



**ANEXO I**  
**Principales características del régimen de financiamiento y fiscalización**  
**Panorama general**

| País                 | Cobertura del FPD <sup>3</sup> | Tipos de FPI <sup>4</sup> |   |   | Fuentes restringidas <sup>5</sup> | Límites a contribuciones | Límites a gastos de campaña | CONTROL Y FISCALIZACIÓN <sup>6</sup> |
|----------------------|--------------------------------|---------------------------|---|---|-----------------------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| Argentina            | Amplia                         | X                         | X |   | Cuatro                            | X                        | Globales                    | Integral                             |
| Bolivia              | Amplia                         | X                         |   |   | Tres                              | X                        | Publicidad                  | Medio                                |
| Brasil               | Media                          | X                         |   |   | Cuatro                            | X                        |                             | Integral                             |
| Chile                | Limitada                       | X                         | X |   | Tres                              | X                        | Globales                    | Integral                             |
| Colombia             | Amplia                         | X                         |   | X |                                   |                          | Globales y publicidad       | Medio                                |
| Costa Rica           | Limitada                       |                           |   |   | Una                               | X                        | Publicidad                  | Laxo                                 |
| Ecuador              | Amplia                         |                           | X |   | Dos                               | X                        | Globales                    | Medio                                |
| El Salvador          | Limitada                       | X                         |   |   |                                   |                          |                             | Desregulado                          |
| Guatemala            | Media                          | X                         |   | X | Dos                               | X                        | Globales y publicidad       | Medio                                |
| Honduras             | Limitada                       |                           | X |   | Cuatro                            |                          |                             | Medio                                |
| México               | Amplia                         | X                         | X | X | Cuatro                            | X                        | Globales                    | Integral                             |
| Nicaragua            | Limitada                       | X                         | X | X | Tres                              |                          | Publicidad                  | Laxo                                 |
| Panamá               | Amplia                         | X                         | X | X | Tres                              |                          |                             | Laxo                                 |
| Paraguay             | Amplia                         | X                         | X | X | Tres                              |                          | Publicidad                  | Medio                                |
| Perú                 | Media                          | X                         | X |   | Tres                              | X                        | Publicidad                  | Medio                                |
| Puerto Rico          | Amplia                         |                           |   |   |                                   | X                        | Globales                    | Integral                             |
| República Dominicana | Amplia                         |                           |   |   | Dos                               |                          |                             | Medio                                |
| Uruguay              | Limitada                       | X                         |   |   |                                   |                          |                             | Desregulado                          |
| Venezuela            | —                              |                           |   |   | Cuatro                            |                          | Publicidad                  | Medio                                |

3. La cobertura se refiere simultáneamente a la periodicidad y al tipo de actividades que comprende el financiamiento público directo (FPD) y se distingue entre: amplia, cuando es continuo y comprende actividades ordinarias y de campaña; media, cuando es continuo pero sólo se asigna una partida anual y; limitada, cuando es cíclico y sólo cubre actividades de campaña.

4. Los registros se refieren a las tres modalidades de financiamiento público indirecto (FPI) examinadas en este estudio: garantía de acceso gratuito a radio y televisión (primera columna); régimen fiscal especial (segunda columna); y franquicias (tercera columna).

5. Este indicador alude al número de fuentes de financiamiento expresamente prohibidas o restringidas en específico sobre las cuatro que se tratan en este estudio: extranjeras; dependencias públicas; empresas concesionarias de bienes o servicios públicos y anónimas.

6. Se refiere a los atributos formales y potencial alcance de los regímenes de control y fiscalización, considerando la presencia e interrelación de cinco indicadores básicos (ver capítulo sobre sistemas de control y fiscalización).