

ANÁLISIS COMPARATIVO SOBRE FINANCIAMIENTO DE CAMPAÑAS Y PARTIDOS POLÍTICOS

ANEXO No. 1

Ficha para la recolección información sobre marcos normativos¹

NOMBRE DEL PAÍS Y EL CONSULTOR NACIONAL CHILE CLAUDIO FUENTES <i>A partir de la vigencia de la nueva ley 19.884 sobre transparencia y límites del gasto electoral</i>	
I. NATURALEZA DE LOS REGÍMENES DE FINANCIAMIENTO POLÍTICO (PÚBLICO, PRIVADO, MIXTO)	
A. FINANCIAMIENTO PÚBLICO DIRECTO	
1. Condiciones para acceder al financiamiento público directo	Existe financiamiento para todos los partidos y candidatos inscritos en el Servicio Electoral.
2. Umbrales para obtener financiamiento público	No hay umbral, ya que existe anticipo regulado para todos los partidos y candidatos. Art. 14 Ley sobre transparencia y gasto electoral (TGE)
3. Tipos de Financiamiento público directo	
a. A los partidos	SI
✓ Funcionamiento cotidiano	NO
✓ Con fines electorales	SI
✓ Investigación y fortalecimiento institucional	NO
✓ Mixto	NO
b. A los candidatos	SI. Art. 13 Ley TGE.
✓ Presidencia	SI. Art. 14 Ley TGE.
✓ Parlamento	SI. Art. 14 Ley TGE.

¹ N/A = no aplica, N/D = no disponible, N/R = no regulado, S/R = sin respuesta.

c. Grupos parlamentarios y legisladores individuales	NO
d. Otras organizaciones	NO
4. Financiamiento Público directo según tipo de elección	
a. Elecciones internas de partido	NO
b. Elecciones presidenciales	SI. Art. 13 Ley TGE.
c. Elecciones para congreso	SI. Art. 14 Ley TGE.
d. Elecciones locales (municipales)	SI. Art. 14 Ley TGE.
5. Momento del desembolso	
a. Antes de la campaña	SI. Mediante anticipos tomando en consideración votos obtenidos en elección anterior de igual naturaleza. Art. 13 Ley TGE.
b. Durante la Campaña	NO
c. Después de la campaña	SI, tomando en consideración los votos obtenidos por los partidos y candidatos. Art. 15 Ley TGE.
d. Permanente	NO
e. Mixto	NO
6. Criterios de distribución	
a. Equitativo (partes iguales)	NO
b. Proporcional a la fuerza electoral	SI. Art. 15 Ley TGE.
c. Representación parlamentaria	NO
d. Métodos mixtos	NO
✓ Equidad y fuerza electoral	NO
✓ Fuerza y representación parlamentaria	NO
✓ Otros	NO
7. Uso de recursos públicos: ¿Existen normas que regulen la propaganda de Gobierno en época electoral? ¿Cuál es el órgano de control? ¿Qué sucede en caso de infracción? ¿Qué sanciones se prevén? ¿Se ha aplicado sanciones y de qué tipo en alguna ocasión?	
No existen normas que regulen propaganda de gobierno en época electoral	

B. FINANCIAMIENTO PÚBLICO INDIRECTO	
1. Actividades objeto de financiamiento	
a. Transporte	NO
b. Publicaciones (imprensa, correspondencia, correo)	SI. Correos de Chile realiza descuento por volumen (descuento no exclusivo de campañas o para partidos políticos). Art. 36 Ley Orgánica Constitucional de los Partidos Políticos (LOCPP)
c. Exoneraciones	NO
d. Donaciones correlativas	NO
e. Alivio en el pago de impuesto a la renta	SI. A través de exenciones tributarias para donaciones. Art. 11 Ley TGE.
f. Créditos impositivos	NO
g. Promoción del voto	NO
h. Transmisión de mensajes políticos	SI
i. Capacitación	NO
j. Otros	SI. Exenciones en ley de timbres y estampillas para documentos de partidos políticos. Art. 36 LOCP.
C. FINANCIAMIENTO PRIVADO: RESTRICCIÓN DE DONACIONES	
1. Límites al monto de las contribuciones	Existen límites para las donaciones anónimas, para las reservadas y para las públicas fijados en unidades de fomento.
2. Prohibiciones	
a. Prohibición de donaciones de individuos o personas naturales.	SI.
b. Prohibición de donantes provenientes del extranjero	SI. Art. 33 Ley OCPP, aunque la ley no establece mecanismos de control de dicha norma.
c. Prohibiciones de donaciones de sindicatos	SI Art. 26 Ley TGE.
d. Prohibiciones de donaciones corporativas	NO
e. Prohibiciones de donaciones de contratistas gubernamentales	SI Art. 25 Ley TGE.

f. Prohibiciones de donaciones anónimas	NO
g. Otras	SI. Prohibiciones para personas jurídicas sin fines de lucro. Art. 26 LTGE.
D. LÍMITES A LOS GASTOS DE CAMPAÑA	
1. Por partidos	
a. Monto	SI. Hasta un tercio del total de los límites de todos sus candidatos. Art. 5 LTGE.
2. Por candidato	
a. Presidencia	
✓ Monto	SI. En el caso de las candidaturas a Presidente de la República, el límite de gasto será equivalente a la cantidad que resulte de multiplicar por tres centésimos de unidad de fomento el número de inscritos en los registros electorales del país. No obstante, tratándose de la situación prevista en el inciso segundo del artículo 26 de la Constitución Política, dicho límite se calculará considerando como factor multiplicador un centésimo de unidad de fomento.
b. Parlamento	
✓ Monto	SI. Tratándose de candidaturas a senador , el límite de gasto no podrá exceder de la suma de tres mil unidades de fomento, más aquella que resulte de multiplicar por cuatro centésimos de unidad de fomento los primeros doscientos mil inscritos, por tres centésimos de unidad de fomento los siguientes doscientos mil inscritos y por dos centésimos de unidad de fomento los restantes inscritos en la respectiva circunscripción. Los candidatos a diputado no podrán exceder de la suma de mil quinientas unidades de fomento, más aquella que resulte de multiplicar por tres centésimos de unidad de fomento el número de inscritos en los registros electorales en el respectivo distrito. Art. 4 LTGE.
E. CUANTIFICACIÓN APROXIMADA DEL FINANCIAMIENTO	
1. Costo aproximado de las últimas elecciones	
(No existen estudios sobre la materia. Los cálculos son estimativos y basados en prensa, entrevistas con informantes claves y fuentes secundarias)	
a. Presidenciales	USD\$ 22 millones.
b. Legislativas	USD\$ 40 a 70 millones.
c. Sub nacionales (Regionales, Departamentales, Municipales)	No existen fuentes para realizar una estimación.

2. Costo de las elecciones para los actores	
a. Partidos	Entre 10 y 30% (Depende de importancia del distrito, fondos del candidato)
b. Candidatos	Entre 70 y 90% (depende de importancia del distrito, recursos del candidato)
c. Autoridad electoral	No financian campañas.
3. Origen de los recursos. Monto y Porcentaje	
a. Financiamiento público	20%
b. Financiamiento privado	80%
✓ Citar principales donantes	Empresarios, propio candidato, fondos del partido.
c. Recursos del partido	10 a 30% del costo de campañas.
d. Otros	N/D
4. Destinación: mayores rubros dentro del costo de la campaña (cuando corresponda distinguir entre tipos de elección: presidencial, legislativa, subnacional)	No existen estudios sobre el tema. Cálculo aproximado a partir de informantes claves e informaciones de prensa.
a. Publicidad (televisión, radio, prensa, otros)	40-50%
b. Salarios para los funcionarios de los partidos	30-40%
c. Transporte	10%
d. Otros	20% (asesoría, encuestas)

II. ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
A. TRANSMISIÓN GRATUITA DE MENSAJES POLÍTICOS	
1. Franjas electorales	
a. Obligatorias	SI Art. 31 Ley OCPP
✓ Medios públicos (t.v, radio y prensa)	Franja electoral gratuita en televisión abierta.
✓ Medios privados (t.v, radio y prensa)	Es gratuita la franja de televisión; radio y prensa es pagada.
b. Voluntarias	N/A
✓ Medios privados (t.v, radio, prensa)	NO
2. Carácter de la franja electoral	
a. Única (no hay propaganda política paga)	SI Art. 31 Ley OCPP
b. Principal (los mensajes complementarios no superan en tiempo a la franja)	NO
c. Complementaria (hay mensajes pagos que superan en tiempo a la franja)	NO
3. Franjas en periodos no electorales	NO
4. Costo de la franja	
a. Totalmente gratuita	SI Art. 31 Ley OCPP
b. El estado paga por la franja u ofrece exenciones impositivas	El costo es asumido por los propios canales de televisión de libre recepción.
5. Acceso a la franja	
a. Representación obtenida en la elección anterior	Franja presidencial: distribución equitativa entre candidatos. Franja diputados y senadores: representación obtenida en elección de diputados anterior. Art. 31 Ley OCPP
✓ Número de votos obtenidos	Franja diputados y senadores: número de votos obtenidos en última elección de diputados. Art. 31 Ley OCPP
✓ Bancas obtenidas	N/A

✓ Criterios mixtos	N/A
✓ Criterio para nuevas fuerzas partidarias	Tiempo que corresponde a partido que hubiere obtenido menor número de votos en elección anterior.
b. Base igualitaria más algún criterio anterior	N/A
c. Puramente gratuita	SI
6. Costos de producción de la propaganda en franjas	
a. Cubierto por el Estado	NO
b. No cubierto	SI. Cada partido (o pacto) debe costearse producción de franjas.
7. Tiempos	
a. Destinados a la franja globalmente	30 minutos diarios en elección presidencial y de Congreso, desde el trigésimo día y hasta el tercer día antes de la elección. En el caso de elecciones conjuntas de Presidente y Congreso, se destinarán 40 minutos, distribuidos 20 minutos para presidencial y 20 para Congresista. Art. 31 Ley sobre votaciones populares y escrutinios (LVPE)
b. Destinados a partidos o alianzas electorales	En el caso presidencial se distribuyen equitativamente entre candidatos. En el caso de elección Congreso, en forma proporcional a votos obtenidos última elección de diputados. Distribución proporcional por alianza (o pacto). Art. 31 LVPE
c. Destinados a candidatos	N/A
8. Organismos que adjudican la franja	Consejo Nacional de Radio y Televisión. Art. 31 LVPE
9. Organismos que controlan el uso de la franja	Consejo Nacional de Radio y Televisión. Art. 31 LVPE
10. Sanciones	Apelaciones son vistas por el Tribunal Calificador de Elecciones.
B. CONTRATACIÓN DE ESPACIOS	
1. Propaganda paga por partidos, candidatos, etc.	
a. Como complemento de la franja gratuita	SI. Es factible contratar propaganda en radioemisoras, televisión por cable, y prensa escrita. Art. 31 LVPE
✓ Límites	SI. Sólo podrá realizarse entre el trigésimo y el tercer día antes de una elección. Se prohíbe la propaganda electoral en cines y salas de exhibición de videos. El financiamiento de esta propaganda debe provenir de fuentes de origen nacional. Art. 30 LVPE

b. Como opción única, dado que no hay franjas	N/A
✓ Límites legales	N/A
✓ Sin límites	N/A
c. Protección y tarifas para la publicidad paga	Las empresas periodísticas no podrán discriminar en el cobro de tarifas entre las distintas candidaturas o proposiciones. Art. 31 LVPE
d. Control de los organismos electorales	NO. Carabineros deberá fiscalizar el cumplimiento de la norma sobre propaganda y publicidad. Art. 35 LVPE
e. Costos por minutos o segundos de cuñas de radio y spot publicitarios	N/D
2. Propaganda indirecta	N/R
a. Informativos	N/R
b. Programas periodísticos	N/R
c. Otros	N/R
3. Normas para debates entre candidatos	Las normas se establecen entre las partes y el canal respectivo.
4. Encuestas	
a. Límites	SI. Queda prohibido el publicar encuestas los tres días antes de una elección.
b. Reglas para garantizar calidad	N/R
5. Normas para Exit Polls	N/R
6. Disposiciones específicas sobre medios	
a. Televisión	Ya indicado.
b. Cable	N/R
c. Prensa escrita	Ya indicado.
d. TV satelital	N/R
e. Internet	N/R

III. RENDICIÓN DE CUENTAS Y DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN

NOTA: En Chile no existen normas sobre divulgación de información sobre gastos de campañas. No obstante, los partidos tienen la obligación de dar a conocer ante el Servicio Electoral sus balances anuales de ingresos y egresos. El Servicio Electoral solo tiene la capacidad de controlar que en los libros de cuentas se ajusten ingresos y egresos.

1. ¿Quién debe divulgar?	<input checked="" type="checkbox"/> Partidos Políticos <input type="checkbox"/> ONGs que consiguen recursos para los partidos y candidatos	<input checked="" type="checkbox"/> Candidatos <input type="checkbox"/> Otros (especificar)	<input type="checkbox"/> Donantes
2. ¿Qué debe ser divulgado?			
a. Partidos			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuciones-en dinero	<input checked="" type="checkbox"/> Detalladas	<input type="checkbox"/> Agregadas	
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuciones en especie (materiales, equipos, préstamos)	<input checked="" type="checkbox"/> Detalladas	<input type="checkbox"/> Agregadas	
<input checked="" type="checkbox"/> Nombre de los donantes	<input checked="" type="checkbox"/> Lista de nombres detallada	<input type="checkbox"/> No son requisito listas de nombres detalladas con montos de las contribuciones	
<input checked="" type="checkbox"/> Direcciones de los donantes	<input checked="" type="checkbox"/> Completa	<input type="checkbox"/> Parcial	<input type="checkbox"/> No es requisito
<input checked="" type="checkbox"/> Nombres de los proveedores	<input checked="" type="checkbox"/> Lista de nombres detallada	<input type="checkbox"/> No son requisito listas de nombres detalladas con los montos de gastos	
<input checked="" type="checkbox"/> Activos personales	<input checked="" type="checkbox"/> Se requiere registro y archivo	<input type="checkbox"/> No se requiere registro ni archivo	
b. Candidatos			
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuciones-en dinero	<input checked="" type="checkbox"/> Detalladas	<input type="checkbox"/> Agregadas	
<input checked="" type="checkbox"/> Contribuciones en especie (materiales, equipos, préstamos)	<input checked="" type="checkbox"/> Detalladas	<input type="checkbox"/> Agregadas	
<input checked="" type="checkbox"/> Nombre de los donantes	<input checked="" type="checkbox"/> Lista de nombres detallada	<input type="checkbox"/> No son requisito listas de nombres detalladas con montos de las contribuciones	
<input checked="" type="checkbox"/> Direcciones de los donantes	<input type="checkbox"/> Completa	<input checked="" type="checkbox"/> Parcial	<input type="checkbox"/> No es requisito
<input checked="" type="checkbox"/> Nombres de los proveedores	<input checked="" type="checkbox"/> Lista de nombres detallada	<input type="checkbox"/> No son requisito listas de nombres detalladas con los montos de gastos	
<input checked="" type="checkbox"/> Activos personales	<input type="checkbox"/> Se requiere registro y archivo	<input type="checkbox"/> No se requiere registro ni	

	archivo		
3. Clases de contribuciones que se pueden recibir legalmente	<input checked="" type="checkbox"/> Fondos privados <input type="checkbox"/> Compañías extranjeras	<input checked="" type="checkbox"/> Empresas o corporaciones <input type="checkbox"/> Compañías nacionales en el extranjero	<input type="checkbox"/> Sindicatos <input type="checkbox"/> Fondos de ciudadanos nacionales residentes en el extranjero
4. ¿Qué actividades se sospechan que pueden contribuir a la financiación de partidos y candidatos?	<input checked="" type="checkbox"/> Fondos de compañías, personas y organizaciones que exceden el límite permitido pero no son declarados	<input type="checkbox"/> Mafia <input type="checkbox"/> Narcotráfico <input type="checkbox"/> Lavado de activos	<input type="checkbox"/> Influencia de fondos extranjeros <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> No hay sospecha de fondos ilegales
5. Institución encargada de recibir los informes financieros	<input checked="" type="checkbox"/> Es una entidad gubernamental creada por decreto o estatuto	<input type="checkbox"/> Es un cuerpo privado creado y financiado por el gobierno	<input type="checkbox"/> Es un ente creado constitucionalmente
a. Nombre	SERVICIO ELECTORAL		
b. Teléfono	6397315		
6. ¿Hay contribuciones de menor cuantía que no necesitan ser registradas?	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> Cuál es el monto <input checked="" type="checkbox"/> No	Explicar:	
7. ¿Cuándo son exigidos los informes?	<input type="checkbox"/> Antes de la elección - ¿Cuántas semanas antes? _____ - ¿Cuántos y cuántas veces son requeridos los informes?	<input checked="" type="checkbox"/> Después de la elección. - ¿Cuántas semanas después? <u>30 días</u>	
8. ¿Cómo se transmiten los informes al público en general?	<input type="checkbox"/> Fax <input type="checkbox"/> Fotocopias <input checked="" type="checkbox"/> Internet	<input checked="" type="checkbox"/> Entrega a solicitud (copia en mano) <input checked="" type="checkbox"/> Gacetas o publicaciones en periódicos locales y boletines	<input type="checkbox"/> Otros. Especificar.
9. Accesibilidad a los reportes públicos	<input type="checkbox"/> Dificultad alta	<input type="checkbox"/> Dificultad media	<input checked="" type="checkbox"/> Dificultad baja
10. ¿Cuánto tiempo pasa entre la recepción y la entrega de los informes al público	<input type="checkbox"/> ¿Cuántas semanas? _____ <input type="checkbox"/> ¿Cuántos meses? _____ <input type="checkbox"/> ¿Cuántos años? _____	Explicar:	

11. Calidad de los informes.			
a. ¿Son detallados o presentan solamente cifras agregadas?			
✓ Contribuciones en dinero	X Detalladas	<input type="checkbox"/> Cifras agregadas	
✓ Contribuciones en especie (materiales, equipos, préstamos)	X Detalladas	<input type="checkbox"/> Cifras agregadas	
✓ Gastos	X Detallados por listas de categorías	<input type="checkbox"/> Agregados o no clasificados	
✓ Nombre de los donantes	X Lista de nombres detallada	<input type="checkbox"/> No son requisito listas de nombres detalladas con montos de las contribuciones	
b. Nombre de los donantes	<input type="checkbox"/> ¿Se exige el nombre completo de los donantes?	<input type="checkbox"/> ¿Se exige la dirección postal completa del donante?	<input type="checkbox"/> ¿Aparece el nombre del donante relacionado con los montos específicos de contribuciones que otorgó?
c. Nombre de los proveedores	X ¿Se exige el nombre completo?	X ¿Se exige la dirección postal completa?	<input type="checkbox"/> ¿Los informes incluyen una lista de compras, especificada de acuerdo a las cantidades de dinero pagadas?
d. Clases de gastos	X ¿Los productos y servicios suministrados por proveedores se encuentran específicamente clasificados en los reportes? (medios, transporte, nómina, comida, etc)	¿Las compras de los beneficiarios se presentan detalladas o agregadas?	
12. Capacidad y mecanismos para aplicar la legislación sobre divulgación			

a. Organos encargados de aplicar la legislación	<input type="checkbox"/> ¿Es el mismo órgano que recibe los informes? <input type="checkbox"/> ¿Es un organismo diferente? Nombre. <input type="checkbox"/> ¿Es un tribunal o una corte especial?	Explicar:	
b. Facultades del organismo	X Pasivo: - Recibe los reportes con poco nivel de investigación	<input type="checkbox"/> Activo: - ¿Realiza auditorias y conduce investigaciones? - ¿Puede sancionar o multar a los infractores? - ¿Puede aplicar penas criminales?	
c. Fortalezas y debilidades	<input type="checkbox"/> Fortalezas	<input type="checkbox"/> Debilidades	
d. Imagen del organismo de control. (marcar varias posibilidades si es necesario)	<input type="checkbox"/> Estricto <input type="checkbox"/> No es estricto X Políticamente neutro y sin preferencias	<input type="checkbox"/> Políticamente tímido y con favorabilidad hacia el poder X Respetado <input type="checkbox"/> No muy respetado	
13. Realidad y prácticas actuales			
a. Basado en las respuestas anteriores, cómo cataloga el estado de la divulgación en su país	<input type="checkbox"/> Relación distante entre las leyes y la práctica	<input type="checkbox"/> Correspondencia aceptable entre la norma y la práctica	<input type="checkbox"/> Excelente grado de correspondencia entre la ley y la práctica
b. ¿Los sujetos obligados a rendir cuentas están también obligados a divulgar al público la información? Partidos X Candidatos Organismos oficiales ONGs Otros			
c. ¿La obligación de rendir cuentas es amplia o se refiere exclusivamente a los fondos públicos recibidos? Amplia X Sólo fondos públicos			
d. ¿Existen sanciones específicas vinculadas con el incumplimiento de la obligación de rendir cuentas y/o de divulgar la información al público? En caso afirmativo, cuáles?			
e. ¿Considera Ud. que en su país las campañas electorales son partido-céntricas o candidato-céntricas? Las campañas tienden a ser partido-céntricas. Sin embargo, en los últimos años se advierte una mayor tendencia a destacar la figura del candidato por sobre el partido.			

<p>f. Los medios de comunicación reflejan información sobre financiamiento político: generalmente sólo con motivo de las campañas X sólo cuando hay alguna denuncia o surge un escándalo X Con motivo de las campañas y cuando hay denuncias</p>
<p>g. ¿El órgano encargado de la recolección de la información tiene capacidad para llevar adelante auditorias o investigaciones especiales por ejemplo sobre costo de campañas, etc.? En caso afirmativo, las ha ejercido?</p>
<p>h. ¿Alguna ONG ha logrado que los competidores en una campaña electoral firmen un Acuerdo o Pacto de Transparencia? En caso afirmativo, informar características NO</p>
<p>i. ¿Ha habido algún caso de persecución política o crítica desde el gobierno o persecución fiscal o de otro tipo vinculada con los aportes a los partidos o campañas realizados por privados? En caso afirmativo, informar. NO</p>
<p>j. ¿Existen otras normas en el ordenamiento jurídico que obligan a los siguientes sujetos a rendir cuentas ante algún organismo del Estado y publicar sus balances: - empresas - sindicatos - fundaciones - asociaciones civiles - ONGs -Medios de comunicación En Chile, las empresas están obligadas a publicar en la prensa sus balances anuales y hacerlos llegar ante el Servicio de Impuestos Internos.</p>
<p>k. ¿Existe algún organismo especializado en la detección de Lavado de Dinero proveniente de la droga? Existen dentro de la Policía de Investigaciones, Carabineros de Chile y la Dirección de Seguridad Pública dependiente del Ministerio del Interior, instancias para la detección de lavado de dinero. En caso afirmativo, tienen los partidos o candidatos alguna obligación de informar movimientos económicos a este organismo? En caso afirmativo, incluir una breve explicación. NO</p>
<p>l. Qué lugar considera Ud. que el tema del financiamiento de la política y su transparencia ocupa en la agenda pública de su país? - relevante - secundario X - muy poco importante -ni figura en la agenda</p>

14. Ubicación en la tabla de divulgación

Usando la tabla de divulgación (preparado por USAID) que se presenta en el *anexo 1*, al final del presente documento, explicar cómo sus conclusiones contrastan o coinciden con los resultados de la tabla.

Mis conclusiones coinciden con la tabla de divulgación en los puntos 1, y 3 a 7. Sin embargo, en el punto 2 (income and-or expenditure accounts by party) se indica que en Chile se indica en forma afirmativa, es decir, existiría un mecanismo de divulgación de gastos de partidos. Como se indica en el informe, si bien los partidos deben dar cuenta de sus ingresos y egresos al Servicio electoral, aquello en la práctica es un acto formal y que no se ajusta a la realidad. De los montos indicados oficialmente se desprende que es evidente que los partidos no dan cuenta de las contribuciones totales para sus campañas. De esta forma, si la Disclosure TABLE preparada por USAID se refiere estrictamente al financiamiento de campañas electorales, en Chile el ítem 2 debiera ser NO.

IV. APLICACIÓN EFECTIVA DE LOS REGÍMENES REGULATORIOS Y DE SANCIONES

A. ÓRGANOS DE CONTROL

(Las facultades y competencias deben centrarse en el tema de financiamiento)

NOTA: Información pendiente para actualizar conforme a la nueva ley

1. Naturaleza de las autoridades	
a. Organismos electorales	SI. Servicio Electoral de Chile.
b. Jueces con jurisdicción electoral	NO
c. Contralores Generales	NO
d. Mixtos	NO
2. Elección y composición de los cuerpos decisorios	S/R
3. Facultades y competencias	S/R
4. Independencia y autonomía	S/R
5. Capacidad Institucional	S/R
a. Recursos financieros	S/R
b. Recursos humanos	S/R
c. Capacidad técnica	S/R
6. Órganos de control	S/R

partidario (interno)	
B. MECANISMOS DE CUMPLIMIENTO Y REGÍMENES DE SANCIONES	
1. Tipos de mecanismos	No aplicable hasta ahora. Ley en trámite.
a. Vigilancia e investigación sistemática y permanente	N/A
b. Basado en la denuncia	N/A
c. Auditoría aleatoria	N/A
d. Mecanismos alternativos (convenios de cumplimiento, etc.)	N/A
e. Mixtos	N/A
2. Régimen de Sanciones	N/A
a. Sanciones Pecuniarias	N/A
✓ Partidos	N/A
✓ Candidatos	N/A
✓ Donantes	N/A
b. Sanciones penales	N/A
✓ Partidos	N/A
✓ Candidatos	N/A
✓ Donantes	N/A
c. Sanciones Administrativas	N/A
d. Otras sanciones	N/A
3. ¿Qué tipo de sanciones se han aplicado específicamente? (multas, suspensión de registro, etc.)	N/A

C. CULTURA DE CUMPLIMIENTO Y FISCALIZACIÓN DE RECURSOS DESDE LA SOCIEDAD	
NOTA: En Chile, no se ha dado un control desde la sociedad del financiamiento electoral	
1. Incentivos al cumplimiento voluntario	
✓ Capacitación de trabajadores de campaña	N/A
✓ Asistencia técnica	N/A
✓ Apoyo material	N/A
✓ Subsidios para servicios de auditoría	N/A
✓ Educación al público	N/A
2. Fiscalización de recursos públicos por la sociedad	
✓ Citar organizaciones de la sociedad civil involucradas	Corporación PARTICIPA y Transparencia Internacional (Chile) realizaron un monitoreo parcial del costo de campañas en el 2001
✓ Proyectos de iniciativa ciudadana	PARTICIPA, Transparencia Internacional –Sección Chile, y FLACSO Chile ha iniciado conversaciones para monitorear financiamiento de campañas en el futuro
✓ Otros	N/A
3. ¿Niveles de corrupción destacados? Citar casos	Caso “Coimas”. En el 2002 un empresario denunció una supuesta extorsión por parte de diputados a cambio de favores políticos. El empresario había contribuido en el pasado a la campaña de dichos diputados.

V. LISTA DE REGULACIONES SOBRE FINANCIAMIENTO

Ley 18.700, Ley Orgánica Constitucional sobre votaciones populares y escrutinios
 Ley 18.603 Ley Orgánica Constitucional de los partidos políticos
 Ley 18.556 Ley Orgánica Constitucional sobre sistema de inscripciones electorales y servicio electoral
 Ley 19.884 Ley Orgánica sobre transparencia y límites del gasto electoral.

VI. LISTA DE BIBLIOGRAFÍA SOBRE FINANCIAMIENTO

➤ Fuentes, Claudio. 2003. "Financiamiento Electoral en Chile: La necesaria modernización de la democracia chilena," *Colección Ideas*, Santiago, Fundación Chile21 (Número 30, Abril

2003)

- Huneeus, Carlos. 1998. El financiamiento de los partidos políticos y las campañas electorales en Chile. In *La financiación de la política en Iberoamérica*, edited by P. Del Castillo and D. Zovatto. San José: Costa Rica: IIDH-CAPEL.
- Libertad y Desarrollo. 2002. Límite al gasto electoral: menos competencia política. *Temas Públicos (LyD)* (584):1-4.
- Libertad y Desarrollo. 2002. Gasto electoral: lo central es el indebido aporte del gobierno. *Temas Públicos (LyD)* (599):1-2.
- Mann, Thomas. 2000. Dilemas de las regulaciones del financiamiento político. *Estudios Públicos* (78):5-26.
- Peña, Carlos. 2002. El gasto electoral y los derechos constitucionales. *Puntos de Referencia (CEP)* (256).
- Peña, Carlos. 2002. El sonido del dinero: el gasto electoral y la libertad de expresión. *Documentos de Trabajo (CEP)* (330).
- República de Chile. 2000. Mensaje del S.E. el presidente de la República con el que inicia un proyecto de ley sobre transparencia, límite y control del gasto electoral. Santiago.
- Senado. 2001. Diario de Sesiones del Senado. Legislatura 344, ordinaria, Sesión 24, Martes 21 de agosto del 2001. Valparaíso: Congreso Nacional.
- Valdés, Salvador. 2000. Proposiciones sobre el financiamiento de la actividad política. *Estudios Públicos* (78) 375-550
- Valdés, Salvador. 2000. La propuesta del CEP sobre el financiamiento de la política. *Puntos de Referencia (CEP)* (227):1-7.
- Valdés, Salvador (editor). 2000. Reforma del Estado. Financiamiento político. Vol. I. Santiago. Centro de Estudios Públicos.
- Valdés, Salvador. 2002. Críticas al proyecto de ley sobre transparencia, límite y control del gasto electoral. Santiago: CEP (mimeo).
- Valdés, Salvador. 2002. El país que viene: financiamiento político. *Puntos de Referencia (CEP)* (259):1-16.
- Valdés, Salvador. 2002. Financiamiento político: la estrategia y una ley buena. *Estudios Públicos* (87):105-130.

VI. OTROS ANEXOS

Boletín 2745-06 proyecto de ley sobre Transparencia, Límite y Control de gasto electoral (en trámite de aprobación constitucional)