

Canales formales e informales de influencia sobre las licitaciones públicas: aportes de campaña, lobby y corrupción en Argentina

Freille, Sebastián (dir) (2019) *Canales formales e informales de influencia sobre las licitaciones públicas: aportes de campaña, lobby y corrupción en Argentina*. [Proyecto de investigación]

El texto completo no está disponible en este repositorio.

Resumen

El objetivo general de esta investigación consiste en examinar la relación entre canales formales e informales de influencia política sobre la obtención de contratos públicos de parte del Estado. Los tres canales de influencia que analizaremos son: contribuciones de campaña, audiencias de lobby y corrupción burocrática y política. El proyecto se estructura en base a un enfoque de economía política que propone modelos de análisis formal de estas relaciones y una examinación empírica de las implicancias de los modelos teóricos. El proyecto está acotado al caso de Argentina y temporalmente al período 2005-2019. En este proyecto, nuestro enfoque es el estudio de tres dimensiones diferentes (aunque relacionadas) de influencia política: contribuciones de campaña (ex-ante), rees de lobby (ex-ante y ex-post) y corrupción política (ex-ante y ex-post) y su influencia en la obtención de contratos públicos otorgados por el Estado nacional. En otras palabras estamos interesados en explorar si las acciones ejercidas por los grupos de interés antes y/o después de la elección tienen algún impacto en los beneficios que pueden ser "retribuidos" a los grupos de interés que ejercen esas acciones. También proponemos estudiar la efectividad de cada uno de estos canales y las relaciones de complementariedad o sustituibilidad entre los mismos. Hipotesis 1: Las contribuciones de campaña privadas afectan positivamente la probabilidad de obtener licitaciones públicas. Hipotesis 2: Las audiencias de intereses (lobby) son parcialmente sustitutos de las contribuciones de campaña y están asociadas positivamente a la probabilidad de obtener licitaciones públicas. Hipotesis 3: La introducción de regulaciones y limitaciones a las contribuciones de campaña y audiencias de lobby están asociadas con un aumento en la incidencia de los canales informales de influencia. Hipotesis 4: La incidencia de los canales formales de financiamiento está inversamente relacionada con la fortaleza del "incumbent".

Tipo de documento: Proyecto

Palabras clave: Licitaciones. Lobby. Corrupción.

Temas: [J Ciencias Políticas > JA Ciencias políticas \(General\)](#)
[J Ciencias Políticas > JF Instituciones políticas \(General\)](#)

Unidad Académica: [Universidad Católica de Córdoba > Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales](#)
[Universidad Católica de Córdoba > Unidad Asociada a CONICET](#)