



GACETA DEL CONGRESO

SENADO Y CÁMARA

(Artículo 36, Ley 5ª de 1992)

IMPRENTA NACIONAL DE COLOMBIA

www.imprenta.gov.co

ISSN 0123 - 9066

AÑO XXXIV - N° 916

Bogotá, D. C., lunes, 9 de junio de 2025

EDICIÓN DE 26 PÁGINAS

DIRECTORES:

DIEGO ALEJANDRO GONZÁLEZ GONZÁLEZ

SECRETARIO GENERAL DEL SENADO

www.secretariassenado.gov.co

JAIME LUIS LACOUTURE PEÑALOZA

SECRETARIO GENERAL DE LA CÁMARA

www.camara.gov.co

RAMA LEGISLATIVA DEL PODER PÚBLICO

CÁMARA DE REPRESENTANTES

PONENCIAS

**INFORME DE PONENCIA PARA
SEGUNDO DEBATE DEL PROYECTO DE
LEY NÚMERO 569 DE 2025 CÁMARA, 280
DE 2024 SENADO**

por medio de la cual se establecen medidas sobre la elaboración, publicación y divulgación de encuesta y estudios de carácter político.

Bogotá, D. C., 6 de junio de 2025

Presidenta

ANA PAOLA GARCÍA SOTO

Comisión Primera Constitucional

Cámara de Representantes.

Asunto: Informe de ponencia para segundo debate del Proyecto de Ley número 569 de 2025 Cámara, 280 de 2024 Senado, por medio de la cual se establecen medidas sobre la elaboración, publicación y divulgación de encuesta y estudios de carácter político.

Respetada Presidenta,

En atención a la designación efectuada por Mesa Directiva de la Comisión Primera de la Cámara de Representantes, presento informe de ponencia para segundo debate del Proyecto de Ley número 569 de 2025 Cámara, 280 de 2024 Senado, *por medio de la cual se establecen medidas sobre la elaboración, publicación y divulgación de encuesta y estudios de carácter político.*

Cordialmente,

JUAN SEBASTIÁN GÓMEZ GONZÁLES
Representante a la Cámara por Caldas
Nuevo Liberalismo

**INFORME DE PONENCIA PARA SEGUNDO
DEBATE DEL PROYECTO DE LEY NÚMERO
569 DE 2025 CÁMARA, 280 DE 2024 SENADO**

por medio de la cual se establecen medidas sobre la elaboración, publicación y divulgación de encuesta y estudios de carácter político.

1. Trámite

1. El 8 de octubre de 2024 se radicó en la Secretaría General del Senado de la República el Proyecto de Ley número 247 de 2024, presentado por los Senadores: *Angélica Lozano Correa, Paloma Valencia Laserna, Miguel Ángel Pinto Hernández, Fabio Raúl Amin 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 Piedrahíta, 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, Édgar Díaz Contreras, Claudia Pérez, Laura Esther Fortich Sánchez* y otras firmas.

2. El 16 de diciembre fue aprobado en primer debate en Comisión Primera del Senado de la República como consta en el Acta número. 30.

3. El 19 de marzo de 2025 fue aprobado en segundo debate en la plenaria del Senado el presente proyecto de ley.

4. Mediante Acta número 027 de la Comisión Primera de la Cámara de Representantes fui designado Ponente Único de esta iniciativa.

5. El 27 de mayo de 2025 fue aprobado en primer debate en Comisión Primera de la Cámara de Representantes como consta en el Acta número 50.

I. 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, Roosvelt 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 Leonidas 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 Giovanni González García, Óscar Hernán Sánchez León, Jaime Felipe Lozada Polanco, Alejandro Vega

Pérez, Andrés David Calle Aguas, Julián Peinado Ramírez, Jorge Eliécer 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 D’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 Cuéllar 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.

II. 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 *bandwagonning* y el *underdogging*. Según el primer término, *bandwagonning* 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>.

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

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

8. Circular número 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.

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.”

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

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 5ª 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 5ª 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 desinversión 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 5ª de 1992 modificado por la Ley 2003 de 2019, no exime al Congresista de identificar causales adicionales en las que pueda estar incurso.

VII. PLIEGO DE MODIFICACIONES

TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE	TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE	OBSERVACIÓN
Proyecto de Ley Estatutaria No. 569 de 2025 Cámara - 280 de 2024 Senado “por medio de la cual se establecen medidas sobre la elaboración, publicación y divulgación de encuesta y estudios de carácter político”	Proyecto de Ley No. 569 de 2025 Cámara - 280 de 2024 Senado “por medio de la cual se establecen medidas sobre la elaboración, publicación y divulgación de encuestas y se dictan otras disposiciones”.	Se acogió la proposición del Representante Juan Daniel Peñuela para modificar el título.
ARTÍCULO 1º. 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 1º. 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.	

TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE	TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE	OBSERVACIÓN
<p>ARTÍCULO 2º. 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.</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>Sin importar el nombre, denominación o metodología que se le dé al estudio cuantitativo para ser publicado y <u>difundido</u> deberá cumplir todas las exigencias de la presente ley para las encuestas.</p> <p>Al publicar los resultados de un sondeo en los diferentes medios de comunicación masivos –incluidas las redes sociales– se debe informar que este no se considera representativo del grupo poblacional en donde se adelantó la medición, de conformidad con las definiciones del artículo 3º de la presente ley.</p>	<p>ARTÍCULO 2º. 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 candidatos para procesos de decisión o elección mediante voto popular.</p> <p>Las encuestas o <u>estudios de opinión cuantitativa</u> realizadas o encargadas por los partidos políticos, <u>movimientos políticos o coaliciones, para la selección de precandidaturas o candidaturas en procesos internos</u> con el fin de escoger sus candidatos, serán de obligatoria publicación y se regirán por las disposiciones contenidas en la presente ley.</p> <p>Sin importar el nombre, denominación o metodología que se le dé al estudio cuantitativo para ser publicado y <u>divulgado</u> deberá cumplir todas las exigencias de la presente ley para las encuestas <u>que se incluyan en dicho estudio.</u></p> <p>Al publicar los resultados de un <u>sondeo en prensa, radio, televisión o plataformas digitales</u> –incluidas las redes sociales– se debe informar que este no se considera representativo del grupo poblacional en donde se adelantó la medición, de conformidad con las definiciones del artículo 3º de la presente ley.</p>	<p>Se acogió la proposición sustituti- va del Representante Carlos Felipe Quintero y se mejoró la redacción.</p>
<p>Artículo 3º. Definiciones. Para la aplicación de la presente ley, se deben considerar las siguientes definiciones:</p> <p>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.</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 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.</p>	<p>Artículo 3º. Definiciones. Para la aplicación de la presente ley, se deben considerar las siguientes definiciones:</p> <p><u>Medios masivos: Canales de comunicación, tradicionales o digitales, de amplia audiencia o difusión como prensa, radio, televisión, plataformas de Internet y redes sociales.</u></p> <p>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.</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 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.</p>	<p>Se acogen las proposiciones de los Representantes Astrid Sánchez, Alejandro Ocampo y se adiciona la definición de medios masivos y divulgar.</p> <p>También se acogió la proposición de la Representante Piedad Correal en el sentido de incluir al CNE como requisito previo de inscripción de las firmas encuestadoras.</p>

TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE	TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE	OBSERVACIÓN
<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>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.</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>Divulgar: Poner a disposición de un público amplio, directo o potencial, la información o resultados de una encuesta, de modo que cualquier persona interesada pueda acceder a ella sin necesidad de autorización especial. Se incluyen las siguientes:</p> <p>1. Formas impresas:</p> <p>a. <u>Publicación en periódicos, revistas, folletos, boletines o cualquier material editorial impreso.</u></p> <p>b. <u>Distribución de ejemplares o copias físicas destinados a circulación masiva.</u></p> <p>2. Emisiones audiovisuales:</p> <p>a. <u>Transmisión radial o televisiva (incluyendo señales de radio FM/AM, televisión abierta o por suscripción).</u></p> <p>b. <u>Segmentos en noticieros, programas de opinión o especialidades temáticas.</u></p> <p>3. Difusión electrónica:</p> <p>a. <u>Publicación en sitios web, portales de noticias, blogs y aplicaciones móviles.</u></p> <p>b. <u>Envío por correo electrónico a listas de distribución masiva.</u></p> <p>4. Medios sociales y mensajería:</p> <p>a. <u>Publicaciones en redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, TikTok u otras plataformas).</u></p> <p>b. <u>Compartición en servicios de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Messenger) mediante listas de difusión o grupos públicos.</u></p> <p>5. Medios alternativos:</p> <p>a. <u>Cartelera electrónica y pantallas urbanas</u></p> <p>b. <u>Podcasts y streaming en vivo o diferido.</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, y en el Consejo Nacional Electoral (CNE).</p> <p>Municipios y Distritos de inclusión forzosa para la toma de muestras en encuestas de carácter nacional: Son los 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.</p> <p>Municipios grandes para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: Son los municipios con una población inferior a 800.000 y superior o igual a 100.000 habitantes.</p> <p>Municipios medianos para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: Son los municipios con una población inferior a 100.000 habitantes y superior o igual a 50.000 habitantes.</p>	

TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE	TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE	OBSERVACIÓN
<p>Municipios pequeños para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: serán aquellos municipios con una población inferior a 50.000 habitantes.</p> <p>Margen de error de Diseño: Margen de error utilizado para calcular el tamaño de la muestra.</p> <p>Margen de error calculado para indicadores: Margen de error calculado individualmente para cada indicador a raíz de los datos recolectados.</p> <p>Modelo de pronóstico: Es un modelo estadístico o tipo de proyección estadística realizado sobre los datos de las encuestas o sondeos.</p>	<p>Municipios pequeños para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: <u>Son los</u> municipios con una población inferior a 50.000 habitantes.</p> <p>Margen de error de Diseño: Margen de error utilizado para calcular el tamaño de la muestra.</p> <p>Margen de error calculado para indicadores: Margen de error calculado individualmente para cada indicador a raíz de los datos recolectados.</p> <p>Modelo de pronóstico: Es un modelo estadístico o tipo de proyección estadística realizado sobre los datos de las encuestas o sondeos.</p>	
<p>Artículo 4º. 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:</p> <p>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%.</p> <p>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%.</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, medianos y grandes de todas las regiones del país.</p>	<p>Artículo 4º. 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 dentro del diseño muestral, de la siguiente manera:</p> <p><u>En</u> una encuesta del nivel nacional, <u>se</u> debe tener un margen de error de diseño, 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 <u>cuarenta por ciento</u> (40%) o mayor al <u>sesenta por ciento</u> (60%).</p> <p><u>En</u> una encuesta de nivel Departamental, Distrital y/o municipal, se 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 al <u>cuarenta por ciento</u> (40%) o mayor a <u>sesenta por ciento</u> (60%).</p> <p><u>Todas las personas que sean seleccionadas para la muestra deberán responder todas las preguntas que se formulen en la encuesta. No podrá haber preguntas que tengan una base de encuestados menor al universo de personas seleccionado para la medición total de la encuesta.</u></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, medianos y grandes de todas las regiones del país.</p>	<p>Se acogieron las proposiciones de los Representantes Astrid Sánchez, Juan Manuel Cortés y otros Representantes por tanto, se mejora la redacción, se complementa el artículo y se adiciona un párrafo.</p>

TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE	TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE	OBSERVACIÓN
<p>b) Cuando se trate de encuestas sobre opinión política, mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales 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>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.</p>	<p>b) Cuando se trate de encuestas sobre opinión política, mecanismos de participación ciudadana o procesos electorales 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>Parágrafo 1º. 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>Parágrafo 2º. Cuando existan limitaciones de orden público que impidan el cumplimiento estricto de los criterios poblacionales exigidos en este artículo, las firmas encuestadoras podrán solicitar al Consejo Nacional Electoral una excepción motivada, con la debida justificación metodológica.</p>	
<p>Artículo 5º. 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.</p> <p>Las encuestas que incluyan preguntas relacionadas con intención de voto solo podrán realizarse a partir de los tres meses anteriores del primer día de inscripciones. 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>Artículo 5º. 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.</p> <p>Las encuestas que incluyan preguntas relacionadas con intención de voto solo podrán realizarse a partir de los tres meses anteriores del primer día de inscripciones. 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>Artículo 6º. 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 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. 	<p>Artículo 6º. Requisitos formales para la publicación de encuestas y sondeos. Toda encuesta de opinión de carácter electoral al ser publicada o divulgada 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 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. 	<p>Se acogen las proposiciones del Representante Alejandro Ocampo.</p>

TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE	TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE	OBSERVACIÓN
<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>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.</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°. 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.</p> <p>Parágrafo 4°. En toda publicación deberá incluirse, de manera resaltada y claramente visible, que todas 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°. 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.</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>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.</p> <p>Parágrafo 2°. Las encuestas que no cumplan con los requisitos establecidos en este artículo no podrán ser publicadas ni divulgadas.</p> <p>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 divulgación. <u>En caso de detectarse prácticas que induzcan respuestas, manipulen la muestra o alteren los datos publicados, se dará inicio al procedimiento sancionatorio correspondiente, conforme a lo previsto en esta ley y en el régimen de procedimiento administrativo vigente.</u></p> <p>Parágrafo 4°. En toda publicación deberá incluirse, de manera resaltada y claramente visible, que todas 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°. 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.</p>	

TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE	TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE	OBSERVACIÓN
<p>Artículo 7º. Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral. Créase la Comisión Técnica de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral, la cual es un cuerpo técnico del Consejo Nacional Electoral, que tendrá a cargo las siguientes funciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>Parágrafo transitorio. Mientras la Comisión expide su reglamento se regirá por las siguientes reglas: i) la Secretaría Técnica será ejercida por la Secretaría General del Consejo Nacional Electoral, ii) el quórum para realizar sesiones o tomar decisiones se cumplirá con la presencia física o virtual de no menos de 3 comisionados, iii) La sesiones serán convocadas con al menos siete (7) días de anticipación a la fecha de la reunión, iv) el coordinador de la comisión asignará entre uno (1) y dos (2) comisionados para elaborar la ponencia de las auditorías, informes o conceptos que se requieran haciendo uso de un reparto aleatorio y equitativo, v) la aprobación de conceptos, informes y auditorías así como las demás decisiones de la Comisión requieren del voto afirmativo de al menos 3 miembros de la Comisión.</p>	<p>Artículo 7º. Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral. Créase la Comisión Técnica de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral, la cual es un cuerpo técnico del Consejo Nacional Electoral, que tendrá a cargo las siguientes funciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>Parágrafo transitorio. Mientras la Comisión expide su reglamento se regirá por las siguientes reglas: i) la Secretaría Técnica será ejercida por la Secretaría General del Consejo Nacional Electoral, ii) el quórum para realizar sesiones o tomar decisiones se cumplirá con la presencia física o virtual de no menos de 3 comisionados, iii) La sesiones serán convocadas con al menos siete (7) días de anticipación a la fecha de la reunión, iv) el coordinador de la comisión asignará entre uno (1) y dos (2) comisionados para elaborar la ponencia de las auditorías, informes o conceptos que se requieran haciendo uso de un reparto aleatorio y equitativo, v) la aprobación de conceptos, informes y auditorías así como las demás decisiones de la Comisión requieren del voto afirmativo de al menos 3 miembros de la Comisión.</p>	
<p>Artículo 8º. 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 vacante en la comisión, el reemplazo será seleccionado de la lista de postulados.</p> <p>Parágrafo 1º. Inhabilidades e incompatibilidades. No podrán ser miembros de la Comisión:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Quienes hayan sido sancionados por las conductas previstas en la presente ley. 	<p>Artículo 8º. 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 <u>tres (3)</u> años relacionada con encuestas por muestreo probabilístico. <u>El periodo de cada consejero será de cuatro (4) años.</u></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. 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.</p> <p><u>El proceso de elección de los miembros de la Comisión será público y deberá permitir la veeduría ciudadana. El CNE publicará la hoja de vida de los candidatos y permitirá comentarios ciudadanos antes de su designación.</u></p> <p>Parágrafo 1º. Inhabilidades e incompatibilidades. No podrán ser miembros de la Comisión:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Quienes hayan sido sancionados por las conductas previstas en la presente ley. 	<p>Se acoge la proposición del Representante Duvalier Sánchez.</p>

TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE	TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE	OBSERVACIÓN
<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 registradas como encuestadoras políticas.</p> <p>Parágrafo 2º. 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 3º. 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>Parágrafo transitorio. Para la conformación inicial de la Comisión, el Consejo Nacional Electoral solicitará a las instituciones de educación superior señaladas en este artículo los listados de candidatos en un plazo de diez (10) días desde la entrada en vigencia de la presente ley, a su vez deberá elegir a los miembros de la Comisión en el plazo de dos (2) meses desde la entrada vigencia de 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 registradas como encuestadoras políticas.</p> <p>Parágrafo 2º. 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 3º. 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>Parágrafo transitorio. Para la conformación inicial de la Comisión, el Consejo Nacional Electoral solicitará a las instituciones de educación superior señaladas en este artículo los listados de candidatos en un plazo de diez (10) días desde la entrada en vigencia de la presente ley, a su vez deberá elegir a los miembros de la Comisión en el plazo de dos (2) meses desde la entrada vigencia de la presente ley.</p>	
<p>Artículo 9º. <i>De las firmas encuestadoras.</i> 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, incluidas redes sociales, de encuestas y sondeos falsos, que incumplan las disposiciones establecidas en la presente ley, o utilicen emblemas de empresas encuestadoras registradas sin su autorización.</p>	<p>Artículo 9º. <i>De las firmas encuestadoras.</i> Solamente podrán realizar encuestas de carácter electoral con ánimo de publicación, las firmas encuestadoras previamente registradas ante el Consejo Nacional Electoral.</p> <p><u>Se prohíbe</u> la publicación y <u>divulgación</u> en medios masivos de comunicación, incluidas redes sociales, de encuestas y sondeos falsos, que incumplan las disposiciones establecidas en la presente ley, o utilicen emblemas de empresas encuestadoras registradas sin su autorización.</p> <p><u>El incumplimiento de lo aquí dispuesto dará lugar a la imposición de las sanciones contempladas en esta ley, sin perjuicio de las acciones legales adicionales a que haya lugar.</u></p>	<p>Se acoge la proposición del Representante Carlos Felipe Quintero.</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>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>	

TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE	TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE	OBSERVACIÓN
<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 1º. 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.</p> <p>Parágrafo 2º. 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 3º. 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 de que, a la fecha de vencimiento del término inicial para el cual se realizó la inscripción, el Consejo Nacional Electoral no se haya pronunciado sobre la solicitud de renovación, esta se entenderá prorrogada hasta que haya un pronunciamiento definitivo sobre la misma.</p> <p>Parágrafo 4º. 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 5º. 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.</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 (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>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 1º. 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.</p> <p>Parágrafo 2º. 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 3º. 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 de que, a la fecha de vencimiento del término inicial para el cual se realizó la inscripción, el Consejo Nacional Electoral no se haya pronunciado sobre la solicitud de renovación, esta se entenderá prorrogada hasta que haya un pronunciamiento definitivo sobre la misma.</p> <p>Parágrafo 4º. Cualquier cambio que se produzca en la representación legal, en la naturaleza 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 5º. 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.</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 (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>	

TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE	TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE	OBSERVACIÓN
<p>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.</p>	<p>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.</p>	
<p>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:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	<p>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:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</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>Artículo 13. Prohibición de aportes. Las firmas encuestadoras registradas ante el Consejo Nacional Electoral <u>así como</u> sus Representantes legales, <u>socios con una participación accionaria superior al treinta por ciento (30%)</u>, miembros de junta directiva <u>y demás administradores</u> no podrán realizar aportes a las campañas políticas.</p>	<p>Se acogen las proposiciones de los Representantes presentadas en la Comisión 1.</p>
<p>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:</p> <p>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.</p>		<p>Se acogió la proposición de eliminación del Representante Duvalier Sánchez.</p>

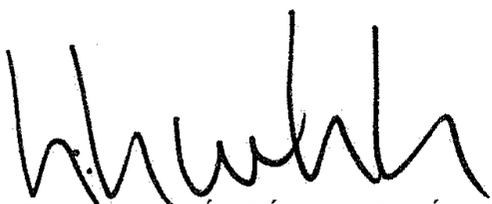
TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE	TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE	OBSERVACIÓN
<p>Se prohíbe la realización o publicación de encuestas o sondeos la semana anterior a las elecciones en los medios de comunicación social tradicionales o digitales. También queda prohibida la divulgación en cualquier medio de comunicación de encuestas o sondeos, durante el mismo término, que difundan los medios de comunicación social internacionales.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>En ningún caso se podrán realizar o publicar encuestas, sondeos o proyecciones electorales el día de los comicios.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>El monto de la multa se depositará en el Fondo Nacional de Financiación de Partidos y Campañas Electorales.</p> <p>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.</p> <p>Parágrafo 4º. 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.</p>		

TEXTO PROPUESTO PARA PRIMER DEBATE	TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE	OBSERVACIÓN
	Artículo 14. Actualización normativa. El Consejo Nacional Electoral deberá expedir una resolución actualizando las resoluciones 23 de 1996 y 50 de 1997 de conformidad a los contenidos de la presente ley en los dos meses siguientes a su entrada en vigencia.	Se acoge el artículo nuevo presentado por el Representante Daniel Peñuela.
Artículo 15. Protección de datos personales de los encuestados. Las firmas encuestadoras deberán garantizar la confidencialidad y protección de los datos personales de los encuestados, en cumplimiento de lo establecido en la Ley 1581 de 2012 y demás normativa aplicable en materia de protección de datos. En consecuencia: 1. Los datos recolectados solo podrán conservarse por el tiempo estrictamente necesario para fines de auditoría y verificación, y en ningún caso por un periodo superior a dos (2) años. 2. Queda expresamente prohibida la venta, cesión o uso de la información de los encuestados para fines distintos a los especificados en la presente ley. 3. Los encuestados deberán ser informados, previo a su participación, sobre la finalidad de la encuesta y sus derechos en relación con el tratamiento de sus datos. 4. Los encuestados deberán autorizar el uso y tratamiento de sus datos personales, para los fines señalados en la presente ley.		Se acoge la proposición de eliminación presentada por el Representante Daniel Peñuela.
	Artículo 15. Rectificación de la información errónea. Los medios de comunicación que publiquen o difundan encuestas, sondeos y/o consultas abiertas con errores sustanciales o que violen lo dispuesto en la presente ley, deberán rectificar la información dentro de un plazo máximo de tres (3) días contados a partir del pronunciamiento del Consejo Nacional Electoral, mencionando el motivo de la rectificación, lo cual deberá realizarse a través de los mismos canales y espacios en los que fue difundida la información original. Lo anterior sin perjuicio de las sanciones a las que haya lugar.	Se acoge el artículo nuevo presentado por el Representante Pedro Suárez Vacca.
Artículo 16. 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 número 23 de 1996 expedida por el Consejo Nacional Electoral.	Artículo 16. 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 número 23 de 1996 expedida por el Consejo Nacional Electoral.	

VIII. Proposición

En virtud de lo expuesto, presento ponencia favorable y propongo a los miembros de la plenaria de la Cámara de Representantes dar segundo debate al **Proyecto de Ley número 569 de 2025 Cámara, 280 de 2024 Senado**, por medio de la cual se establecen medidas sobre la elaboración, publicación y divulgación de encuesta y estudios de carácter político, conforme al texto propuesto.

Cordialmente,



JUAN SEBASTIÁN GÓMEZ GONZÁLES
Representante a la Cámara por Caldas
Nuevo Liberalismo

IX. TEXTO PROPUESTO PARA SEGUNDO DEBATE EN LA PLENARIA DE LA CÁMARA DE REPRESENTANTES

PROYECTO DE LEY NÚMERO 569 DE 2025 CÁMARA, 280 DE 2024 SENADO

por medio de la cual se establecen medidas sobre la elaboración, publicación y divulgación de encuestas y se dictan otras disposiciones

**El Congreso de Colombia
DECRETA:**

ARTÍCULO 1º. 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 2º. 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 candidatos para procesos de decisión o elección mediante voto popular.

Las encuestas o estudios de opinión cuantitativa realizadas o encargadas por los partidos políticos, movimientos políticos o coaliciones, para la selección de precandidaturas o candidaturas en procesos internos 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 divulgado deberá cumplir todas las exigencias de la presente ley para las encuestas que se incluyan en dicho estudio.

Al publicar los resultados de un sondeo en prensa, radio, televisión o plataformas digitales –incluidas las redes sociales y plataformas digitales– se debe informar que este no se considera representativo del grupo poblacional en donde se adelantó la medición, de conformidad con las definiciones del artículo 3º de la presente ley.

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

Medios masivos: Canales de comunicación, tradicionales o digitales, de amplia audiencia o difusión como prensa, radio, televisión, plataformas de Internet y redes sociales.

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.

Divulgar: Poner a disposición de un público amplio, directo o potencial, la información o resultados de una encuesta, de modo que cualquier persona interesada pueda acceder a ella sin necesidad de autorización especial. Se incluyen las siguientes:

1. Formas impresas:

- a. Publicación en periódicos, revistas, folletos, boletines o cualquier material editorial impreso.
- b. Distribución de ejemplares o copias físicas destinados a circulación masiva.

2. Emisiones audiovisuales:

- a. Transmisión radial o televisiva (incluyendo señales de radio FM/AM, televisión abierta o por suscripción).
- b. Segmentos en noticieros, programas de opinión o especialidades temáticas.

3. Difusión electrónica:

- a. Publicación en sitios web, portales de noticias, blogs y aplicaciones móviles.
- b. Envío por correo electrónico a listas de distribución masiva.

4. Medios sociales y mensajería:

- a. Publicaciones en redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, TikTok u otras plataformas).
- b. Compartición en servicios de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Messenger) mediante listas de difusión o grupos públicos.

5. Medios alternativos:

- a. Carteleras electrónicas y pantallas urbanas
- b. Podcasts y *streaming* en vivo o diferido.

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, y en el Consejo Nacional Electoral (CNE).

Municipios y distritos de inclusión forzosa para la toma de muestras en encuestas de carácter nacional: Son los 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: Son los municipios con una población inferior a 800.000 y superior o igual a 100.000 habitantes.

Municipios medianos para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: Son los municipios con una población inferior a 100.000 habitantes y superior o igual a 50.000 habitantes.

Municipios pequeños para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: Son los 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.

Modelo de pronóstico: Es un modelo estadístico o tipo de proyección estadística realizado sobre los datos de las encuestas o sondeos.

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 dentro del diseño muestral, de la siguiente manera:

En una encuesta del nivel nacional, se debe tener un margen de error de diseño, 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 cuarenta por ciento (40%) o mayor al sesenta por ciento (60%).

En una encuesta de nivel departamental, distrital y/o municipal, se 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 al cuarenta por ciento (40%) o mayor a sesenta por ciento (60%).

Todas las personas que sean seleccionadas para la muestra deberán responder todas las preguntas que se formulen en la encuesta. No podrá haber preguntas que tengan una base de encuestados menor al universo de personas seleccionado para la medición total de la encuesta.

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 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 1°. Para efectos de lo previsto en este artículo se entenderá por regiones las descritas en el artículo 45 de la Ley 2056 de 2020.

Parágrafo 2°. Cuando existan limitaciones de orden público que impidan el cumplimiento estricto de los criterios poblacionales exigidos en este artículo, las firmas encuestadoras podrán solicitar al Consejo Nacional Electoral una excepción motivada, con la debida justificación metodológica.

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.

Las encuestas que incluyan preguntas relacionadas con intención de voto solo podrán realizarse a partir de los tres meses anteriores del primer día de inscripciones. 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 divulgada 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 1º. 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 2º. Las encuestas que no cumplan con los requisitos establecidos en este artículo no podrán ser publicadas ni divulgadas.

Parágrafo 3º. 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 divulgación. En caso de detectarse prácticas que induzcan respuestas, manipulen la muestra o alteren los datos publicados, se dará inicio al procedimiento sancionatorio correspondiente, conforme a lo previsto en esta ley y en el régimen de procedimiento administrativo vigente.

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

Parágrafo 5º. 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 6º. 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 7º. Comisión Técnica y de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral. Créase la Comisión Técnica de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral, la cual es un cuerpo técnico del Consejo Nacional Electoral, que tendrá a cargo las siguientes funciones:

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.

Parágrafo transitorio. Mientras la Comisión expide su reglamento se regirá por las siguientes reglas: i) la Secretaría Técnica será ejercida por la Secretaría General del Consejo Nacional Electoral, ii) el quórum para realizar sesiones o tomar decisiones se cumplirá con la presencia física o virtual de no menos de 3 comisionados, iii) La sesiones serán convocadas con al menos siete (7) días de anticipación a la fecha de la reunión, iv) el coordinador de la comisión asignará entre uno (1) y dos (2) comisionados para elaborar la ponencia de las auditorías, informes o conceptos que se requieran haciendo uso de un reparto aleatorio y equitativo, v) la aprobación de conceptos, informes y auditorías así como las demás decisiones de la Comisión requieren del voto afirmativo de al menos 3 miembros de la Comisión.

Artículo 8º. 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 tres (3) años relacionada con encuestas por muestreo probabilístico. El periodo de cada consejero será de cuatro (4) años.

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. 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.

El proceso de elección de los miembros de la Comisión será público y deberá permitir la veeduría ciudadana. El CNE publicará la hoja de vida de los candidatos y permitirá comentarios ciudadanos antes de su designación.

Parágrafo 1º. 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.

Parágrafo transitorio. Para la conformación inicial de la Comisión el Consejo Nacional Electoral solicitará a las instituciones de educación superior señaladas en este artículo los listados de candidatos en un plazo de diez (10) días desde la entrada en vigencia de la presente ley, a su vez deberá elegir a los miembros de la Comisión en el plazo de dos (2) meses desde la entrada vigencia de la presente ley.

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.

Se prohíbe la publicación y divulgación en medios masivos de comunicación, incluidas redes sociales, de encuestas y sondeos falsos, que incumplan las disposiciones establecidas en la presente ley, o utilicen emblemas de empresas encuestadoras registradas sin su autorización.

El incumplimiento de lo aquí dispuesto dará lugar a la imposición de las sanciones contempladas en esta ley, sin perjuicio de las acciones legales adicionales a que haya lugar.

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 de que, a la fecha de vencimiento del término inicial para el cual se realizó la inscripción, el Consejo Nacional Electoral no se haya pronunciado sobre la solicitud de renovación, esta se entenderá prorrogada hasta que haya un pronunciamiento definitivo sobre la misma.

Parágrafo 4°. Cualquier cambio que se produzca en la representación legal, en la naturaleza de la sociedad y en la dirección del domicilio de las personas inscritas en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras del Consejo Nacional Electoral, debe ser notificado por el Representante legal, o quien haga sus veces, aportando los certificados correspondientes.

Parágrafo 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 (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 hicieron, 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 así como sus Representantes legales, socios con una participación accionaria superior al treinta por ciento (30%), miembros de junta directiva y demás administradores no podrán realizar aportes a las campañas políticas.

Artículo 14. Actualización normativa. El Consejo Nacional Electoral deberá expedir una resolución actualizando las Resoluciones números 23 de 1996 y 50 de 1997 de conformidad a los contenidos de la presente ley en los dos meses siguientes a su entrada en vigencia.

Artículo 15. Rectificación de la información errónea. Los medios de comunicación que publiquen o difundan encuestas, sondeos y/o consultas abiertas con errores sustanciales o que violen lo dispuesto en la presente ley, deberán rectificar la información dentro de un plazo máximo de tres (3) días contados a partir del pronunciamiento del Consejo Nacional Electoral, mencionando el motivo de la rectificación, lo cual deberá realizarse a través de los mismos canales y espacios en los que fue difundida la información original. Lo anterior sin perjuicio de las sanciones a las que haya lugar.

Artículo 16. 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 número 23 de 1996 expedida por el Consejo Nacional Electoral.

Cordialmente,



JUAN SEBASTIÁN GÓMEZ GONZÁLES
Representante a la Cámara por Caldas
Nuevo Liberalismo

**TEXTO APROBADO EN PRIMER DEBATE
EN LA COMISIÓN PRIMERA DE LA
CÁMARA DE REPRESENTANTES DEL
PROYECTO DE LEY NÚMERO 569 DE 2025
CÁMARA, 280 DE 2024 SENADO**

por medio de la cual se establecen medidas sobre la elaboración, publicación y divulgación de encuestas y se dictan otras disposiciones.

**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 candidatos para procesos de decisión o elección mediante voto popular.

Las encuestas o estudios de opinión cuantitativa realizadas o encargadas por los partidos políticos, movimientos políticos o coaliciones, para la selección de precandidaturas o candidaturas en procesos internos 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 divulgado deberá cumplir todas las exigencias de la presente ley para las encuestas que se incluyan en dicho estudio.

Al publicar los resultados de un sondeo en prensa, radio, televisión o plataformas digitales –incluidas las redes sociales y plataformas digitales– se debe informar que este no se considera representativo del grupo poblacional en donde se adelantó la medición, de conformidad con las definiciones del artículo 3° de la presente ley.

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

Medios masivos: Canales de comunicación, tradicionales o digitales, de amplia audiencia o difusión como prensa, radio, televisión, plataformas de Internet y redes sociales.

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.

Divulgar: Poner a disposición de un público amplio, directo o potencial, la información o resultados de una encuesta, de modo que cualquier persona interesada pueda acceder a ella sin necesidad de autorización especial. Se incluyen las siguientes:

1. Formas impresas:

- a. Publicación en periódicos, revistas, folletos, boletines o cualquier material editorial impreso.
- b. Distribución de ejemplares o copias físicas destinados a circulación masiva.

2. Emisiones audiovisuales:

- a. Transmisión radial o televisiva (incluyendo señales de radio FM/AM, televisión abierta o por suscripción).

- b. Segmentos en noticieros, programas de opinión o especialidades temáticas.

3. Difusión electrónica:

- a. Publicación en sitios web, portales de noticias, blogs y aplicaciones móviles.
- b. Envío por correo electrónico a listas de distribución masiva.

4. Medios sociales y mensajería:

- a. Publicaciones en redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, TikTok u otras plataformas).
- b. Compartición en servicios de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Messenger) mediante listas de difusión o grupos públicos.

5. Medios alternativos:

- a. Carteleras electrónicas y pantallas urbanas
- b. Podcasts y *streaming* en vivo o diferido.

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, y en el Consejo Nacional Electoral (CNE).

Municipios y distritos de inclusión forzosa para la toma de muestras en encuestas de carácter nacional: Son los 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: Son los municipios con una población inferior a 800.000 y superior o igual a 100.000 habitantes.

Municipios medianos para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: Son los municipios con una población inferior a 100.000 habitantes y superior o igual a 50.000 habitantes.

Municipios pequeños para la toma de muestras en investigaciones cuantitativas: Son los 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.

Modelo de pronóstico: Es un modelo estadístico o tipo de proyección estadística realizado sobre los datos de las encuestas o sondeos.

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 dentro del diseño muestral, de la siguiente manera:

En una encuesta del nivel nacional, se debe tener un margen de error de diseño, 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 cuarenta por ciento (40%) o mayor al sesenta por ciento (60%).

En una encuesta de nivel departamental, distrital y/o municipal, se 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 al cuarenta por ciento (40%) o mayor a sesenta por ciento (60%).

Todas las personas que sean seleccionadas para la muestra deberán responder todas las preguntas que se formulen en la encuesta. No podrá haber preguntas que tengan una base de encuestados menor al universo de personas seleccionado para la medición total de la encuesta.

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 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 1°. Para efectos de lo previsto en este artículo se entenderá por regiones las descritas en el artículo 45 de la Ley 2056 de 2020.

Parágrafo 2°. Cuando existan limitaciones de orden público que impidan el cumplimiento estricto de los criterios poblacionales exigidos en este artículo, las firmas encuestadoras podrán solicitar al Consejo Nacional Electoral una excepción motivada, con la debida justificación metodológica.

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.

Las encuestas que incluyan preguntas relacionadas con intención de voto solo podrán realizarse a partir de los tres meses anteriores del primer día de inscripciones. 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 divulgada 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 divulgadas.

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 divulgación. En caso de detectarse prácticas que induzcan respuestas, manipulen la muestra o alteren los datos publicados, se dará inicio al procedimiento sancionatorio correspondiente, conforme a lo previsto en esta ley y en el régimen de procedimiento administrativo vigente.

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. Créase la Comisión Técnica de Vigilancia de Encuestas sobre Opinión Política y Electoral, la cual es un cuerpo técnico del Consejo Nacional Electoral, que tendrá a cargo las siguientes funciones:

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.

Parágrafo transitorio. Mientras la Comisión expide su reglamento se regirá por las siguientes reglas: i) la Secretaría Técnica será ejercida por la Secretaría General del Consejo Nacional Electoral, ii) el quórum para realizar sesiones o tomar decisiones se cumplirá con la presencia física o virtual de no menos de 3 comisionados, iii) La sesiones serán convocadas con al menos siete (7) días de anticipación a la fecha de la reunión, iv) el coordinador de la comisión asignará entre uno (1) y dos (2) comisionados para elaborar la ponencia de las auditorías, informes o conceptos que se requieran haciendo uso de un reparto aleatorio y equitativo, v) la aprobación de conceptos, informes y auditorías así como las demás decisiones de la Comisión requieren del voto afirmativo de al menos 3 miembros de la Comisión.

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 tres (3) años relacionada con encuestas por muestreo probabilístico. El periodo de cada consejero será de cuatro (4) años.

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. 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.

El proceso de elección de los miembros de la Comisión será público y deberá permitir la veeduría ciudadana. El CNE publicará la hoja de vida de los candidatos y permitirá comentarios ciudadanos antes de su designación.

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.

Parágrafo transitorio. Para la conformación inicial de la Comisión el Consejo Nacional Electoral solicitará a las instituciones de educación superior señaladas en este artículo los listados de candidatos en un plazo de diez (10) días desde la entrada en vigencia de la presente ley, a su vez deberá elegir a los miembros de la Comisión en el plazo de dos (2) meses desde la entrada en vigencia de la presente ley.

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.

Se prohíbe la publicación y divulgación en medios masivos de comunicación, incluidas redes sociales, de encuestas y sondeos falsos, que incumplan las disposiciones establecidas en la presente ley, o utilicen emblemas de empresas encuestadoras registradas sin su autorización.

El incumplimiento de lo aquí dispuesto dará lugar a la imposición de las sanciones contempladas en esta ley, sin perjuicio de las acciones legales adicionales a que haya lugar.

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 de que, a la fecha de vencimiento del término inicial para el cual se realizó la inscripción, el Consejo Nacional Electoral no se haya pronunciado sobre la solicitud de renovación, esta se entenderá prorrogada hasta que haya un pronunciamiento definitivo sobre la misma.

Parágrafo 4°. Cualquier cambio que se produzca en la representación legal, en la naturaleza de la sociedad y en la dirección del domicilio de las personas inscritas en el Registro Nacional de Firmas Encuestadoras del Consejo Nacional Electoral, debe ser notificado por el Representante legal, o quien haga sus veces, aportando los certificados correspondientes.

Parágrafo 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 (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 así como sus Representantes legales, socios con una participación accionaria superior al treinta por ciento (30%), miembros de junta directiva y

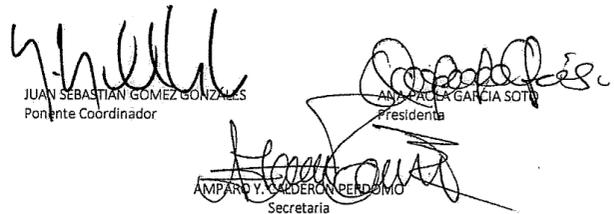
demás administradores no podrán realizar aportes a las campañas políticas.

Artículo 14. Actualización normativa. El Consejo Nacional Electoral deberá expedir una resolución actualizando las Resoluciones números 23 de 1996 y 50 de 1997 de conformidad a los contenidos de la presente ley en los dos meses siguientes a su entrada en vigencia.

Artículo 15. Rectificación de la información errónea. Los medios de comunicación que publiquen o difundan encuestas, sondeos y/o consultas abiertas con errores sustanciales o que violen lo dispuesto en la presente ley, deberán rectificar la información dentro de un plazo máximo de tres (3) días contados a partir del pronunciamiento del Consejo Nacional Electoral, mencionando el motivo de la rectificación, lo cual deberá realizarse a través de los mismos canales y espacios en los que fue difundida la información original. Lo anterior sin perjuicio de las sanciones a las que haya lugar.

Artículo 16. 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 número 23 de 1996 expedida por el Consejo Nacional Electoral.

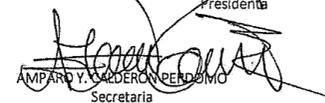
En los anteriores términos fue aprobado con modificaciones el presente proyecto de ley según consta en el Acta número 50 de sesión del 27 de mayo de 2025. Así mismo, fue anunciado, entre otras fechas, el día 26 de mayo de 2025, según consta en el Acta número 49 de sesión de esa misma fecha.



 JUAN SEBASTIÁN GÓMEZ GONZÁLES
 Ponente Coordinador



 ANA PATRICIA GARCÍA SOTO
 Presidenta



 AMPARO Y. CALDERÓN PERDOMO
 Secretaria