

Alcaldías con gestión pública eficaz, eficiente y efectiva planeada desde la campaña política

Lucía Álvarez Álvarez *
Erasmus Arrieta Álvarez **
Adriana Espitia Saldarriaga ***
Juan Sánchez Chica ****

RESUMEN

En las ciudades colombianas, la gestión pública es liderada por el alcalde, escogido mediante elección popular. Los candidatos utilizan, en la campaña política, diferentes estrategias para mostrar a los ciudadanos merecer ser elegidos. Las campañas políticas en Colombia usan el dinero como factor de competitividad. El presente trabajo, producto del observatorio ciudadano en la ciudad de Cartagena de Indias, plantea una propuesta de instructivo para aspirar al cargo de alcalde. Dicho instructivo permite su inferencia a todos los cargos de elección popular haciendo énfasis en cambios sustanciales al proceso electoral como elemento de influencia en la futura gestión pública.

Palabras claves: gestión pública, campaña política, democracia, desarrollo social, instructivo.

MAYORSHIPS WITH EFFICACIOUS, EFFICIENT AND EFFECTIVE PUBLIC MANAGEMENT PREVIOUSLY PLANNED DURING THE POLITICAL CAMPAIGN

SUMMARY

In Colombian towns, public management is led by the mayor, appointed by popular election. During the political campaign, candidates implement different strategies to show the citizens they deserve to be elected. Political campaigns in Colombia use money as a factor of competitiveness. The present paper, deriving from the civic observatory in Cartagena de Indias, proposes an instruction manual to become a mayor candidate. The aforementioned instruction manual might be extended to all positions of popular election stressing on substantial changes in the electoral process as an influential element in the future public management.

Key words: Public management, political campaign, democracy, social, instruction manual.

FECHA DE RECEPCIÓN: 10/03/2010

FECHA DE APROBACIÓN: 29/04/2010

* Química Farmacéutica. Especialista en Química Analítica. Diplomado en ISO 9001:200. Profesora Titular Facultad de Ciencias Farmacéuticas. Universidad de Cartagena. Directora del Grupo Multidisciplinario "El Buen Ciudadano".

** Estudiante de Derecho. Facultad de Derecho y Ciencias Políticas. Universidad de Cartagena. Miembro del Grupo Multidisciplinario "El Buen Ciudadano".

*** Estudiante de Comunicación Social. Facultad de Ciencias Sociales y Educación. Universidad de Cartagena. Miembro del Grupo Multidisciplinario "El Buen Ciudadano".

**** Estudiante de Finanzas y Negocios Internacionales y de Administración de Empresas. Universidad Tecnológica de Bolívar. Miembro del Grupo Multidisciplinario "El Buen Ciudadano".

INTRODUCCIÓN

A nivel internacional existe una Norma codificada como ISO 9001:2008, la cual establece los requisitos para diseñar e implementar un sistema de gestión de calidad con enfoque hacia el cliente y basado en procesos, aplicable a organizaciones productivas de bienes o de servicios. La aplicación de la Norma facilita las relaciones internacionales desde el punto de vista comercial, en razón a que los países se entenderán a través del idioma de la calidad normalizada.

La administración pública, a través de su gestión organizacional, deberá atender las necesidades de sus clientes, representados éstos en los ciudadanos. En Colombia, la administración pública cuenta con la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública, codificada como NTCGP 1000:2004, adoptada mediante el Decreto 4110 de diciembre 9 de 2004. Decreto que además reglamenta la Ley 872 de 2003, mediante la cual se crea el sistema de gestión de la calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público y en otras entidades prestadoras de servicios.

Colombia es un país democrático, en donde los jefes o líderes máximos de las organizaciones públicas son escogidos mediante elección popular, para lo cual deben organizar una campaña política en un tiempo previo a la elección, mediante la cual tratarán de convencer a los colombianos de su escogencia. Es en la campaña política donde, en realidad, se plantea la futura gestión pública, por lo cual Colombia, con la adopción de la NTCGP 1000:2004, deberá comenzar a adoptar nuevos modelos para la escogencia de funcionarios públicos en el marco de una verdadera democracia, libre de ataduras y prácticas de clientelismo político, que dificultarían realizar una gestión pública eficaz, eficiente y efectiva.

La gestión pública es eficaz cuando los procesos planeados producen los resultados planificados; es eficiente cuando optimiza la utilización de los recursos para obtener los resultados, y es efectiva cuando los resultados generan un impacto positivo en el grado de conformidad de los ciudadanos (NTCGP 1000: 2004).

En el presente trabajo, la base metodológica de la propuesta ha tomado como referente la gestión pública y la elección popular para el cargo de alcalde; sin embargo, permite su inferencia a todos los cargos de elección popular en Colombia, lo cual sería una obligación en virtud del principio de igualdad.

[59]

1. El cargo de alcalde

En las ciudades y municipios del país, el funcionario público de mayor jerarquía es el alcalde, el cual es escogido por elección popular para un periodo de 4 años y no es reelegible para el período siguiente. Así está contemplado en el artículo 314 de la Constitución Colombiana, modificado por el Acto Legislativo 02 de 2002.

El alcalde, una vez elegido, deberá escoger y nombrar a sus colaboradores, quienes ocuparán las secretarías de despacho, direcciones de institutos y corporaciones. Para el alcalde, el equipo inmediato de trabajo lo constituyen fundamentalmente los secretarios de despacho, los cuales ejercen una función de importancia en la toma de decisiones.

El alcalde es el líder de la gestión pública en las ciudades y municipios colombianos; sin embargo, las exigencias del siglo XXI en el marco mundial de la estandarización, certificación y globalización, orientan a que el liderazgo se concentre en trabajos de equipo. Por esta razón la Norma Técnica de Calidad en la gestión pública incluye, entre sus diez principios, además de la “transparencia”, el “liderazgo” y el “trabajo en equipo”, que aportan elementos para las actividades de coordinación, cooperación y articulación, con el fin de trabajar por procesos y no por funciones individuales. Se entiende por calidad, en la gestión pública, como una acción que involucra a todos sus funcionarios (NTCGP 1000: 2004).

Es casi imposible que los trabajos individuales generen buenos resultados, por ello el alcalde debe conformar un “verdadero equipo de trabajo”, escogiendo y nombrando a funcionarios con competencias cognitivas y actitudinales en las diferentes áreas del conocimiento, con el fin de construir una

adecuada y verdadera gestión pública que logre romper el desequilibrio social y se enfoque hacia el desarrollo social de su municipio o ciudad. Un equipo de trabajo, en el cual todos sus integrantes caminen en el mismo sentido, lo que puede asegurar “un destino definido” para dicha gestión. Cuando cada funcionario trabaja como individuo o en función de una tercera persona, lo más probable es que al finalizar su período de gestión pública, no muestre avances sobre el camino recorrido. Para que los secretarios de despacho anden en el mismo sentido, deberán ser escogidos sin ningún tipo de presión por parte de financistas o por recomendación de terceras personas.

Por otra parte, se debe tener presente que, para el logro del desarrollo social del municipio o de la ciudad, además de la adecuada gestión pública, también se requiere de una adecuada “gestión civil”, fundamentada en la disponibilidad de los ciudadanos para participar en procesos educativos y desarrollar buenas prácticas de convivencia ciudadana; en donde el interés colectivo siempre esté por encima de los intereses individuales, generando la costumbre de la colectividad. Así se logra crear cultura. De hecho, el bienestar colectivo es más perdurable que el bienestar individual. Es importante tener presente que el sentido de pertenencia ciudadano, es la base fundamental para que exista la “gestión civil”.

La calidad de vida de los seres humanos, la definen entre otras, la familia, la educación, el ambiente limpio y sano, la salud, el trabajo, la seguridad y la vivienda. Cuando la gestión pública define su destino hacia el logro de la “calidad de vida” de sus ciudadanos, en realidad lo que está construyendo es la vía que conduce al crecimiento y al desarrollo social del municipio o de la ciudad.

2. Campañas políticas y democracia

La Constitución Colombiana define al país como “un estado social de derecho, organizado en forma de república unitaria, descentralizada, con autonomía en sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista...”. Las prácticas democráticas dirigidas a elección popular de funcionarios, requieren de una etapa que propicie dicha elección, la cual se ha llamado campaña política.

La campaña política es una actividad mediante la cual, a través de diferentes estrategias, los candidatos compiten por demostrar a los electores que merecen ser elegidos. Los hechos actuales muestran que, en Colombia, las campañas políticas están definidas por un factor de competitividad equivocado, pues se desarrollan en virtud del dinero disponible para financiar una campaña. En los medios de comunicación se habla de “publicidad política pagada”. Allí se muestra a los candidatos a los cargos de elección popular como unos productos más, en medio de una sociedad de consumo. De hecho, la Resolución No. 0035 de 25 de enero de 2005, de la Registraduría Nacional del Estado Civil, señala el número de cuñas radiales, de avisos en publicaciones escritas y de vallas publicitarias que pueden hacer uso los Partidos y Movimientos Políticos con personería jurídica, y los movimientos sociales y grupos significativos de ciudadanos en las elecciones para gobernadores, diputados, alcaldes, concejales y juntas administradoras locales, a celebrarse durante el año 2005.

La necesidad del dinero plantea la aparición de un nuevo problema, y es la ayuda económica o “financiación” por parte de terceras personas, las cuales algunas veces están vinculadas con actividades delictivas como narcotráfico, lavado de activos, testaferrato, entre otros, a lo cual debe agregarse la presión que ejercen los grupos armados, los de izquierda y los de ultraderecha, quienes coaccionan la escogencia de ciertos candidatos para que, una vez en el poder, generen beneficios particulares para uno u otro grupo (Álvarez, 2007). En estos momentos, más que una referencia bibliográfica, basta con observar la desintegración del Congreso de la República, donde varios de sus miembros se encuentran detenidos por haber firmado acuerdos con líderes de grupos paramilitares, otros están para ser vinculados a estas investigaciones¹.

¹ “Senador Vives condenado a siete años de cárcel”, en *Diario El Universal [en línea]*, consultado 3 de agosto de 2008. Disponible en http://www.eluniversal.com.co/noticias/20080802/ctg_pol_senador_vives_condenado_a_siete_anos_por.html

Ciertos indicios han llevado a la Corte Suprema de Justicia a iniciar procesos a congresistas por haber sido ayudados supuestamente por grupos armados a obtener su curul en el Senado de la República².

En las elecciones realizadas a nivel municipal y departamental, se han iniciado investigaciones en contra de los dirigentes electos por tener nexos con personas vinculadas con el narcotráfico³.

Cuando un candidato ata su elección al dinero, independientemente quien sea el proveedor o financista, pierde libertad para gobernar y, por supuesto, también se afectará la transparencia de su gestión pública. Probablemente la realización de programas, obras y proyectos, tendrán que estar dirigidos a satisfacer los intereses particulares del proveedor en vez de satisfacer las necesidades de los ciudadanos, clientes que esperan ser actores del desarrollo social de la ciudad. Siendo el país un conjunto de municipios y ciudades, cuando no crecen, el país tampoco podrá mostrar un direccionamiento hacia el crecimiento y el desarrollo social.

El Consejo Nacional Electoral fija, mediante resolución, las sumas máximas que pueden invertir en su campaña los candidatos a cargos de elección popular, y exige llevar un libro donde se registren todos los movimientos financieros de la campaña⁴; sin embargo, a la fecha no se ha encontrado, en la legislación colombiana, la reglamentación, o al menos la definición del papel que desempeñarán en la futura gestión pública, esas terceras personas que deciden apoyar con dinero a los candidatos.

El modelo electoral colombiano muestra la campaña política como una “compra” por llegar al poder, algo así como un “negocio” o una rentable “inversión” económica. Mientras que en el mundo las organizaciones productivas hablan del “gana-gana”, esta práctica inadecuada construida desde la campaña política, asegura en una organización pública un “pierde-pierde”. El futuro gobernante “pierde la libertad para gobernar”, y los electores que condicionan su voto al dinero, “pierden” el derecho a la queja, al reclamo.

Los que tienen más necesidades tampoco tendrán dinero para invertir en las campañas políticas, y probablemente la falta de educación, conciencia y cultura ciudadana, puede llevarlos a entrar en ese peligroso juego de “vender el voto”. Cuando se cumplen los “deberes”, resulta muy fácil satisfacer los “derechos”; por esta razón, detrás de un derecho siempre habrá un deber. En Colombia, “el voto es un derecho y un deber”, así está definido en la Constitución Colombiana de 1991. Vender el voto es lo mismo que “vender el deber” y, en forma automática, se convierte en “perder el derecho”. En el contexto electoral que actualmente vive Colombia, probablemente se debe comenzar a pensar sobre el verdadero significado de la palabra “democracia”.

[61]

2.1. Inhabilidad para gobernar

A las prácticas del clientelismo político planteadas en el proceso de la campaña, en Colombia se ha puesto de moda un nuevo problema. Cuando el candidato es elegido, aparecen denuncias argumentando que el elegido estaba inhabilitado para “ser elegido”. No es fácil entender como un colombiano puede inscribir su nombre en la Registraduría sin cumplir los requisitos, en especial si tiene alguna inhabilidad. El nuevo problema genera, de inmediato, una nueva inconformidad, y es la pérdida de tiempo por parte del elegido, ya que una vez posesionado, en vez de asumir la gobernabilidad y el liderazgo en la gestión pública, debe preparar su defensa. Mientras tanto, los ciudadanos deberán sentarse a ver pasar el tiempo, y no podrán ver los resultados de una gestión que es imposible iniciar.

² “Y empezó la Farcpolítica”, en *El Espectador*, 22 de mayo de 2008. Consultado el 8 de agosto de 2008. Disponible en <http://www.elespectador.com/articulo-y-empezo-farcpolitica>

³ “Sigue Polémica entre senador Lara y gobernador del Valle”, en *Diario El Espectador*, 11 de julio de 2008. Consultado 3 de agosto de 2008. Disponible en <http://www.elespectador.com/noticias/politica/articulo-sigue-polemica-entre-senador-lara-y-gobernador-del-valle>

⁴ Consejo Nacional Electoral. Resoluciones No. 0030 de enero 25 de 2005 y No. 0330 de 30 de mayo de 2007.

Lo anterior implica que es importante pensar “cuánto” le cuesta al Estado colombiano convocar a elecciones particulares dada la nulidad resultante en el proceso de elección a nivel nacional. Por supuesto, este es un nuevo “pierde” en la gestión pública colombiana.

En las elecciones realizadas en 2007, se presentaron demandas con el fin de que las personas elegidas sean removidas de sus curules obtenidas por tener algún tipo de inhabilidad. Los casos son conocidos por la opinión pública, como el de los gobernadores de Santander, Bolívar y Córdoba, así como el de la alcaldesa de Cartagena de Indias, entre otros⁵.

3. BUSCANDO SOLUCIONES

En Cartagena de Indias existe el grupo multidisciplinario *El Buen Ciudadano*, conformado por las Universidades de Cartagena, de San Buenaventura, del Sinú, Tecnológica de Bolívar y Jorge Tadeo Lozano, las cuales se han unido para crear una cultura del *Buen ciudadano*.

El grupo trabaja propuestas académicas con enfoques pedagógicos llamadas *Proyectos de ciudad*. Se llaman ‘de ciudad’, para que no pertenezcan a los funcionarios de turno, sino a todos los ciudadanos. Buscan crear costumbres y buenas prácticas de convivencia ciudadana, las cuales, a través de un proceso de repetición continua, se conviertan en una costumbre, para de esta manera iniciar el proceso de creación de una cultura, en este caso, la cultura del buen ciudadano (www.elbuenciudadano.org).

El desarrollo social de las ciudades y los municipios suele estancarse por la falta de continuidad en los programas de gobierno. Cuando el nuevo alcalde pretende implementar un programa de gobierno desconociendo los programas del alcalde anterior, probablemente no podrá mostrar resultados concretos, en razón a que los cuatro años no son suficientes para la implementación completa de su nuevo programa. Mientras tanto, el programa antiguo también morirá sin resultados, porque tampoco fueron suficientes los cuatro años de la administración anterior.

Con base en el modelo de los *Proyectos de ciudad*, el grupo escribió un “Proyecto de país”, bajo el título: *Campañas políticas académicas para construir una verdadera democracia al servicio de “todos” en busca del equilibrio social*. Dicha propuesta fue entregada en el Congreso Nacional de la República de Colombia el 09 de octubre del 2007. (www.elbuenciudadano.org/proyectosdecidad). El proyecto busca reglamentar las campañas políticas en Colombia, bajo un modelo en el cual el “componente académico” se convierta en el “valor de la campaña política”, excluyendo del proceso electoral el “componente económico” del candidato. Siendo los miembros del Congreso de la República los funcionarios responsables de aprobar las leyes en Colombia, deberían incluir en la lista la reglamentación requerida para la puesta en marcha de procesos electorales verdaderamente democráticos, transparentes y equitativos, en virtud de que para ser Miembro del Congreso, también es necesario someterse a un proceso de elección popular, lo que a su vez requiere la planeación y ejecución de una campaña política.

El Estado colombiano financia las campañas políticas; sin embargo, parece que lo hiciera al revés, ya que los recursos se dan después de las elecciones y con base en el número de votos obtenidos, lo que se conoce como “reposición de votos”. En el presupuesto de la Registraduría Nacional para el 2007, el monto asignado para la Financiación de Partidos y Campañas Electorales fue de \$99.179.400.418,00, de los cuales ya han sido asignados \$40.208.349.918,00 (Ley 130, 1997, Acto Legislativo 001, 2003, CNE. Presupuesto y ejecución 2007). Actualmente, la nueva reforma política de iniciativa del Gobierno planea aumentar el valor por unidad de los votos a reponer; el precio a cancelar en el día de hoy por cada voto es de cuatro mil pesos (\$4.000.00) y en el Congreso planean subir el precio a seis mil pesos (\$6.000.00) m/cte.

⁵ “Redacción Política. Judith Pinedo y Horacio Serpa en escenarios judiciales análogos”, en *Diario El Universal*. Consultado 3 de agosto de 2008. Disponible en http://www.eluniversal.com.co/noticias/20080711/ctg_pol_judith_pinedo_y_horacio_serpa_en_escenar.html

El hecho de que el dinero se entregue después de las elecciones, genera un círculo vicioso que en nada facilita los procesos electorales y, por el contrario, deja espacios abiertos para que los candidatos, en su afán de buscar dinero, realicen pactos no precisamente de transparencia.

El Estado colombiano debe financiar las campañas políticas, en vez de premiar al candidato con dinero por el número de votos obtenidos. En virtud de los principios de justicia y equidad, la financiación debe hacerse sin entregar dinero a ningún candidato, sino la provisión de los recursos, especialmente medios de comunicación, para que en igualdad de condiciones, todos los candidatos den a conocer su plan de gobierno y su equipo inmediato de trabajo, entendiéndose como equipo inmediato de trabajo, el nombre de las personas que ocuparían las secretarías de despacho, en caso de ser elegido alcalde. En este caso, ya no se elige solo al alcalde, sino además a su equipo de trabajo.

Se anota como importante el primer paso que ya se ha dado, en lo que respecta a las elecciones de presidente de la República. La ley 996 de 2005 estableció en sus capítulos III y IV la forma de financiación previa de la campaña política cuando los candidatos cumplieran los requisitos exigidos por la misma ley. Sin embargo, esta reglamentación difiere a la propuesta del presente artículo, en que ésta no incluye provisión de dinero a los candidatos.

3.1. Propuesta de instructivo para aspirar al cargo de alcalde

Tomando como referente el cargo de alcalde, se presenta una propuesta de “instructivo” de apoyo al proceso electoral. Dicho instructivo permite su inferencia a todos los cargos de elección popular en Colombia, y el soporte documental para su implementación serán las leyes y decretos dirigidos a la reglamentación del proceso electoral con énfasis en prohibiciones que permitan eliminar paradigmas electorales.

Propuesta de instructivo. Pasos para aspirar al cargo de alcalde.

- a. Tomar la decisión de querer llegar al cargo de alcalde.
- b. Liderar la conformación de su equipo inmediato de trabajo, definiendo de acuerdo con las competencias y requisitos exigidos, los nombres de los secretarios de despacho que ocuparían los cargos en caso de ser elegido alcalde.
- c. Reunirse con su equipo con el fin de estudiar y conocer en detalle el plan de desarrollo vigente, o al menos los programas de gobierno que está liderando la administración actual.
- d. Evaluar los planes y programas del gobierno actual que han comenzado a mostrar resultados positivos según la conformidad de los ciudadanos. De igual manera, evaluar los aspectos negativos de la ciudad en los cuales la administración actual no ha comenzado a trabajar, o que al menos no muestra resultados positivos.
- e. Con base en la evaluación general, definir y estructurar una propuesta de plan de desarrollo, acorde con las necesidades de la ciudad.
- f. Solicitar el aval de un partido político o presentar el número de firmas necesarias para avalar su movimiento de forma independiente.
- g. Preinscribir en la Registraduría su nombre como aspirante al cargo de alcalde, el nombre de los funcionarios que ocuparían las secretarías de despacho y la propuesta de plan de desarrollo para la ciudad.
- h. Esperar 45 días calendario reglamentados para que los colombianos presenten, si las hay, las denuncias respectivas sobre inhabilidad para aspirar al cargo de alcalde.
- i. Esperar 30 días calendario, reglamentados para que el Tribunal Superior de Distrito Judicial en su sala administrativa o juzgado administrativo, según competencia, emita juicio sobre habilidad o inhabilidad del aspirante con base en las denuncias presentadas.
- j. Si el fallo resulta de “Inhabilidad”, retirar los documentos de preinscripción y el proceso ha finalizado.

[63]

- k. Si el fallo resulta de “Habilidad”, el aspirante procederá a inscribir su aspiración y la Registraduría le entregará la credencial que lo reconoce como candidato a alcalde, junto con su equipo de trabajo y propuesta de plan de desarrollo.
- l. Asistir con su equipo inmediato de trabajo para presentar a la ciudadanía su plan de desarrollo, a través de los medios de comunicación radio y prensa, las veces que fuera necesario según programación en el calendario electoral.
- m. Responder a las inquietudes que manifiesten los ciudadanos sobre su propuesta de plan de desarrollo, o de acuerdo con la competencia ceder la palabra al futuro secretario de despacho.
- n. El día de las elecciones esperar, según calendario electoral, los resultados de los votos depositados en las urnas.

El soporte documental de la propuesta de instructivo serán leyes y decretos, con los cuales tendrán que legislar bajo los principios de pluralismo y de participación democrática en igualdad de condiciones, para el cambio metodológico de las prácticas colombianas que se han venido utilizando en las campañas políticas en los últimos años, Estos son:

1. Ley o decreto mediante el cual se modifica el apoyo del Estado colombiano a las campañas políticas. Los recursos económicos con ejecución directa por parte del Estado se utilizarán para:
 - a. Financiar la publicidad en la prensa escrita, radio y canales de televisión, a través de los cuales los candidatos, en igualdad de tiempo y número de presentaciones, darán a conocer a la ciudadanía su equipo de trabajo y propuesta de plan de desarrollo.
 - b. Habilitar líneas de comunicación y sitios *Web* para que los ciudadanos, en forma gratuita, llamen, escriban y expresen sus inquietudes.
 - c. Dar transporte gratuito el día de las elecciones hasta una hora después de la hora de finalización del proceso electoral.

2. Ley o decreto mediante el cual se prohíbe y define sanción para cualquier tipo de publicidad del candidato en diferentes medios, sonoro o impreso en vallas, afiches, camisetas, cachuchas, sombreros, lapiceros, vehículos, pasacalles, paredes.

3. Ley o decreto mediante el cual se fija el calendario electoral, el cual incluye la reglamentación del tiempo que dispondrán los colombianos para presentar en la Registraduría las denuncias contra posibles inhabilidades e incompatibilidades en que se encuentren los distintos candidatos.

4. CONCLUSIONES

1. Los municipios y las ciudades colombianas requieren de un verdadero equipo, competente desde el punto de vista académico, administrativo y humano, el cual, bajo el liderazgo del alcalde, diseñe e implemente las estrategias que definan el camino de la gestión pública. Una gestión dirigida al fortalecimiento de las necesidades de las comunidades sectoriales, basada en indicadores o factores medibles que puedan mostrar resultados con enfoque hacia el rompimiento del desequilibrio social, y estableciendo prioridades de acuerdo con la calidad de vida de sus ciudadanos.

2. Teniendo en cuenta que la gestión pública se construye desde la campaña política, es necesario revisar el manejo de las mismas, en donde el aspecto académico, muy por encima del dinero, se convierta en el factor de competitividad, en la lucha por ocupar los cargos de elección popular.

3. El fundamento de la campaña política, para aspirar al cargo de alcalde, debe ser la propuesta de un plan de desarrollo con énfasis en la búsqueda del desarrollo social del municipio o de la ciudad, el cual deberá ser presentado a la ciudadanía por parte del candidato, con el apoyo académico y logístico de las personas que ocuparían los cargos en las distintas secretarías, en el caso de que sea elegido.

4. El Estado colombiano debe financiar las campañas políticas a través de la provisión de recursos para la ejecución del proceso electoral, en vez de pagar por votos obtenidos por los candidatos después de que ha finalizado el proceso electoral.

REFERENCIAS

ÁLVAREZ Lucía, ARRIETA Erasmo y SÁNCHEZ Juan (2007). “Acerca de la influencia de las campañas políticas en el desarrollo social”, en: *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, N° 87. Texto completo en <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/co/> Consejo Nacional Electoral. Resoluciones No. 0030 de enero 25 de 2005 y No. 0330 de 30 de mayo de 2007.

Prensa

Diario *El Universal*. Consultado el 3 de agosto de 2008. <http://www.eluniversal.com.co>

Diario *El Espectador*. Consultado el 8 de agosto de 2008. <http://www.elspectador.com>