquella debe tener un margen de error de diseño y calculado para cada indicador publicado de máximo tres por ciento (3%) y un nivel de confianza mínimo del noventa y cinco por ciento (95%) para las preguntas de opinión política, conocimiento, favorabilidad e intención de voto para personajes y/o candidatos con un fenómeno de ocurrencia menor al 40% o mayor al 60%.

Una encuesta de nivel Departamental, Distrital y/o municipal, debe tener un margen de error de diseño y calculado para cada indicador publicado máximo del cinco por ciento (5%) y el nivel de confianza mínimo del noventa y cinco por ciento (95%) para las preguntas de opinión política, conocimiento, favorabilidad e intención de voto y para personajes y/o candidatos con un fenómeno de ocurrencia menor a 40% o mayor a 60%.

Además, la distribución de la muestra deberá cumplir con los siguientes parámetros:

a) Cuando se trate de encuestas sobre opinión política, mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de carácter nacional, la muestra deberá incluir a todos los municipios y distritos con población igual o superior a 800.000 habitantes de acuerdo a la proyección más actualizada del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. También incluirá el municipio o distrito con mayor población de cada región que no tenga municipios o distritos con 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 encuestas sobre opinión política, mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales de carácter de carácter departamental, la muestra deberá incluir a la capital departamental y como mínimo el 20% de los municipios del respectivo Departamento.

c) Cuando se trate de encuestas sobre opinión política, 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.

Parágrafo: Para efectos de lo previsto en este artículo se entenderá por regiones las descritas en el artículo 45 de la Ley 2056 de 2020.

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.

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

Artículo 6. Requisitos formales para la publicación de encuestas y sondeos. 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 quién la encomendó.
2. La fuente de su financiación.
3. El tipo, tamaño de la muestra y procedimiento utilizado para seleccionar las unidades muestrales.
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 de diseño.
9. Tipo de estudio con arreglo a las categorías descritas en la presente Ley.
10. El propósito del estudio.
11. Universo representado.
12. Método de recolección de datos.
13. Nivel de confiabilidad.
14. Nombres y apellidos de los profesionales en estadística responsables de la encuesta.
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.

Parágrafo 1. Adicionalmente se deberá publicar en anexos técnicos abiertos y accesibles al público el número efectivo de respuestas a cada una de las preguntas en forma individual, el margen de error calculado de cada indicador y los microdatos anonimizando información personal y las variables necesarias para replicar los cálculos publicados.

Parágrafo 2. Las encuestas que no cumplan con los requisitos establecidos en este artículo no podrán ser publicadas ni difundidas.

Parágrafo 3. En su revisión posterior, el Consejo Nacional Electoral ejercerá vigilancia sobre el cumplimiento de la presente ley y especialmente sobre la forma en que se realizan las preguntas, no inducción a las respuestas, la adecuada selección de la muestra, la veracidad de los datos reportados, publicados y las buenas prácticas en todas las etapas de la encuesta hasta su publicación y difusión.

Parágrafo 4. En toda publicación deberá incluirse, de manera resaltada y claramente visible, que todas las encuestas se ven afectadas por márgenes de error.

Parágrafo 5. A partir de la entrada en vigencia de esta ley el Consejo Nacional Electoral deberá mantener actualizado y accesible en su página web un repositorio con la información señalada en este artículo de cada encuesta publicada, la información deberá ser pública en el repositorio en un plazo no superior a cinco (5) días desde su reporte por parte de la respectiva firma encuestadora.

Parágrafo 6. Los sondeos deberán ser acompañados en su publicación y divulgación de lo siguiente: La persona natural o jurídica que la realizó y la encomendó, la fuente de su financiación, el tipo, tamaño de la muestra y procedimiento utilizado para seleccionar las unidades muestrales, el texto literal de la pregunta o preguntas formuladas, y el orden en el que se realizaron, las personas o instituciones por quienes se indagó, el espacio geográfico y la fecha o período de tiempo en que se realizó, el propósito del estudio y el universo representado.

Artículo 7. Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral. La Comisión es un cuerpo técnico del Consejo Nacional Electoral. Serán funciones de la Comisión:

1. Estudiar, evaluar, auditar y conceptuar sobre el cumplimiento de las disposiciones que regulan la elaboración y publicación de encuestas.
2. Asesorar al Consejo Nacional Electoral en la regulación, vigilancia y seguimiento a las encuestas y estudios de opinión política.
3. Expedir su propio reglamento y designar coordinador.

Artículo 8. Conformación de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión política y Electoral. 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 y que cuenten con experiencia profesional demostrable de al menos 2 años relacionada con encuestas por muestreo probabilístico.

Los miembros serán elegidos por el Consejo Nacional Electoral a partir de una lista de postulados presentada por los decanos o directores de departamento de universidades que ofrezcan programas de pregrado, especialización, maestría y/o doctorado en estadística, acreditados en alta calidad por el Ministerio de Educación Nacional. Cada programa acreditado podrá postular hasta tres candidatos. Durante los cuatro años siguientes a su conformación, en caso de renuncia, inhabilidad, fallecimiento u otra circunstancia que genere una vacante en la comisión, el reemplazo será seleccionado de la lista de postulados.

Parágrafo 1. Inhabilidades e incompatibilidades. No podrán ser miembros de la Comisión:

- a. Quienes hayan sido sancionados por las conductas previstas en la presente Ley.
- b. Quienes sean afiliados o hayan tenido vínculos contractuales o laborales en los últimos tres (3) años con partidos, movimientos o campañas políticas.
- c. Quienes hayan tenido vínculos laborales o contractuales, en los últimos dos (2) años, con personas naturales o jurídicas dedicadas a realizar encuestas o investigaciones políticas cuantitativas o cualitativas.
- d. Quienes tengan vínculo por matrimonio, unión permanente o parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil con: candidatos; directivos de partidos, movimientos y campañas políticas; socios, miembros de junta directiva o trabajadores de confianza y manejo vinculados a personas naturales o jurídicas registradas como encuestadoras políticas.

Parágrafo 2. Los honorarios de los miembros de La Comisión serán pagados mensualmente de acuerdo a la tabla vigente de honorarios de la organización electoral.

Parágrafo 3. En temporada electoral el Consejo Nacional Electoral podrá vincular a supernumerarios para asistir la tarea de la Comisión de acuerdo con los requerimientos solicitados por ella.

Artículo 9. De las firmas encuestadoras. Solamente podrán realizar encuestas de carácter electoral con ánimo de publicación, las firmas encuestadoras previamente registradas ante el Consejo Nacional Electoral.

No está permitida la publicación y difusión en medios masivos de comunicación de encuestas y sondeos falsos, que incumplan las disposiciones establecidas en la presente ley, o utilicen emblemas de empresas encuestadoras registradas sin su autorización.

Artículo 10. Del registro. 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. En caso de contradicción entre la norma técnica y lo previsto en esta ley prevalece la ley.

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, ésta 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 5. La nacionalidad o país de domicilio de las personas jurídicas que deban registrarse en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras no las exime de la obligación de registrarse y de cumplir los requisitos legales para la elaboración, publicación y divulgación de encuestas.

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. Responsabilidad de las firmas encuestadoras. Las firmas encuestadoras deberán cumplir con las leyes de la estadística. Si no lo hicieren, responderán civil y penalmente por sus actos cuando corresponda.

Artículo 12. Auditoría y trazabilidad de los datos. Para garantizar que se disponga de la información necesaria para la realización de auditorías, las firmas encuestadoras deberán entregar al Consejo Nacional Electoral de manera simultánea a la entrega de los productos terminados al cliente y guardar copia, por un lapso no inferior a dos (2) años, la siguiente información:

1. Lo señalado en el artículo 6;
2. Los cálculos y justificación del tamaño y selección de la muestra;
3. El código computacional usado para el procesamiento de los datos y el cálculo de los indicadores;
4. Los registros primarios utilizados tales como cuestionarios diligenciados, ficheros de datos, grabaciones u otros similares;
5. Los productos de la auditoría interna.

- Adicionalmente para el caso de encuestas en hogares se deberá entregar el código computacional usado y que haga posible replicar la selección de las unidades muestrales. En encuestas telefónicas la descripción del procedimiento de selección de la muestra y números telefónicos.

- Todas las encuestas de opinión política nacionales serán auditadas por la comisión. Las encuestas territoriales serán auditadas aleatoriamente. El Consejo Nacional Electoral podrá contratar auditorías externas.

- **Parágrafo.** A partir de la entrada en vigencia de la presente ley el CNE deberá conservar al menos dos copias en dispositivos independientes de la información aquí señalada en expedientes digitales.

Artículo 13. Prohibición de aportes. 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.

Artículo 14. Sanciones en materia de encuestas. Subróguense el artículo 28 de la ley 996 de 2005 y el artículo 30 de la ley 130 de 1994 los cuales quedarán así:

ARTÍCULO . DE LAS ENCUESTAS ELECTORALES. Toda encuesta de opinión de carácter electoral al ser publicada o difundida por cualquier medio de comunicación tendrá que cumplir con todos los requisitos legales y reglamentarios. Sólo podrán divulgarse encuestas representativas estadísticamente, en las cuales los entrevistados sean seleccionados probabilísticamente. Se prohíbe la realización o publicación de encuestas o sondeos la semana anterior a las elecciones en los medios de comunicación social tradicionales o digitales. También queda prohibida la divulgación en cualquier medio de comunicación de encuestas o sondeos, durante el mismo término, que difundan los medios de comunicación social internacionales. El Consejo Nacional Electoral ejercerá especial vigilancia sobre las entidades o personas que realicen esta actividad cuando se trate de encuestas políticas, electorales o sondeos de opinión, para asegurar que las preguntas al público no sean formuladas de manera que induzcan una respuesta determinada.

Las empresas que contemplen dentro de su objeto la realización de encuestas políticas o electorales deberán estar inscritas en el Registro Nacional de Encuestadores que para este efecto llevará el Consejo Nacional Electoral cuando estén destinadas a ser publicadas.

En ningún caso se podrán realizar o publicar encuestas, sondeos o proyecciones electorales el día de los comicios.

PARÁGRAFO 1o. Cuando un medio de comunicación realice sondeos de opinión o consultas abiertas para que los ciudadanos expresen opiniones sobre preferencias electorales por medio de Internet o de llamadas telefónicas, en las que no existe un diseño técnico de muestra ni es posible calcular un margen de error, el medio deberá informar claramente a sus receptores la naturaleza y alcance de la consulta y advertir que no se trata de una encuesta técnicamente diseñada.

PARÁGRAFO 2o. La infracción a las disposiciones de este artículo será sancionada por el Consejo Nacional Electoral, con multa de quince (15) a doscientos (200) salarios mínimos legales mensuales vigentes, según la gravedad de la falta, impuesta tanto al medio de comunicación como a quien encomendó o financió la realización de la encuesta o con la suspensión o prohibición del ejercicio de estas actividades.

El monto de la multa se depositará en el Fondo Nacional de Financiación de Partidos y Campañas Electorales.




PARÁGRAFO 3o. Se entiende que una encuesta tiene carácter político cuando verse sobre asuntos relacionados con el Estado o con el poder político. Una encuesta o sondeo de opinión tiene carácter electoral cuando se refiere a preferencias electorales de los ciudadanos, intenciones de voto, opiniones sobre los candidatos, las organizaciones políticas o programas

de gobierno. También, en época electoral, las que versen sobre cualquier otro tema o circunstancia que pueda tener incidencia sobre el desarrollo de la contienda electoral.

Parágrafo 4. Las sanciones se podrán imponer de conformidad con el procedimiento administrativo sancionatorio previsto en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo. Las auditorías, conceptos y evaluaciones de la Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral podrán incorporarse al procedimiento como dictámenes periciales. Siempre que la Comisión encuentre infracciones a las normas sobre publicación y difusión de encuestas deberá informar al Consejo Nacional Electoral y este deberá iniciar el respectivo procedimiento administrativo sancionatorio.

Artículo 15. Vigencia. La presente ley rige a partir de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias, especialmente el artículo 10 de la resolución 23 de 1996 expedida por el Consejo Nacional Electoral.

 Clara López Obregón Senadora de la República Coordinadora Ponente	 Paloma Valencia Laserna Senadora de la República Coordinadora Ponente
 Alejandro Carlos Chacón Senador de la República	 Julio Elías Chagui Flórez Senador de la República
Temístocles Ortega Narváez Senador de la República	 AIDA MARINA QUILCUÉ VIVAS Senadora de la República - Circunscripción Indígena Movimiento Alternativo Indígena y Social (MAIS)

 <p>Julián Gallo Cubillos Senador de la República</p>	 <p>Juan Carlos García Gómez Senador de la República</p>
 <p>Ariel Ávila Martínez Senador de la República</p>	

03 DE MARZO DE 2025. COMISION PRIMERA H. SENADO DE LA REPUBLICA. SECRETARIA COMISION. En la fecha se radica la ponencia para segundo de esta iniciativa, en el correo institucional ponencias.comisionprimera@senado.gov.co.

YURY LINETH SIERRA TORRES
Secretaria General Comisión Primera
H. Senado de la República

03 DE MARZO DE 2025. COMISION PRIMERA H. SENADO DE LA REPUBLICA. SECRETARIA COMISION. Acorde al artículo 165 de la Ley 5ª de 1992, se autoriza por parte de la Presidencia y la Secretaría de esta célula legislativa, la publicación de este informe de ponencia para segundo debate.

Presidente,

S. ARIEL AVILA MARTÍNEZ

Secretaria General,

YURY LINETH SIERRA TORRES